

ВЕСТНИК
ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА
КУЛЬТУРОЛОГИЯ
И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Tomsk State University
Journal of Cultural Studies and Art History

Научный журнал

2025

№ 58

Современная культура: структуры
и практики обыкновенного мира

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-44127 от 04 марта 2011 г.
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

Подписной индекс 82514 в объединенном каталоге
«Пресса России»

Журнал входит в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии
Индексируется в БД Web of Science Core Collection's Emerging Sources Citation Index

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА
«ВЕСТНИК ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА.
КУЛЬТУРОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ»**

Г.И. Петрова, д-р философских наук, профессор, Томский государственный университет (Томск);
Ю.В. Назаров, д-р искусствоведения, профессор, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, член-корреспондент Российской академии художеств, заслуженный деятель искусств РФ (Москва);
Н.С. Бажанов, д-р искусствоведения, профессор, Новосибирская государственная консерватория им. М.И. Глинки (Новосибирск);
М.И. Бурлыккина, д-р культурологии, профессор, заслуженный работник культуры РФ (Сыктывкар, Республика Коми);
П.С. Волкова, д-р искусствоведения, профессор, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург);
О.Н. Шелегина, д-р исторических наук, институт истории Сибирского отделения Российской академии наук (Новосибирск);
И.М. Чубаров, д-р философских наук, Тюменский государственный университет (Тюмень);
Лю Лянь, канд. искусствоведения, Институт музыки Циндаоского университета (Китай);
В.И. Марков, д-р культурологии, профессор, Кемеровский государственный институт культуры (Кемерово);
Т.К. Щеглова, д-р исторических наук, профессор, Алтайский государственный педагогический университет (Барнаул);
Э.И. Черняк, д-р исторических наук, профессор, Томский государственный университет (Томск).

EDITORIAL COUNCIL

G.I. Petrova (Tomsk, Russia);
Yu.V. Nazarov (Moscow, Russia);
N.S. Bazhanov (Novosibirsk, Russia);
M.I. Burlykina (Syktyvkar, Russia);
P.S. Volkova (Saint-Petersburg, Russia);
O.N. Shelegina (Novosibirsk, Russia);
I.M. Chubarov (Tyumen, Russia);
Liu Lian (Qingdao, China);
V.I. Markov (Kemerovo, Russia);
T.K. Shcheglova (Barnaul, Russia);
E.I. Chernyak (Tomsk, Russia).

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
ЖУРНАЛА «ВЕСТНИК ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА. КУЛЬТУРОЛОГИЯ
И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ»**

Главный редактор:
Д.В. Галкин, д-р философских наук, институт искусств и культуры, Томский государственный университет.
Ответственный секретарь:
И.С. Караченцев, канд. культурологии, институт искусств и культуры, Томский государственный университет.
Члены редколлегии:
И.Е. Максимова, канд. исторических наук, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
О.М. Рындина, д-р исторических наук, старший научный сотрудник, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Л.В. Булгакова, канд. искусствоведения, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Л.А. Коробейникова, д-р философских наук, профессор, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Е.А. Приходовская, д-р искусствоведения, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Е.Н. Савельева, канд. философских наук, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Т.В. Чапля, д-р культурологии, доцент, Новосибирский государственный педагогический университет;
С.С. Березовская, канд. философских наук, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
О.С. Хрулева, канд. исторических наук, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет;
Е.А. Полякова, д-р исторических наук, доцент, институт искусств и культуры, Томский государственный университет.

EDITORIAL BOARD

D.V. Galkin (Tomsk, Russia) – Editor-in-Chief;
I.S. Karachentsev (Tomsk, Russia) – Executive Editor;
I.E. Maksimova (Tomsk, Russia);
O.M. Ryndina (Tomsk, Russia);
L.V. Bulgakova (Tomsk, Russia);
L.A. Korobeynikova (Tomsk, Russia);
E.A. Prikhodovskaya (Tomsk, Russia);
E.N. Savelyeva (Tomsk, Russia);
T.V. Chaplya (Novosibirsk, Russia);
S.S. Berezovskaya (Tomsk, Russia);
O.S. Khruleva (Tomsk, Russia);
E.A. Polyakova (Tomsk, Russia).

СОДЕРЖАНИЕ

От редактора	5
ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА	
Вавилова Ж.Е. Концепция взгляда в исследовании современной визуальной рекламы	7
Васильева Е.В. Гелиографическая миссия: история и миф. Часть 2	21
Веселкова Е.А. Ценности и жизненные стратегии современных российских дачников. Модельный подход	33
Галанина Е.В. Гендер и виртуальная телесность в видеоиграх	41
Иванов Д.И. О «состояниях» культуры в контексте теории когнитивно-прагматических программ (актуализация проблемы)	53
Коробейникова Л.А., Перминова Ю.В. Культурный капитал в мире глобального разнообразия: идеи и концепции	64
Пантелеева Л.М. Антропология труда в корпусной перспективе (на материалах собрания шахтерских нарративов)	74
Познин В.Ф. Особенности отечественного кинопроцесса (1989–2024 гг.)	89
Столбова П.А. Стимпанк как звуковое явление в фильмах	110
Фёдоров Ю.В. Фильм «Нечаянно» режиссера Жоры Крыжовникова как феномен постмодернистской чувствительности: опыт культурологического анализа	122
Цзян Чаожань. Может ли ИИ критиковать искусство?	139
Чапля Т.В. Роль потребления в процессах выживания человека как субъекта культуры	151
Шишков Г.М. Пастиш как ядро трансмедийного сторителлинга на примере фильмов о Бэтмене Джозла Шумахера	164
КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В АКТУАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ	
Анкушева К.А., Личев Р.И. История в городском пространстве: опыт визуализации на примере Тюмени	173
Бабаева С.Р. Социальные сети как часть стратегии музейной выставки (на примере Британского музея)	191
Гибельгаус Т.А. Святые источники как объекты религиозного туризма Алтайского края	202
Путин В.В., Полякова Е.А. Истоки формирования понятия иммерсивности в трудах учёных и практике музеев	211
Савельева Е.Н., Буденкова В.Е., Горбунова С.В., Цинжань Х. Популяризация национального культурного наследия: пекинская опера в китайских соцсетях	220
Усманова А.О. Архитектурная композиция в музейном пространстве: понятийный ряд	238
Фролова А.С., Балашова Е.В., Куран М.С., Моргачев К.П. Самообучаемые нейронные сети на службе современного музея: возможности и проблемы применения	246
ПУБЛИКАЦИИ И РЕЦЕНЗИИ	
Кутявин Н.А. Рецензия на книгу Вольфганга Мюллер-Функа «Жестокость. История насилия в культуре и судьбах человечества»	263

CONTENTS

From the Editor.....	5
RESEARCH OF MODERN CULTURE AND ARTS	
Vavilova Zh.E. The concept of gaze in the study of modern visual advertising.....	7
Vasilyeva E.V. Missions héliographiques: history and myth. Part 2.....	21
Veselkova E.A. Values and life strategies of modern russian summerfolk. Model approach. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta.....	33
Galanina E.V. Gender and virtual body in video games. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta.....	41
Ivanov D.I. About culture “states” in the context of the cognitive-pragmatic programs theory (problem update).....	53
Korobeynikova L.A., Perminova Yu.V. Cultural capital in the world of global diversity: ideas and concepts.....	64
Panteleeva L.M. Anthropology of work in a corpus perspective (based on the materials of a collection of miners’ narratives).....	74
Poznin V.F. Peculiarities of the process of russian film production (1989–2024).....	89
Stolbova P.A. Steampunk as a sound phenomenon in films.....	110
Fedorov Yu.V. The film “Accidentally” directed by Zhora Kryzhovnikov as a phenomenon of postmodern sensitivity: the experiens of cultural analysis.....	122
Jiang Chaoran. Can the AI criticize artwork?.....	139
Chaplya T.V. The role of consumption in the processes of human survival as a subject of culture.....	151
Shishkov G.M. Pastiche as the core of transmedia storytelling on the example of Joel Schumacher’s Batman films.....	164
MODERN CONTEXTS OF CULTURAL HERITAGE	
Ankusheva K.A., Lichev R.I. History in urban space: visualization experience using Tyumen as a case study.....	173
Babayeva S.R. Social media as a part of strategy of museum exhibition (on sample of the British museum).....	191
Gibelgaus T.A. Holy springs as objects of religious tourism on the Altai territory.....	202
Putin V.V., Polyakova E.A. Immersive technologies as a new approach to organizing museum communication and a way to attract representatives of the z and alpha generations to museums.....	211
Savelieva E.N., Budenkova V.E., Gorbunova S.V., Hou Qingran. The promotion of national cultural heritage: Beijing Opera in Chinese social media.....	220
Usmanova A.O. Architectural composition in the museum space: conceptual series.....	238
Frolova A.S., Balashova E.V., Kuran M.V., Morgachev K.P. Self-learning neural networks at a modern museum’s service: possibilities and problems of application.....	246
PUBLICATIONS AND REVIEWS	
Kutyavin N.A. Review of Wolfgang Muller-Funk's book “Cruelty: The history of violence in culture and fate of humanity”.....	263

ОТ РЕДАКТОРА

СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА: СТРУКТУРЫ И ПРАКТИКИ ОБЫКНОВЕННОГО МИРА

Culture is ordinary – культура обыкновенна. С этого тезиса одного из крупнейших теоретиков культуры XX в. Рэймонда Уильямса начинается история культурных исследований (cultural studies). Наблюдая за демократизацией и лавинообразным ростом доступности культурных благ в исторической перспективе XVIII–XX столетий, Уильямс рассматривает культуру как фундаментальную структуру повседневности. Именно в этом контексте он вводит понятие «структура ощущений» (structure of feelings), ставшее ключевым в теории метамодернизма последних десятилетий. Но как нам настроить исследовательскую оптику для фиксации и анализа столь богатого и разнообразного мира обыкновенности современной культуры?

В текстах этого тематического номера нашего журнала мы хотели бы начать поиск такой оптики. Поэтому мы определили тему номера как «Современная культура: структуры и практики обыкновенного мира». Существенная часть статей посвящена структурам и формам визуальной чувственности. Как устроен взгляд, скользящий по привычной обыденности рекламных образов? Какие художественные формы и идеи прячутся за ставшей рутинной практикой фотографии? Какой опыт формирует современный кинематограф в его аутентичном культурном контексте? Эта проблематика неизбежно приводит к разбору медийных форматов современной культуры – от фотографии до различных генеративных нейросетей.

Отдельная проблематика, волнующая авторов номера, касается труда, потребления и капитала. Да, в постмарксистском подходе Уильямса эта тема всегда оставалась ключевой, ибо труд в многообразии его практик и есть одна из организующих сил культуры в ее рутинной обыкновенности. Исследователи обратились к разным ее аспектам: здесь и драматургия шахтерских нарративов, и новые структуры культурного капитала, и потребительские практики как стратегии выживания, и неординарные конфигурации труда и досуга в опыте дачников.

Отдельная тема исследований – включенность культурного наследия в миры повседневной культуры. Здесь снова становится актуальной тема взгляда и визуализации, но уже в контексте городского пространства. Практики туристической мобильности рассмотрены с точки зрения их ориентации и актуализации культурного наследия в контексте региональной истории и мифологии. Как новые технологии и архитектурные пространства формируют специфический музейный опыт посетителя сегодня? Этот вопрос стал ключевым для исследователей музея как особой площадки для встречи посетителей с богатством культурного наследия, в нем представленном.

И нет, этот тематический номер нашего журнала – не оммаж и не посвящение Уильямсу или традиции исследований культуры, родоначальником которой он стал. Однако мы хотели бы внести свой скромный вклад в поиск исследовательской перспективы, рассматривая современную культуру во всей ее обыкновенной сложности и многомерности. Внести вклад не только текстами журнала, но перспективами дискуссии и дальнейших исследований.

*Главный редактор журнала
доктор философских наук Д.В. Галкин*

ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Научная статья

УДК 659.13:79-055

doi: 10.17223/22220836/58/2

КОНЦЕПЦИЯ ВЗГЛЯДА В ИССЛЕДОВАНИИ СОВРЕМЕННОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Жанна Евгеньевна Вавилова

*Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия,
zhannavavilova@mail.ru*

Аннотация. В статье исследуются подходы к концептуализации так называемого «женского взгляда» в современном культурологическом дискурсе; обсуждается вопрос о необходимости включения термина в понятийный аппарат гендерных исследований. Анализируя артефакты визуальной рекламы, автор прогнозирует, что при наблюдаемых трансформациях медийных образов закрепление определения понятия приведет к формированию еще одного стереотипа, фиксирующего представления о гендерной нормативности, но не решит проблемы гендерной асимметрии в обществе.

Ключевые слова: реклама, фемвертайзинг, гендер, визуальность, мужской взгляд, женский взгляд, медиапространство, мимесис, диегесис, иридизация

Для цитирования: Вавилова Ж.Е. Концепция взгляда в исследовании современной визуальной рекламы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 7–20. doi: 10.17223/22220836/58/2

RESEARCH OF MODERN CULTURE AND ARTS

THE CONCEPT OF GAZE IN THE STUDY OF MODERN VISUAL ADVERTISING

Zhanna E. Vavilova

*Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russian Federation,
zhannavavilova@mail.ru*

Abstract. Studying modern advertising as a sociocultural phenomenon, this paper attempts to analyze various approaches to conceptualizing the “female gaze” in advertising, cinematography, and culture in general, based on the idea of the “male gaze”, well-known in film criticism, as well as on the ideas of media researchers about gender-related processes in culture. The author commences with the notion of “gaze” as a socially structuring, discursive practice in the works of French postmodernists, where it serves to designate a fundamental concept for understanding human perception and behavior in the light of power dynamics, and also considers its refraction in the papers of feminist criticism and in communication

studies. The “gaze” is revealed as a complex and pervasive social phenomenon that reinforces patriarchal norms and gender inequality, used as an instrument of power to control the order of things and record this control through representation in the media space. In this regard, the desire to introduce the term “female gaze” into scientific and general cultural discourse is understandable; this is a reaction to the obvious dominance in the media space of a narrow and outdated view of a woman and her place in the world, which is inherent in the dominant culture. However, the paper questions the need to include the term “female gaze” in the conceptual apparatus of gender studies. Using samples of visual advertising, the author comes to the conclusion that images of femvertising have a powerful interpellation potential, as they exert no less psychological influence on the viewer than the “male gaze” by broadcasting ideas about what a modern woman should be like. Advertising exploits this potential, but while some brands pay tribute to the fashion of inclusion in an attempt to maximize profits, others base their communication on the philosophy of equality and justice; be that as it may, any steps in this direction transform the discourse, which means restructuring reality and contributing to acceptance of the Other.

Keywords: advertising, femvertising, gender, visuality, male gaze, female gaze, media space, mimesis, diegesis, iridization

For citation: Vavilova, Zh.E. (2025) The concept of gaze in the study of modern visual advertising. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 7–20. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/2

Введение

Реклама – это феномен культуры, изучение которого позволяет отслеживать многие процессы, протекающие в современном обществе: как негативные (бесконтрольный консюмеризм, тотальная зависимость от технологий и диджитал-среды, стигматизация), так и позитивные (ориентация компаний на устойчивое развитие, энвайронментализм, ко-креация с потребителем). К последним можно также отнести инклюзивность; в сфере рекламы это проявляется в том, что сегодня социальные группы более равномерно представлены в бренд-коммуникациях; кампании начинают строиться на идее паритета и признании многообразия, на темах бодипозитива и эмпауэрмента, психического здоровья и социальной интеграции [1, 2].

Традиционно одной из маргинализированных групп в современном российском обществе, где семиозис, построение смыслообразующих моделей мира, все еще во многом определяется патриархальной повесткой, выступают женщины. Сегодня в рекламе, как зарубежной, так и российской, мы наблюдаем яркие примеры символической компенсации этой маргинализации вплоть до гротескно инвертированных ремейков сексистских плакатов прошлого [3]; один из симптомов этого процесса – обнаружение в рекламных артефактах так называемого «женского взгляда» (*female gaze*). Используя этот термин в работе, автор заключает его в кавычки, чтобы разграничить название понятия и повседневное употребление словосочетания. Будучи популярным концептом, используемым блогерами, кинокритиками и деятелями культуры, он не имеет однозначного толкования и представляет собой лауну в научной сфере, герменевтический разрыв, ощущаемый интуитивно и нуждающийся в более тщательной концептуализации и дефинициях. Цель данной работы – проанализировать различные подходы к концептуализации взгляда, в частности «женского взгляда», в рекламе, кинематографе и культуре в целом, опираясь на известную в кинокритике концепцию «мужского взгляда» (*male gaze*), а также на представления современных исследователей медиа-

пространства о гендерно-обусловленных процессах в культуре, и прийти к определению его сущности в современной визуальной рекламе. В качестве иллюстрации происходящих изменений в структуре ретрансляции смыслов использованы образцы рекламы, размещаемой в печатных и электронных СМИ.

В отечественной науке прослеживается интерес к «мужскому взгляду» в маскулинной визуальной культуре [4, 5]; также изучаются гендерные стереотипы в рекламе: как в научно-популярных изданиях [6], так и в диссертационных исследованиях [7, 8]. Констатируется, что гендерная асимметрия российского общества сохраняется во многом благодаря функционированию в рекламе стереотипов женского и мужского как нормативных образцов поведения в обществе [9]; при этом фиксируются трансформации, знаменующие отклонение от традиционных паттернов, формулируются выводы о диаметральной смене ценностных ориентаций от патриархальных к радикально-феминистическим [10], прогнозируется отход от бинарных оппозиций в медиапространстве в целом и в отдельных его областях, например в видеоиграх [11].

Фемвертайзинг, или «реклама, строящаяся на женских талантах, сообщениях и образах для расширения прав и возможностей женщин и девочек» [12], как основа формирования новых гендерных паттернов всесторонне анализируется зарубежными авторами [13]: с одной стороны, она представляет собой бизнес-стратегию корпораций, стремящихся к максимизации прибыли, с другой – меняет дискурс современного общества, повышая его толерантность и открытость гендерной проблематике и формируя готовность к диалогу между различными акторами. Этот феномен разрушает традиционные стереотипы о том, кто такая настоящая женщина, каково ее предназначение, место в жизни, права и обязанности и т.д. – он все чаще наблюдается не только в контексте рекламирования исключительно женской продукции, но и при продвижении спортивной одежды, автомобилей и других брендовых товаров [14]. В работе [15] анализируется ряд роликов из категории фемвертайзинга, в которых женщина предстает как успешная вершительница собственной судьбы; при этом она часто визуализируется в отрыве от отношений с мужчинами и связанных с семьей хозяйственных функций. Подобные эмпирические исследования позволяют наблюдать за динамикой визуальной культуры; подытожив и проанализировав этот опыт, постараемся сформулировать выводы относительно того, что такое «женский взгляд» в рекламной коммуникации и с какими культурными трансформациями он связан.

Взгляд как вглядывание

В английском языке, где зародилось понятие «мужского взгляда», проблема разграничения названий, обозначенная выше, отсутствует. Собственно взгляд (look) и пристальный взгляд, вглядывание, разглядывание (gaze) – синонимы, обозначающие связанные понятия, которые различаются по уровню интенсивности и направленности. Вглядывание обычно представляет собой более напряженный и преднамеренный акт смотрения, подразумевающий продолжительный зрительный контакт и большую концентрацию, очевидное прямое сосредоточение на объекте. Оно выражает интерес, любопытство или влечение, в то время как взгляд является простой направленностью взора в

определенную сторону, нейтральным актом, под которым может подразумеваться целый диапазон уровней сосредоточенности и интенсивности. Чаще всего он более небрежный и мимолежный, охватывающий при этом широкую сцену, не фокусирующийся на конкретной точке.

Интересно, что во французской философской традиции, имеющей долгую историю изучения проблематики взгляда, в обоих смыслах используется, как и в русском языке, один термин – «le regard». Труды французских мыслителей выводят взгляд из перцептивной плоскости на социальный уровень, концептуализируя его в качестве проводника социально значимых практик: Ж. Лакан, Ж.-П. Сартр, М. Фуко известны как исследователи сложной и многогранной природы взгляда и его роли в формировании социальных отношений, гендерных норм и индивидуальной идентичности.

В лакановской теории «стадии зеркала» взгляд выступает средством узнавания и формирования самоощущения, центральным компонентом человеческого опыта себя: это отправная точка самоидентификации, акт психологический, досоциальный, сопряженный с понятием и принятием своего облика [16]. Первичная идентификация проходит в визуальной плоскости и позволяет субъекту сформировать «броню» – ригидную форму, очерчивающую границы формирующегося «Я». В дальнейшем, благодаря опыту восприятия другими, через обозрение их реакции на себя человек обновляет, корректирует свое самосознание.

У Сартра, напротив, взгляд служит фактором отчуждения, знаменующим объективирующий опыт, препятствующий установлению истинной человеческой связи: когда на кого-то смотрят, он нивелируется до вещи, приобретает ее окаменелость; наблюдатель сводит его к простому объекту своего восприятия, который, в свою очередь, осознает эту объективацию и ощущает дискомфорт, унижение, стыд. С другой стороны, быть визуально воспринимаемым другим успокоительно – это фиксирует, подтверждает существование обозреваемого; взгляд становится «пристезжкой» ускользающего бытия, но также и свидетельством его уязвимости. При этом в любой момент смотрящий должен быть готов к тому, что и его заметят и нарушится его трансцендентность по отношению к ситуации [17. С. 280].

Если для Лакана взгляд становится триггером самосознания, для Сартра – средством овеществления человека, то философия взгляда Фуко деконструирует сложные способы установления и поддержания властных отношений через осуществление казалось бы обыденного акта созерцания, который при этом не является нейтральным, а, напротив, служит поддержкой доминирующего дискурса, порождая и репродуцируя эти отношения. Взгляд здесь выступает инструментом, используемым для контроля и подчинения определенных лиц или групп и для усиления доминирующих властных структур в подобии бентамовского паноптикума, такой модели организации общества, где бытие каждого может обозреваться и тем самым контролироваться [18].

Еще одна релевантная для данного дискурса работа – «Экстаз коммуникации» Ж. Бодрийяра: здесь взгляд интерпретируется в связи с развитием экранно-сетевой культуры как вездесущая и всеохватывающая форма общения, делающая субъектов все более пассивными и инертными в бесконечном потоке информации, «где все становится прозрачным и непосредственно видимым, где всякая вещь выставлена в жестком и безжалостном свете инфор-

мации и коммуникации»; результатом этого является состояние экстаза, воплощающего «обсценность видимого, слишком-видимого, более-видимого-чем-видимого» [19]. Взгляд бросает вызов традиционным концепциям субъектности и агентности, поскольку люди становятся бессильными, поглощаются технологиями и средствами массовой информации, теряя связь с реальностью и превращаясь в симулякры самих себя.

Наконец, в этот краткий обзор стоит включить «Общество спектакля» Г. Дебора, где изображение предстает как фетиш, предмет потребления в капиталистическом обществе [20]. Доминирующие образы, ставшие ключевой формой посредничества благодаря механизмам СМИ, заменили подлинное межличностное общение и привели к всепроникающему отчуждению и виртуализации реальности, которую Дебор и называет спектаклем. С этой точки зрения реклама – частная форма спектакля, где осуществляется репродукция наличной модели образа жизни людей, обусловленного производством материальных благ.

«Мужской взгляд»: мимесис в нарративе

В каждой из этих теорий взгляд не случаен, он значим: для наблюдателя и наблюдаемого, а также для исследователя их отношений. Этот же треугольник в слегка трансформированном виде воспроизводится в феминистской кинокритике, базирующейся на работах Фуко и Лакана, в частности, в знаменитом эссе Л. Малви «Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф» 1973 г., где в культурологический дискурс вводится термин «мужской взгляд». Малви определяет его как взгляд на женщину персонажа фильма, оператора и зрителя, который благодаря работе камеры идентифицирует себя с протагонистом-мужчиной, своим «экраным суррогатом», и тем самым приобщается к его власти продвигать сценарный нарратив [21]. Камера ставит зрителя в положение гетеросексуального мужчины, побуждая его объективировать и сексуализировать женщину на экране; так взгляд становится первым шагом в дальнейшем развитии кинематографической скопофилии, создающей иерархические отношения между женским персонажем и зрителем. Это дает феминисткам основание утверждать, что женщина дегуманизируется, нивелируется до роли сексуального объекта, демонстрируемого зрителю-мужчине и существующего исключительно для его удовольствия [22].

Согласно Малви, использование женского образа – миметический прием в мейнстримном кино: «Присутствие женщины – обязательный элемент зрелища в обычном повествовательном фильме, однако ее визуальное присутствие склонно работать против развития сюжетной линии, замораживая течение действия в моменты эротического созерцания» [21. Р. 5]. Женщина предстает как носительница смысла, вдохновляющая мужчину на действие, но не участвующая в нем. Мимесис (греч. μίμησις – подражание, представление) – термин, используемый для описания имитации или репрезентации реальности средствами культуры, это показ действия. Диегесис (греч. διήγησις – рассказ) – напротив, нарративная практика, которая транслирует сюжет происходящего в виртуальном мире, рассказ о действии. При том, что в мульти-модальных искусствах эти два модуса тесно переплетены, анализируемые Малви кинематографические примеры из фильмов Хичкока и фон Штернберга действительно представляют собой своеобразное «разделение труда» меж-

ду женскими и мужскими персонажами, где повествование развивается почти исключительно благодаря действиям протагониста-мужчины.

В работах современных исследователей медиапространства мимесис и диегесис предстают как иридизация и герметизация [23]. Концепция иридизации занимает центральное место в теории А. Гэллоуэя о культурных и теоретических импликациях цифровых медиа, которые порождают новые способы восприятия и коммуникации, значительно отличающиеся от традиционных из-за уникальных свойств и качеств, присущих цифровой форме. Герметизация, или интерпретативная парадигма, основанная на герменевтике, – это одномерная модель медиации, ее первый режим, связанный с текстовым опосредованием в семиозисе. Второй режим – иридизация, переход от изобретателя символов Гермеса к богине зрелища Ириде: если герметическое опосредование – это текст, то форма Ириды – изображение, «экстаз мгновности, вызывающий короткое замыкание гиперкоммуникации» [23. Р. 30]. Иридизация как альтернатива герменевтической традиции и более сложная модель медиации интерпретируется здесь как явление, позволяющее трансформировать цифровые медиа в уникальный тип визуальной эстетики. Интересно, что в рамках этого неканонического подхода мимесис, зрелищность, феминизируется, а диегесис, словесность, предстает традиционно патриархальным медиумом; бинарная оппозиция вербального и визуального вновь переносится в гендерную плоскость.

Хотя термин «мужской взгляд» стал популярным благодаря исследованиям Малви, истоки размышлений об этом феномене можно обнаружить в знаменитом труде С. де Бовуар «Второй пол», написанном почти тридцатью годами ранее. Исследуя литературу и кино, Бовуар раскрывает грандиозный коллективный миф о том, что женщина – в первую очередь плоть, одновременно животное, растение и идол, воплощение Другого, открывающееся мужскому взгляду [24. С. 202]. Сегодня «мужской взгляд» концептуализируется как кинематографическая попытка инкорпорировать мимесис в нарративную канву, и визуально притягательный женский образ становится одним из наиболее подходящих для этого инструментов. Одна из его современных трактовок – «маниакальная девушка-мечта» (Manic Pixie Dream Girl), кинематографический троп, в рамках которого причудливый, но часто одномерный, «плоский» женский персонаж существует исключительно для того, чтобы стать музой для главного героя, переживающего тяжелые времена или просто ждущего вдохновения [25].

С развитием визуальных медиа, с одной стороны, и феминистской критики – с другой, термин «мужской взгляд» стал использоваться и вне сферы кино для описания мужских фантазмов, раскрывающихся в изобразительном модусе, с помощью таких средств, как фотография, видеоигры, или реклама, где вещь феминизируется именно потому, что является таким же объектом желания, как и женщина: «...вещь-женщина – это эффективнейшая схема убеждения, социальная мифология, все вещи, и машина в том числе, притворяются женщинами, чтобы их покупали» [26]. Визуализация коллективного желания на афише, изображение толпы жаждущих обладать стиральным порошком, рассматриваемое Бодрийяром, сублиминально включает наблюдателя в эту толпу, так что его собственный взгляд помещает его внутрь наблюдаемой им картины. Демонстрация и сексуализация вещи повышают ее

шансы на покупку благодаря коллективной визуальной опосредованности любого желания, даже интимного: *видя*, что вещь желанна для многих, потребитель начинает хотеть ее сам. В гендерной плоскости прослеживается аналогичная каузальность: «мужской взгляд» выделяет женщину, как и вещь; его интерес, выраженный во взгляде, – это первый шаг к инвестициям, т.е. к его готовности тратить на женщину ресурс, в том числе деньги или время.

С 1960-х эта тема раскрывается и в феминистской критике, например, в книге Б. Фридан «Загадка женственности» [27] или в проекте «Убивая нас нежно» [22]: с детства реклама приучает к нормальности объективации, поощряет девушек использовать силы, время и деньги на то, чтобы выглядеть, как идеальная женщина-вещь в рекламе, соответствовать общественным ожиданиям и чувствовать вину, если это им не удастся; их привлекательность становится товаром, производство которого требует инвестиций, но может окупиться многократно [28]. При этом виртуальное выходит в плоскость реальности, вызывая проблемы со здоровьем, физическим и психическим, и приводя к насилию над существом, которое позволило себе уподобиться вещи; с наступлением нового века такое положение дел усугубляется из-за неограниченных возможностей редактирования цифровых образов, приводящих к полному разрыву между медиапространством и реальностью и к абсолютной невозможности последней соответствовать ретушированной картинке [22]. Выстраивается цепочка: рекламный образ побуждает женщину инвестировать в вещь, предназначение которой – сделать ее подобной этой же вещи (гладкой, сияющей, нестареющей, свежей и т.д.), чтобы стать замеченной мужчиной, готовым, в свою очередь, инвестировать в женщину и распоряжаться ею как вещью. Таким образом, «мужской взгляд» предстает в этом процессе как сложный и всепроникающий социокультурный феномен, который укрепляет патриархальные нормы и гендерное неравенство, как инструмент власти, позволяющий контролировать порядок вещей и фиксировать этот контроль через репрезентацию в медиапространстве.

«Женский взгляд» и фемвертайзинг

Зарождение концепции «женского взгляда» можно проследить в упомянутой работе Бовуар, где мы находим такие строки: «Мужчины слишком заняты своими отношениями сотрудничества или борьбы, чтобы быть публикой друг для друга: они друг за другом не наблюдают. Женщина же остается в стороне от их деятельности, не участвует в поединках и битвах; своим положением она предназначается на роль зрителя» [24. С. 225]; тем самым ее взгляд становится мерилom ценности мужчины, замещающим взгляд Бога, а сама она начинает сочетать функции объекта желания и судьбы.

Сегодня это лишь одна из возможных экспликаций понятия; в ответ на культурную вездесущность «мужского взгляда» феминистская критика пытается создать альтернативные точки зрения, исследующие опыт и желания маргинализированных групп. Расплывчатость современной трактовки «женского взгляда» обусловлена многочисленностью этих попыток [29], вызванных стремлением достичь в обществе гендерного паритета, в том числе в сфере рекламы; при этом практически все они сходятся в том, чем «женский взгляд» не является.

Во-первых, вопреки ожиданиям, он не имеет отношения к сексуализации протагониста-мужчины. Ярким примером последнего выступает известная реклама продуктов марки Old Spice¹; презентуя товар для мужчин, она очевидно нацелена на женщин, которые покупают туалетные принадлежности мужьям и партнерам. В таком подходе при смене пола объекта сохраняется сам принцип объективации; оптика, ракурс остаются прежними – значит, не могут претендовать на роль нового взгляда. Это в принципе не взгляд на мужчину, хотя и не исключает его попадания в фокус. Это также не визуализация женских желаний по аналогии с мужскими фантазмами. Наконец, «женский взгляд» не требует присутствия подчеркнуто активного протагониста женского пола: по словам Дж. Солоуэй, сценариста и режиссера, «любой протагонизм – это пропаганда, мейнстримный цис-мужской сторителлинг» [30], доминирующий нарратив, которому «женский взгляд» призван противостоять.

Солоуэй определяет последний как способ видения в искусстве, кино и литературе, в котором приоритет отдается опыту, эмоциям и желаниям. Это не показ объектов, а сознательная попытка транслировать чувства, вызвать эмпатию и создать раппорт; это фокус на внутренней жизни персонажей, которые могут реагировать на взгляд, разрушая «четвертую стену», давая зрителю понять, каково это – быть разглядываемым [30]. Несомненно, транслировать это альтернативное видение возможно лишь открыв киноиндустрию для тех, кто был изначально из нее исключен или довольствовался ограниченным набором ролей: актрис или секретарш [22]. Сегодня мы видим все больше примеров женского участия в творческом кинопроцессе (например, кинопроект «Матрешка» позиционируется как созданный полностью женской командой²), однако эта цифра несоизмерима с объемом традиционного мейнстримного кинематографа.

Будучи родственной киноискусству в средствах передачи сообщения и по силе эмоционального воздействия, реклама идет иным путем: визуальное повествование здесь подчинено маркетинговым целям по продвижению товара, услуги или идеи среди аудитории для увеличения продаж или узнаваемости бренда. Чаще всего зрителю неизвестна команда профессионалов – сценаристов, продюсеров, режиссеров, которые создают рекламный продукт, но присутствие попытки создания новой оптики здесь очевидно. Фемвертайзинг – это тип рекламы, которая бросает вызов стереотипам, обращаясь к потребителю с позиции социально ответственного бренда, провозглашающего гендерный паритет в качестве одной из своих ценностей. Этот тренд отражает меняющиеся культурные нормы и ценности, связанные с расширением прав и возможностей женщин и девочек, изображая их сильными и способными личностями. Исследования показывают, что женская аудитория ценит фемвертайзинг за создание такого образа у молодого поколения (91% из 600+ респондентов) и готова приобретать товары компании, если она строит свою рекламную коммуникацию на принципах гендерного равенства (52%) [12].

Женское присутствие в фемвертайзинге – стержень диегесиса: женщины часто изображаются занимающимися спортом, любимым делом, выполняю-

¹ Old Spice Russia. Как выбрать подарок мужчине? Youtube. 24 января 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CV0HG70ttfc> (дата обращения: 31.11.2023).

² Страховская О. 5 фактов о сериале «Матрешка» // Blueprint 05 февраля 2019. URL: <https://theblueprint.ru/culture/cinema/russian-doll> (дата обращения: 17.01.2024).

щими профессиональные обязанности; здесь отсутствуют застывшие образы идеальных супермоделей, а также редко фигурируют домохозяйки, выполняющие работу по дому или другие обязанности, связанные с браком или материнством [15]. Фактически это тот образ, о котором писала Фридан, призывая к большей репрезентативности в рекламе сильных и независимых женщин, критикуя представления маркетологов о том, что «покупка – это только кульминация сложных отношений, основанных в значительной степени на стремлении женщины узнать, как стать более привлекательной, лучшей домохозяйкой, превосходной матерью и т.д.», и их призывы использовать эту мотивацию в рекламе, строя сообщения на том, как товар может помочь ей «исполнить самые заветные роли в жизни» [27. Р. 215]. По сути, образы современного фемвертайзинга – это тоже интерпелляция, стереотип, формирующий иные представления – о том, какой сильной и независимой сегодня должна быть женщина, и, возможно, вызывающий фрустрацию у тех, кто ему не соответствует или ценит себя как домохозяйку, жену, мать и т.д.

Интерпелляция происходит благодаря прямому обращению к зрителю если не в речи героев, то через закадровый комментарий или текстовый призыв на экране, поскольку в рекламе, в отличие от кинематографа, «четвертой стены» очень часто просто нет. Зритель тут не просто скрытый наблюдатель: взгляд – это то, чем реклама обменивается с ним, чтобы сблизиться, создавая, возможно, иллюзию открытого и честного диалога между потребителем и брендом. В качестве примера можно привести кампанию «Like a Girl», бросающую вызов негативным стереотипам о физических возможностях девочек. В ролике сочетается картинка в кадре и за кадром; стереотипные представления о том, как «девочки» бегают, дерутся и т.д., противопоставляются сценам, в которых они действительно, всерьез выполняют эти действия; беседа с режиссером ролика перемежается прямыми обращениями к зрителю¹. В подобной рекламе предпринимается попытка показать, как человек чувствует себя в теле, а не как оно смотрится снаружи, поэтому здесь не ретушируются его несовершенства. Это часто шок-реклама, манифестирующая трансгрессирование, выход за пределы традиционно приемлемого для женщин. Среди наиболее ярких примеров последних лет в российском медиапространстве – кампании Dove², Nike³, Reebok⁴ в социальных сетях. Исследователи предполагают, что в будущем мировые бренды будут продолжать использовать гендерную повестку для поиска позиционирования вне традиционных бинарных оппозиций [31].

При этом «женский взгляд» может быть обращен и к мужчинам. «Это реклама для мужчин – губная помада, тушь для ресниц, лак для ногтей» – слоган кампании L’Oreal, запущенной в Германии в 2019 г.⁵ С помощью ин-

¹ Like a Girl. Always TV Commercial. Youtube 29 July 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5yLXrWlvwAo> (дата обращения: 31.11.2023).

² Dove. #ЗаКрасотуБезФильтров. URL: <https://www.dove.com/ru/stories/campaigns/confidence.html> (дата обращения: 18.12.2023).

³ NikeWomen. Из чего же сделаны наши девчонки? Youtube 16 февраля 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xifSHMbGSKI> (дата обращения: 31.11.2023).

⁴ Кампания Reebok #нивкакиерамки вывела из себя рунет. AdIndex 7 февраля 2019. URL: <https://adindex.ru/news/creative/2019/02/7/269783.phtml> (дата обращения: 31.11.2023).

⁵ Ads of the world. L’Oreal: This is an ad for men – lipstick, mascara, nail polish. URL: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/this-is-an-ad-for-men-lipstick-mascara-nail-polish> (дата обращения: 31.11.2023).

фографики, составленной из изображений декоративной косметики и размещаемой в печатных СМИ, рекламное агентство McCann транслирует результаты проведенных брендом исследований, выявивших рост прибыли в тех организациях, где высшие управленческие посты занимают женщины. Основное сообщение кампании – «Нанимайте больше женщин на лидерские должности. Мы того стоим» – передано визуальным языком, который понятен не только женщинам, но и управленцам-мужчинам.

Попытки привлечь зрителей к новой оптике мы наблюдаем и у российских компаний: коллаборация спортивного бренда IRNBY с художником Р. Кянджалиевым в 2021 г. привела к созданию серии эпатажных образов, в которых феминность парадоксальным образом сочетается с маскулинностью¹. Демонстрация женской одежды на модели-мужчине, как и сама линейка продукции бренда, здесь скорее является экспериментом в сфере спортивной эстетики, не отрицающим объективации и сексуализации, даже напротив, то ли обыгрывающим сексуальность, то ли иронизирующим над сексизмом, однако это послание формулируется в том же русле трансгрессии, выхода за пределы традиционного допустимого, что и современный глобальный фемвертайзинг.

Заключение

Искусство продолжает эволюционировать – перестраивается киноиндустрия: появляется все больше женщин-режиссеров, операторов и кинокритиков; модифицируется визуальный язык: демонстрация подчеркнуто сексуализированных частей тела требует большей осмысленности, персонаж начинает обращаться напрямую к зрителю, каст становится как никогда репрезентативным; меняются предпочтения аудитории, что непосредственно влияет на кассовые сборы, а значит, и на творческое самовыражение создателей картин. Трансформации сферы рекламы также связаны с эволюцией аудиторий и признанием маркетингом того, что у женщин сегодня больше власти и ресурсов, чем раньше, когда на них ориентировались в основном пионеры прямых продаж в «женских кружках» – Avon или Tupperware; сегодня это платежеспособный потребительский сегмент, не нуждающийся в одобрении своего выбора. Один из симптомов этого тренда – появление гибридных форм рекламы, где коммерческий посыл сочетается с социальным, – выражается в переходе от актерской игры к практически документальной рекламе, где протагонисты – это инфлюэнсеры, подкрепляющие рекламное сообщение не столько своим актерским талантом, сколько силой личности.

И все же у «женского взгляда», воплощенного в фемвертайзинге, находятся критики как в феминистической среде, так и вне ее. Во-первых, введение этого термина в научный дискурс подчеркивает обострение бинарной оппозиции и неопределенность статуса альтернативных гендерных идентичностей, которые могут выстраиваться вопреки запретам со стороны властных структур. Во-вторых, «женский взгляд» как линза, через которую можно увидеть и общечеловеческий опыт, и ценности маргинализированных групп, получает необоснованную привязку к полу, в связи с чем начинают возникать такие термины, как «женственный взгляд» (*feminine gaze*), – оптика, которую

¹ Зиза Т. Посмотрите на новую съемку IRNBY – спортивного бренда блогера-феномена Анастасии Мироновой // Интернет-журнал «Собака» 26 июля 2021. URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/heroes/132740> (дата обращения: 18.12.2023).

могут применять и мужчины, – что не способствует ясности понятийного аппарата гендерных исследований. Наконец, рекламное воздействие остается воздействием, и интерpellационный потенциал фемвертайзинга весьма высок: «женский взгляд» здесь оказывает не меньшее психологическое влияние, чем «мужской», транслируя представления о феминной нормативности.

Подытожим: стремление ввести термин «женский взгляд» в научный и общекультурный дискурс понятно – это попытка предложить иную интерпретацию и представление о порядке вещей, новый нарратив, отражающий ценности разных групп. Однако его «зона покрытия» все еще неясна: пока он концептуализируется апофатически, как отказ от самообъективации, бодийминга, сексуализации, стереотипизации, стигматизации. Парадоксально при этом то, что закрепление четкого определения понятия, возможно, приведет к формированию еще одного стереотипа.

Если же попытаться рассмотреть взгляд не как жесткие рамки, заключающие надзираемого в фуколдианский паноптикум, отчуждающие, дегуманизирующие, а как шаг к познанию Другого, мы придем к выводу, что это неотъемлемая часть процесса коммуникации; позволить Другому *смотреть* на себя – возможно, вначале по-сартровски, как на вещь, предмет его окружения, – значит, не мешать ему начать *видеть*, т.е. прийти к пониманию сущности. Количество субъектов познания в этом процессе определяет и разнообразие взглядов, которые невозможно четко разделить на две категории – мужских или женских. В рекламе как эпистемическом социокультурном феномене мы сегодня наблюдаем плюрализм подходов к человеку. Если одни бренды строят свою коммуникацию на философии равенства и справедливости, то для других, возможно, отход от традиционной рекламной образности оказывается токеном, символическим жестом, данью моде на инклюзивность или попыткой максимизировать прибыль. Как бы то ни было, любые шаги в этом направлении трансформируют дискурс, а значит, реструктурируют реальность и способствуют принятию многогранной сущности человека – им самим, его окружением и обществом в целом.

Список источников

1. Потанчук Е.Ю., Авдюшина К.С. Образ женщины в современной рекламе: основные тенденции 2016–2019 гг. // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 4 (72). С. 59–64.
2. Вавилова Ж.Е. Преломление социальной инклюзии в образах современной рекламы // Logos et Praxis. 2021. Т. 20, № 4. С. 100–108.
3. Wanshel E. Artist gives vintage ads a feminist makeover by swapping gender roles // Huffpost 27 November 2018. URL: https://www.huffpost.com/entry/artist-gives-vintage-ads-a-feminist-makeover-by-swapping-gender-roles_n_5a60f7c9e4b01767e3d1a484 (accessed: 31.11.2023).
4. Герасименко И.Е. «Мужской взгляд» и теория феминистского кино // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2017. № 4 (24). С. 42–51.
5. Щербенок А. Зеркало желаний: женщина как визуальный объект // Логос. 2012. № 6 (90). С. 196–203.
6. Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе. СПб. : Питер, 2008. 233 с.
7. Копанева Т.Г. Влияние гендерного фактора на коммуникативные процессы: социально-философский анализ : дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2004. 157 с.
8. Максимова О.Б. Социальная коммуникация гендера: на примере рекламы : дис. ... канд. филос. наук. М., 2003. 171 с.
9. Гоголева Е.Н. Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // Женщина в российском обществе. 2019. № 1 (90). С. 77–86.

10. Белокрылова М.А., Лазарев С.А. Феминизм как мировой коммерческий тренд // История и современное мировоззрение. 2020. № 4. С. 43–48.
11. Галанина Е.В. Гендерные исследования видеоигр // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2023. № 52. С. 25–38.
12. Skey S. Femvertising // iBlog magazine 01 April 2016. URL: http://cdn.sheknows.com/corporate.sheknows.com/production/nodes/attachments/24521/iBlog_Magazine-SheKnows-FemvertisingFeature.pdf?1429105587 (accessed: 31.11.2023).
13. Becker-Herby E. The rise of femvertising: authentically reaching female consumers: Professional M. A. in Strategic Communication. University of Minnesota-Twin Cities, 2016 URL: https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/181494/Becker-Herby_%20Final%20Capstone_2016.pdf;sequence=1 (accessed: 31.11.2023).
14. Омеляненко В.А. Образ современной женщины в рекламе: от стереотипизации до фемвертайзинга // Женщина в российском обществе. 2022. № 2. С. 119–127.
15. Панарина Е.С. Рекламный гендерный перформанс: как фемвертайзинг репрезентирует женщин // Inter. 2021. № 1. С. 63–88.
16. Lacan J. Le stade du miroir comme formateur de la fonction du je, telle qu'elle nous est révélée dans l'expérience psychanalytique // Revue Française de Psychanalyse. 1949. Vol. 13, № 4. P. 449–455.
17. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии / пер. В.И. Колядко. М. : Республика, 2004. 639 с.
18. Foucault M. Surveiller et Punir. Naissance de la Prison. Paris : Gallimard, 1975. 340 p.
19. Бодрийяр Ж. Экстаз коммуникации / пер. Д. В. Михель. Центр гуманитарных технологий, 2008. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/3091> (дата обращения: 31.11.2023).
20. Дебор Г.Э. Общество спектакля / пер. Б. Неман. Центр гуманитарных технологий, 2009. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3512> (дата обращения: 31.11.2023).
21. Mulvey L. Visual pleasure and narrative cinema // Screen. 1975. Vol. 16, № 3. P. 6–18.
22. Kilbourne J. Keynote speech at 2015 Shepard Symposium // Youtube 10 April 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7BKcXU-sFps> (accessed: 31.11.2023).
23. Galloway A.R., Thacker E., Wark M. Excommunication. Three inquiries in media and mediation. Chicago ; London : University of Chicago Press, 2013. 216 p.
24. Бовуар С. де. Второй пол. Т. 1 / под ред. С.Г. Айвазовой, коммент. М.В. Аристовой. М. : Прогресс; СПб. : Алетея, 1997. 832 с.
25. Sarkeesian A. The manic pixie dream girl (tropes vs. women) // Youtube 23 March 2011. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uqJUxqkcnKA> (accessed: 31.11.2023).
26. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. и вступ. статья С.Н. Зенкин. Центр гуманитарных технологий, 1995. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3496> (дата обращения: 31.11.2023).
27. Friedan B. The Feminine Mystique. Dell Publishing Company, 1983. 420 p.
28. Гурьянов А.С., Закирова Г.Ф. Культ корпоральности и тело как рекламный продукт // Человек в измерении рекламы и PR: материалы Всероссийской конференции, Казань, 23–25 марта 2022 года / под ред. Э.Б. Миннуллиной. Казань : Казанский гос. энерг. ун-т, 2022. С. 23–27.
29. Telfer T. How do we define the female gaze in 2018? // Vulture 2 August 2018. URL: <https://www.vulture.com/2018/08/how-do-we-define-the-female-gaze-in-2018.html> (accessed: 31.11.2023).
30. Soloway J. The female gaze // Youtube 11 September 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pnBvppooD9I&t=2668s> (accessed: 31.11.2023).
31. Солодихина Э.В. Конструирование гендера в социальных сетях на примере бренда спортивной одежды Nike: новые женщины и прежние мужчины? // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2020. № 40. С. 122–130.

References

1. Potapchuk, E.Yu. & Avdyushina, K.S. (2020) *Obraz zhenshchiny v sovremennoy reklame: osnovnye tendentsii 2016–2019 gg.* [The image of a woman in modern advertising: Main trends of 2016–2019]. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika.* 4(72). pp. 59–64.
2. Vavilova, Zh.E. (2021) *Prelomlenie sotsial'noy inkluzii v obrazakh sovremennoy reklamy [Social Inclusion Reflected in the Images of Modern Advertising]. Logos et Praxis.* 20(4). pp. 100–108.
3. Wanshel, E. (2018) *Artist gives vintage ads a feminist makeover by swapping gender roles.* *Huffpost.* 27th November. [Online] Available from: www.huffpost.com/entry/artist-gives-vintage-ads-a-feminist-makeover-by-swapping-gender-roles_n_5a60f7c9e4b01767e3d1a484 (Accessed: 31st November 2023).

4. Gerasimenko, I.E. (2017) "Muzhskoy vzglyad" i teoriya feministского кино ["The male gaze" and the theory of feminist cinema]. *Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L.N. Tolstogo*. 4(24). pp. 42–51.
5. Shcherbenok, A. (2012) Zerkalo zhelaniya: zhenshchina kak vizual'nyy ob'ekt [Mirror of Desire: Woman as a Visual Object]. *Logos*. 6(90). pp. 196–203.
6. Kaftandzhiev, Kh. (2008) *Geroi i krasavitsy v reklame* [Heroes and Beauties in Advertising]. St. Petersburg: Piter.
7. Kopaneva, T.G. (2004) *Vliyaniye gendernogo faktora na kommunikativnyye protsessy: sotsial'no-filosofskiy analiz* [The Influence of the Gender Factor on Communication Processes: Social and Philosophical Analysis]. Philosophy Cand. Diss. Rostov on Don.
8. Maksimova, O.B. (2003) *Sotsial'naya kommunikatsiya genera: na primere reklamy* [Social Communication of Gender: Using Advertising as an Example]. Philosophy Cand. Diss. Moscow.
9. Gogoleva, E.N. (2019) Gendernyye stereotipy v televizionnoy reklame kak otrazheniye gendernogo neravenstva [Gender stereotypes in television commercials as a gender inequality reflection]. *Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*. 1. pp. 77–86.
10. Belokrylova, M.A. & Lazarev, S.A. (2020) Feminizm kak mirovoy kommercheskiy trend [Feminism as a global commercial trend]. *Istoriya i sovremennoye mirovozzreniye*. 4. pp. 43–49.
11. Galanina, E.V. (2023) Gender studies of video games. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 52. pp. 25–38. (In Russian).
12. Skey, S. (2016) Femvertising. *iBlog Magazine*. 1st April. [Online] Available from: http://cdn.sheknows.com/corporate.sheknows.com/production/nodes/attachments/24521/iBlog_Magazine-SheKnows-FemvertisingFeature.pdf?1429105587 (Accessed: 31st November 2023).
13. Becker-Herby, E. (2016) *The rise of femvertising: authentically reaching female consumers*. Professional M.A. in Strategic Communication. University of Minnesota-Twin Cities.
14. Omelyanenko, V.A. (2022) Obraz sovremennoy zhenshchiny v reklame: ot stereotipizatsii do femvertayzinga [The image of a modern woman in advertising: from stereotyping to femvertising]. *Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*. 2. pp. 119–127.
15. Panarina, E.S. (2021) Reklamnyy gendernyy performans: kak femvertayzing reprezentiruet zhenshchin [Advertising gender performance: how femvertising represents women]. *Inter*. 1. pp. 63–88.
16. Lacan, J. (1949) Le stade du miroir comme formateur de la fonction du je, telle qu'elle nous est révélée dans l'expérience psychanalytique. *Revue Française de psychanalyse*. 13(4). pp. 449–455.
17. Sartre, J.-P. (2004) *Bytie i nichto. Opyt fenomenologicheskoy ontologii* [Being and Nothingness: An Essay on Phenomenological Ontology]. Translated from French by V.I. Kolyadko. Moscow: Respublika.
18. Foucault, M. (1975) *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
19. Baudrillard, J. (2008) *Ekstaz kommunikatsii* [The Ecstasy of Communication]. Translated from French by D.V. Mikhel. [Online] Available from: gtmarket.ru/library/articles/3091 (Accessed: 31st November 2023).
20. Debord, G.-E. (2009) *Obshchestvo spektaklya* [The Society of the Spectacle]. Translated from French by B. Neman. [Online] Available from: gtmarket.ru/library/basis/3512 (Accessed: 31st November 2023).
21. Mulvey, L. (1975) Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*. 16(3). pp. 6–18.
22. Kilbourne, J. (2015) *Keynote speech at 2015 Shepard Symposium* (April 10). [Online] Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=7BKcXU-sFps> (Accessed: 31st November 2023).
23. Galloway, A.R., Thacker, E. & Wark, M. (2013) *Excommunication. Three inquiries in media and mediation*. Chicago, London: University of Chicago Press.
24. Beauvoir, S. de (1997) *Vtoroy pol* [The Second Sex]. Translated from French. Moscow: Progress; St. Petersburg: Aleteyya.
25. Sarkeesian, A. (2011) *The manic pixie dream girl (tropes vs. women)*. 23rd March. [Online] Available from: www.youtube.com/watch?v=uqJUxqkcnKA (Accessed: 31st November 2023).
26. Baudrillard, J. (1995) *Sistema veshchey* [The System of Things]. Translated from French by S.N. Zenkin. [Online] Available from: gtmarket.ru/library/basis/3496 (Accessed: 31st November 2023).
27. Friedan, B. (1983) *The Feminine Mystique*. Dell Publishing Company.
28. Gurianov, A.S. & Zakirova, G.F. (2022) Kul't korpornosti i telo kak reklamnyy produkt [The cult of corporality and body as an advertising product]. In: Minnullina, E.B. (ed.) *Chelovek v izmerenii reklamy i PR* [Human in the Dimension of Advertising and PR]. Proc. of the All-Russian Conference. Kazan, March 23–25, 2022. Kazan: KSPEU. pp. 23–27.

29. Telfer, T. (2018) How do we define the female gaze in 2018? *Vulture*. 2nd August. [Online] Available from: www.vulture.com/2018/08/how-do-we-define-the-female-gaze-in-2018.html (Accessed: 31st November 2023).

30. Soloway, J. (2016) *The female gaze*. 11th September. [Online] Available from: www.youtube.com/watch?v=pnBvppooD9I&t=2668s (Accessed: 31st November 2023).

31. Solodukhina, E.V. (2020) Constructing gender in social networks on the example of the Nike sportswear brand: the new women and the same men. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 40. pp. 122–130. (In Russian). DOI: 10.17223/22220836/40/10

Сведения об авторе:

Вавилова Ж.Е. – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и медиакоммуникаций Казанского государственного энергетического университета (Казань, Россия). E-mail: zhannavavilova@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Vavilova Zh.E. – Candidate of Philosophy, Associate Professor of Department of Philosophy and Media Communications, Kazan State Power Engineering University (Kazan, Russia). E-mail: zhannavavilova@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 19.01.2024;
одобрена после рецензирования 29.01.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 19.01.2024;
approved after reviewing 29.01.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 77.04

doi: 10.17223/22220836/58/3

ГЕЛИОГРАФИЧЕСКАЯ МИССИЯ: ИСТОРИЯ И МИФ. ЧАСТЬ 2

Екатерина Викторовна Васильева

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия,
ev100500@gmail.com*

Аннотация. Проект Гелиографической миссии считается одним из наиболее специфических явлений в истории фотографии. Его оценивают и как систему, связанную с фиксацией и охраной исторических памятников, и как материал, соотношенный с развитием новой изобразительной программы. Задача данной статьи – обозначить исторический регламент и содержательные концепты Гелиографической миссии. В статье обозначены основные векторы исследования. Первый – положение Гелиографической миссии в системе официальных институций по охране памятников и фотографически обществами. Второй – исследование визуальной практики Гелиографической миссии и связанное с ней формирование идеологического и визуального стандарта. Вторая часть статьи посвящена регламенту Гелиографической миссии в системе архитектурной фотографии.

Ключевые слова: Гелиографическая миссия, архитектурная фотография, фотография города, охрана памятников, Гюстав Ле Грей, Ипполит Баярд, Анри Ле Сек, Эдуард Бальдюс, Огюст Местраль

Для цитирования: Васильева Е.В. Гелиографическая миссия: история и миф. Часть 2 // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 21–32. doi: 10.17223/22220836/58/3

Original article

MISSIONS HÉLIOGRAPHIQUES: HISTORY AND MYTH. PART 2

Ekaterina V. Vasilyeva

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation, ev100500@gmail.com

Abstract. The photographic project of the Missions Héliographiques can be called one of the most specific phenomena in the history of photography. It is customary to evaluate it as a system associated with the fixation and protection of historical monuments and, at the same time, as a material correlated with the development of a new visual program and a new visual mythology.

Formed on the platform of the Commission for the Protection of Monuments and remaining one of the examples of early photography, the pictorial project of the Missions Héliographiques, at the same time, became a model of a new visual ideology and a marker of a new artistic practice. The project of the Missions Héliographiques articulated the pictorial mythology of photography, indicated the possibility of the manifest and latent existence of the frame. The Missions Héliographiques discovered the paradoxical possibility of the presence in photography of the invisible, illusory and hidden.

The text examines the historical aspects, as well as the main directions that are associated with its activities. The research strategy of this work is focused on two main directions. The first is the presentation of factual material related to the activities of the Missions Héliographiques: despite the apparent abundance of material, its activities have been studied fragmentarily. The second research vector is the visual program and the ideological system of images. The dynamics of the visual practice of the Missions Héliographiques and the

ideological and visual standard associated with it are considered. The article considers the history of the development of the pictorial narrative, formed under the influence of the Missions Héliographiques.

The purpose of this article is to identify the main historical regulations and articulate the basic meaningful concepts related to the the Missions Héliographiques. The article identifies three main vectors of research. The first is the position of the Heliographic Mission in the system of official institutions for the protection of monuments and photographic societies. The second is the study of the visual practice of the Heliographic mission and the formation of an ideological and visual standard associated with it. The second part of the article is devoted to the regulations of the Heliographic mission in the system of architectural photography.

Keywords: Missions Héliographiques, architectural photography, city photography, monument protection, Gustave Le Grey, Hippolyte Bayard, Henri Le Sec, Edouard Baldu, Auguste Mestral

For citation: Vasilyeva, E.V. (2025) Missions héliographiques: history and myth. Part 2. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 20–32. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/3

Гелиографическая миссия и Гелиографическое общество

Фотографический проект Комиссии по историческим памятникам была обозначена как «Миссия Комитета по историческим памятникам, возложенная на различных членов Гелиографического общества» [1]. Термин «Гелиографическая миссия» возник много позже и был инициирован исследователями, а не администрацией Комитета по историческим памятникам [2. P. 16]. Ключевую роль в формировании и развитии Гелиографической миссии сыграло Гелиографическое общество, которое, в свою очередь, было основано в 1851 г. [3. С. 69].

Идея создания Гелиографического общества принадлежала издателю и фотографу Бенито де Монфору (1800–1871). Испанец по происхождению, Бенито Раймундо Монфор Бланш принадлежал известной династии печатников и гравюров. Он изучал искусство гравюры в Валенсии, в 1822 г., после смерти своего двоюродного брата, получил большое наследство и в последующие годы жил между Парижем и Валенсией.

Хельмут Гернсхайм называл Гелиографическое общество первым объединением, связанным с изучением фотографии [4]. Общество располагалось по адресу рю дель Аркад, 15, что совпадало с домашним адресом де Монфора и где в просторной квартире, состоящей из пяти комнат, происходили встречи членов созданного общества. Также гелиографическое сообщество издавало газету *La Lumière*, посвященную обсуждению технических вопросов фотографии [5]. *La Lumière* выходила с подзаголовком «Еженедельная аполитичная газета об изящных искусствах, гелиографии и науках» [5]. До 29 октября 1851 г. вышло тридцать восемь номеров. Главным редактором в этот момент был Жюль-Клод Циглер, а секретарем редакции – Франсуа-Август Ренар (1806–1890) [6. P. 65]. Оба мастера были известны как ученики Ипполита Баяра [6. P. 67].

В ноябре 1851 года концепция журнала была скорректирована. Он начал выходить с подзаголовком «Обзор фотографии, изящных искусств, гелиографии и науки». Также изменилась периодичность издания: теперь новый номер выходил раз в две недели. Руководство журналом взял на себя Алексис

Годен, специалист по стереоскопической фотографии. Постепенно журнал сконцентрировался на темах, интересных братьям Годен, и в таком виде просуществовал до 1864 г.

В первом номере журнала был опубликован устав Гелиографического общества. На страницах газеты *La Lumière* в 1851–1852 гг. будут публиковаться и эпизодические статьи, и комментарии, связанные с деятельностью Гелиографической миссии. На протяжении многих лет публикации в *La Lumière* будут единственным публичным представлением миссии. Гелиографическое общество просуществовало до марта 1853 г., а затем стало своеобразным прототипом для создания Французского общества фотографии, основанного в ноябре 1854 г.

Гелиографическое общество возглавил дагеротипист и дипломат барон Жан-Батист Луи Гро. Сообщество объединило художников, писателей, ученых и меценатов, проявлявших интерес к развитию фотографии. Гелиографическое общество насчитывало более ста участников. Членами первого совета стали Ипполит Баярд, Эдмон Беккерель, Бенжамен-Делессер, Эжен Дюрье, Леон де Лаборд, Огюст Местраль, Бенито Р. де Монфор, Абель Ньепс де Сен-Виктор и Жюль-Клод Циглер. Чуть позже к ним присоединились художник Эжен Делакруа, оптик Шарль Шевалье и фотографы Эдуард Бальдус, Гюстав Ле Грей и Анри Ле Сек.

Гелиографическая миссия: начало проекта

В 1851 г. на участников Гелиографического общества была возложена миссия по фотографической фиксации исторических памятников. Не вполне понятно, кому именно принадлежала инициатива проекта: Комиссии по историческим памятникам или Гелиографическому обществу. Очевидно, что и одно, и другое сообщества были заинтересованы в использовании идеологических акцентов, которые складывались вокруг фотографии [7. С. 174]. Комиссия по историческим памятникам, очевидно, видела в фотографии и функциональный инструмент фиксации памятников, и маркер технологической революции, позволяющий использовать новые научные инструменты для защиты исторического наследия.

Для Гелиографического общества проект, в свою очередь, был фактом его признания как важной институции и знаком включенности в профессиональную государственную систему. Участие в государственных проектах поддерживало статус как самого Гелиографического общества, так и фотографии как особого направления деятельности. Учитывая, что во Франции, в силу государственной поддержки, фотография обладала особой репутацией национального достояния (Дагер был единственным изобретателем фотографического процесса, получившим последовательную государственную поддержку), участие в фотографическом проекте было способом поддержки этого статуса. В определении положения Гелиографического общества важен тот факт, что фотография во Франции оценивалась не только как научное или техническое новшество, но и обладала значением проекта, находящегося под покровительством государства [8. Р. 68]. В частности, фотографию использовали в качестве дипломатических подарков.

Первые попытки использования фотографических техник для фиксации исторических памятников относятся, по-видимому, к 1850 г., когда Анри Ле

Секу была заказана съемка Амьенского собора перед началом реставрации Виолле-ле-Дюком [9]. В данном случае речь идет о ранних формах съемки, предваряющей реставрационные работы и отчасти ориентированной на задачи прикладного толка. Равновесие между утилитарным и художественным будет одной из специфических характеристик снимков будущей Гелиографической миссии [10].

Начало проекта Гелиографической миссии, насколько можно судить по архивным документам, относилось к первым месяцам 1851 г. [11. Р. 34]. Из протоколов следует, что Анри Ле Сек был выбран первым фотографом миссии – это произошло 10 января 1851 г. Приглашение Эдуарда Бальдюса и Августа Местралья состоялось 17 января. 28 февраля Местраль был уволен, а затем снова восстановлен 9 мая и приглашен в проект вместе с Гюставом Ле Греем. 28 февраля 1851 г. вместо уволенного Августа Местралья был приглашен Ипполит Байар. Из всех участников Гелиографической миссии только фотографии Бальдюса [12], Байара и Ле Сека были впоследствии частично опубликованы на страницах журнала *La Lumière* [1].

Также на страницах *La Lumière* публиковались небольшие отчеты о прохождении проекта [3. С. 29]. Один из первых отзывов был опубликован 29 июня. Он описывал общее направление и цели проекта. В релизе, опубликованном 6 июля 1851 г., был представлен маршрут Ипполита Байара и Анри Ле Сека. Наконец, 20 июля 1851 г. был опубликован последний отчет, где был представлен маршрут Эдуарда Бальдюса. Этот скудный материал создавал крайне ограниченное представление о проекте, не давая понимания целого перечня вопросов, связанных с проектом. Из коротких текстовых фрагментов, опубликованных в журнале *La Lumière*, непонятно, ни каким образом происходил отбор фотографов, ни какие именно фотографии были выполнены. Эти и последующие материалы свидетельствовали лишь о том, что материалы Гелиографической миссии не публиковались систематически на протяжении XIX столетия [13. Р. 100], а возможные отдельные случаи публикации избранных фотографий, как полагают, для частных коллекций [5. Р. 55], не меняют общей картины: изображения Гелиографической миссии долгое время хранились как сокрытые и невидимые [14. С. 178].

Проект Гелиографической миссии: объем и публикации

В своих исследованиях французский историк Анна де Монденар называет порядка 279 отпечатков, связанных с Гелиографической миссией. Они хранятся в разных библиотеках, прежде всего, в библиотеках Франции [2. Р. 12]. В настоящий момент принято считать, что было выполнено 258 отпечатков. Эти цифры основаны на данных архивных описей [15]. Сохранился 251 негатив и 7 негативов указаны как отсутствующие. На негативах были процарапаны номера, в некоторых случаях совпадающие с номерами описи. Из тех же описей следует, что Ипполит Байар не принимал участия или принимал крайне эпизодическое участие в работе над проектом [3. С. 70]. Гюстав Ле Грей и Август Местраль работали вместе: их снимки обозначены как совместный проект [2]. Однако принято считать, что Местраль работал как ассистент или ученик Гюстава Ле Грея, поэтому авторство работ принято приписывать именно Ле Грею [16].

Отдельный вопрос связан с содержательным наполнением проекта. Не до конца понятно, как происходил выбор тех или иных объектов и почему были сфотографированы именно эти, а не другие памятники. Полагают, что операторы ориентировались на рекомендации и списки, подготовленные Комиссией исторических памятников. В то же время заказ и финальный перечень объектов часто не совпадали. Это расхождение связывают как с личными предпочтениями фотографов, так и с техническими возможностями съемки: в условиях ранней оптики многие объекты было невозможно зафиксировать.

В некоторых случаях нумерация негативов не совпадает с маршрутом следования. Это заставляет предположить, что некоторые операторы действовали достаточно свободно. В частности, эту особенность обнаруживают в работах Ле Грея и Местраля. Они скрупулезно следуют предоставленному им списку, однако нумерация негативов говорит о том, что они выбрали другую последовательность движения и другой маршрут следования [1].

Не вполне понятен статус фотографий Ипполита Байара. В рапорте от 24 сентября 1852 г. указано, что работы Ипполита Байара не предоставлены. Байар не распечатывал свои негативы для Гелиографической миссии, тем не менее в альбомах парижского издателя Бланкар-Эврара были опубликованы снимки Байара, соответствующие списку миссии.

Полагают, что значительная часть работ была предоставлена Комиссии в 1852 г. В отчете от 26 января речь шла о выплате участникам гонораров за проделанную работу. В отчете, отправленном в министерство 24 сентября 1852, говорится о предоставлении работ всеми участниками кроме Ипполита Байара [17. Р. 79]. Дальнейшая последовательность событий, связанная с проектом Гелиографической миссии, хорошо известна: фотографии (повидимому, за исключением снимков Ипполита Байара), не были опубликованы, а основной объем негативов даже не был распечатан [8. Р. 312]. Историческая судьба снимков Гелиографической миссии приобрела специфический характер.

Гелиографическая миссия и традиция архитектурной фотографии

Невольно обозначив миф невидимого изображения, Гелиографическая миссия одновременно с этим стала одним из канонических примеров ранней архитектурной фотографии. Хорошо известно, что архитектура оказалась одной из первых фотографических тем. Архитектурные памятники давали стабильный неподвижный объект (ранняя фотография известна своей крайне продолжительной выдержкой) [18. С. 120], а также предоставляли объект, часто обладающий статусом художественного памятника. Одна из первых фотографий, сделанная Ньепсом («Вид из окна в Ле Гра», 1826 г.), была связана с изображением архитектурных элементов. Городской вид и архитектуру города можно назвать важными темами в ранних работах Луи Жака Манде Дагера («Бульвар дю Тампль», 1838 г.). Архитектура была ключевым сюжетом «Карандаша природы» Уильяма Генри Фокса Тэлбота [19].

Первые годы существования фотографии сформировали устойчивую традицию обращения к архитектурным памятникам как основной изобразительной теме [3. С. 10]. К этому жанру относились и египетские снимки Максима Дю Кана, и виды Парижа Жозеф-Филибера Жиро де Пранжи, и более

поздние панорамы Эдо Феликса Беато [20. Р. 36]. Фактически речь шла о формировании двух основных фотографических жанров: туристической фотографии, где архитектура фигурировала как часть исторического и поэтического ландшафта, а также культуры городского вида, связанного с живописной традицией, объединившей архитектуру и жизнь большого города [3. С. 12]. В ранней городской фотографии архитектура возникала как исторический памятник (в некоторых случаях как исторический контекст). Само по себе появление архитектурного ландшафта было признаком знаточества и позволяло рассматривать фотографию и как документ, и как маркер художественного вкуса.

Архитектура подчеркивала не буржуазный, а интеллектуальный статус кадра. Портретная фотография вызывала последовательную критику в силу своей примитивности и часто – неуместного пафоса. Портретная фотография казалась демонстрацией мелких амбиций и комичной наивности [21. Р. 30]. В качестве примера можно привести смехотворный дистанционный заказ фотографии провинциальным буржуа, который Надар описывает в своих воспоминаниях [22. Р. 25]. Критически к портретной фотографии относился и Шарль Бодлер. В Салоне 1859 г. он оценивает портретный жанр как излишне примитивный и банальный [23]. Напротив, архитектурная фотография, сосредоточенная на памятниках культуры, предметной среде и художественном наследии, формировала аналитический вектор, казалась показателем просвещенности и воспринималась частью интеллектуальной жизни [24. С. 279].

Эмфатический принцип кадра, о котором говорила Сьюзен Зонтаг [25. Р. 16] и который при портретировании обывателей приобретал негативное значение, в изображении архитектуры обладал иным смыслом. Архитектурная фотография позволяла акцентировать памятники, ранее неизвестные или незамеченные. Развитие архитектурной фотографии совпало с ревизией художественного наследия, предпринятого не только государственными структурами, но и в интеллектуальной среде. Интерес к периферийным или неканоническим памятникам, обозначенный, в частности, такими специалистами, как Джон Рескин, привел к радикальному пересмотру всей концепции художественной системы и ее истории. Фотография играла в этом процессе не последнюю роль. Архитектурные снимки стали одним из маркеров просвещенности, сосредоточив внимание и введя в исследовательский оборот памятники второго ряда.

Десять с небольшим лет, прошедшие с момента изобретения фотографии до создания Гелиографической миссии, – крайне непродолжительный срок для того, чтобы можно было говорить о формировании устойчивых изобразительных форм [26. Р. 290]. Снимки Гелиографической миссии формировались в рамках непродолжительной, но последовательной традиции, они существовали в условиях существующего контекста – как фотографического, так и живописного. Кадры, созданные в рамках проекта, продолжали существовать изобразительную практику или противостояли ей. Также очевидно, что Гелиографическая миссия сформировала собственную традицию – скорее идеологическую, нежели изобразительную. Деятельность Гелиографической миссии определила многие стандарты архитектурной фотографии [10. С. 65].

Условия архитектурного рисунка и ранняя архитектурная фотография: Гелиографическая миссия и ее специфика

Деятельность Гелиографической миссии совпала с важным этапом развития архитектурных изображений. Она играла ведущую роль при переходе от архитектурного рисунка к архитектурной фотографии. Здесь принципиально важными оказались несколько моментов. Прежде всего, изменились условия видения и способы демонстрации объекта. Рисунок или рисованная иллюстрация позволяли корректировать изображение. Снимок практически сразу (с момента своего изобретения) столкнулся с ситуацией, когда возможности видения художника и фотографа не совпадали. Там, где художник использовал условия естественного зрения, фотограф был ограничен возможностями камеры, объектива и кадра. С этой проблемой практически сразу столкнулась ранняя фотография архитектуры. Например, в «Карандаше природы» [19. Р. XXII] пространственные возможности и специфика камеры не позволили Тэлботу сфотографировать фасад Вестминстерского аббатства целиком [18. С. 125]. В результате Тэлбот был вынужден сделать кадр, который представил только часть фасада, т.е. фактически запечатлел монотонную часть стены.

Другой момент – это условия съемки, которые были изначально определены ранней фотографической техникой. Сьюзен Зонтаг обращала внимание на тот факт, что фотография как техника не обладала возможностью избегать объектов [25]. Если посторонние предметы (уличная мебель, растения, фонарные столбы) попадали в кадр – они оставались запечатленными на фотографии и не могли быть удалены без специальных манипуляций. Ранняя фотография (и снимки Гелиографической миссии относятся к их числу) обладала крайне ограниченными возможностями корректировки кадра. Фактически объект мог быть удален или приближен только в результате передвижения камеры. И если условия ландшафта не позволяли двигать камеру, снимок мог быть исполнен только в заданных физических условиях. Это ставило фотографию в целом и Гелиографическую миссию в частности в специфическую ситуацию: снимок не мог быть таким, каким ее хотел видеть мастер, – она была таковой, какой ее позволяли сделать условия съемки. Фотограф лишь выбирал наиболее приемлемый или интересный для него кадр из крайне ограниченного набора вариантов.

Коллизия ранней фотографии (и Гелиографической миссии в том числе) – это противоречие между традицией архитектурного рисунка (как технического, так и событийного) и новыми условиями кадра, которые определяла фотография. На протяжении столетий своего существования – а возникновение архитектурного рисунка связывают с периодом позднего Ренессанса и традицией городских атласов [27] – формировалась традиция городского вида. Эта традиция была связана и с условным набором тем (городские панорамы, изображение отдельных зданий, городские праздники и капричос), и с устоявшимися приемами. В некоторых случаях (например, в изображении Венеции) речь шла об устоявшихся ракурсах и точках изображения [10. С. 80].

В силу специфики новой техники изобразительные приемы даже в хорошо известном архитектурном пространстве (например, в Венеции, архитек-

турный ландшафт которой был последовательно регламентирован на протяжении нескольких столетий) не срабатывали. Камера задавала ракурс и условия видения, которые при всем сходстве не совпадали с живописным изображением. Изначальные надежды, что фотография станет «совершенной живописью», воспроизведя канонические живописные ракурсы, не оправдались. Вопреки ожиданиям, фотографическая техника позволяла создать не ожидаемую и хорошо узнаваемую копию картины, а изображение, подчиненное другим визуальным стандартам. Довольно быстро фотография (и Гелиографическая миссия принимала в этом процессе активное участие) создала свой собственный набор устойчивых приемов и клише. Они формировали собственный изобразительный шаблон и собственный визуальный нарратив [28. С. 10], который при этом не совпадал с живописной иконографией города.

Это изменение визуального стандарта городского вида было обоюдным процессом, который происходил и в сфере фотографии, и в области рисунка. В свое время американский исследователь Питер Галасси обратил внимание на тот факт, что незадолго до изобретения фотографической техники архитектурный рисунок затронули кардинальные преобразования [29]. В рисунке стали появляться ракурсы, ранее не типичные ни для рисунка в целом, ни для архитектурного изображения в частности. Это изменение изображения фактически маркировало преобразование системы и принципов видения. Изменение характера рисованного изображения, интерес к детали, фрагменту и ракурсу обнаружил как трансформацию изобразительного формата, так и трансформацию специфики видения. Новая система продемонстрировала готовность видеть объект набором деталей или фрагментов, а не частью ландшафта, панорамы или цельным объектом. Эти новые принципы дали о себе знать и в снимках Гелиографической миссии.

Архитектура, фотография и специфика Гелиографической миссии

Кадры Гелиографической миссии оказались зависимы, с одной стороны, от условий фотографической техники, а с другой – от того нового визуального формата, который складывался в изобразительной системе в целом. Ограниченные возможностями ракурса и техники, кадры гелиографической миссии оказались сосредоточены на представлении архитектуры как фрагмента. В тех случаях, когда поэтический кадр был невозможен, снимок был сосредоточен на архитектурных формах.

Это, в свою очередь, привело к формированию специфических изобразительных и смысловых акцентов. Основой нового художественного зрения стали деталь, фрагмент, часть целого. Такой взгляд подразумевал как новое осознание архитектуры, так и новое понимание изображения. Представление об архитектуре как о единой системе оказалось нарушено. Здание возникало на фотографии как элемент, модуль, кусок. Этот способ видения подразумевал и новое понимание изображения.

Кадр формировался как демонстрация фрагмента (части пространства, архитектурного объема), а не как представление целого. Ранняя архитектурная фотография и снимки Гелиографической миссии фактически позволяют

говорить о смене изобразительного стандарта, о новом понимании концепции картины. Продолжив преобразования, обозначенные в архитектурном рисунке, фотография представила изображение способом демонстрации фрагмента. Фотография стала инструментом представления целого как набора локальных элементов.

Эта особенность, на которую Питер Галасси обращает внимание на стадии преобразования рисунка рубежа XVIII–XIX вв. и которое, ориентируясь на концепцию Мишеля Фуко, мы можем представить как маркер изменения системы мышления [30. Р. 8], стала одним из центральных качеств ранней фотографии в целом и Гелиографической миссии в частности. Фотография способствовала превращению изображения во фрагмент, а архитектурного объекта – в набор деталей. Архитектурная фотография в большей степени, нежели любой другой изобразительный формат, обозначила свойство кадра представлять отрывок действительности и одновременно с этим подразумевать действительность набором фрагментов.

Снимок с его техническими ограничениями устанавливал фрагментарное видение как базовую систему и форму мышления. Архитектурная фотография формировала идеологию модульного отрывочного зрения и одновременно определяла опыт восприятия объекта частями и с близкого расстояния [3. С. 12]. В фотографическом изображении архитектурное сооружение перестало существовать как целое и превратилось в набор элементов, ракурсов, точек зрения. Эти отрывки в фотографии были практически не связаны между собой и существовали как хаотичное собрание разрозненных изображений.

В архитектурной фотографии эта специфика кадра ощущалась заметнее, нежели в любом другом фотографическом жанре. В отличие от пейзажа архитектурная фотография была построена вокруг одного объекта, изображение которого далеко не всегда соответствовало техническим возможностям кадра, замыслу фотографа и его ожиданиям. Там, где в пейзажной съемке фотография сталкивалась с однородным монотонным пространством, архитектурная фотография находила объект, который было крайне сложно охватить целиком. Архитектура стала частью символического пространства, связанного с формированием новой системы видения и новой системы ценностей [31. Р. 279].

Фотография изменила взгляд на архитектуру, обнаружив в ней компоненты, которые раньше ускользали от человеческого взгляда, и обозначив архитектурный объект как вещь [24. С. 277]. Снимок позволил акцентировать элементы, которые до того момента были практически недоступны или невидимы: рельефные композиции, капители колонн, элементы сводов. Снимок преобразовывал архитектурный объект. Фотография, сама по себе являясь эмфатической конструкцией, заметно увеличила значение близкого зрения, которое не позволяет охватить объект (или явление) целиком и не стремится к этому. Гелиографическая миссия, насколько об этом можно судить по сохранившимся изображениям, увеличила статус детали, сделав его основой видения и базой художественной системы. Ранняя архитектурная фотография и Гелиографическая миссия сделали фрагмент основой художественного мышления. Идеология фрагмента стала основой архитектурной фотографии и визуального мышления в целом.

Список источников

1. *Mondenard A.* La Mission héliographique : mythe et histoire // *Études photographiques*, 2 Mai 1997. URL: <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/127> (дата обращения: 10.07.2023).
2. *Mondenard A.* La Mission héliographique : Cinq photographes parcourent la France en 1851. Paris: Monum, Éditions du patrimoine, 2002. 320 p.
3. *Васильева Е.* Город и Тень. Образ города в художественной фотографии XIX–XX веков. Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2013. 280 с.
4. *Gernsheim A., Gernsheim H.* The History of Photography from the Earliest Use of the Camera Obscura in the Eleventh Century up to 1914. Londres, New York, Toronto : Oxford University Press, 1955. 395 p.
5. *Jammes A., Parry Janis E.* The Art of French Calotype: With a Critical Dictionary of Photographers, 1845–1870. Princeton : Princeton University Press, 1983. 284 p.
6. *Werren J.* Jules Ziegler: un élève oublié d'Hippolyte Bayard // *Études photographiques*. 2002. № 12. P. 64–97.
7. *Васильева Е.* Фотография и внелогическая форма. М. : Новое лит. обозрение, 2019. 312 с.
8. *Krauss R.* Photography's Discursive Spaces: Landscape/View // *Art Journal*. Vol. 42, № 4, The Crisis in the Discipline (Winter, 1982). P. 311–319.
9. *Naef W.* Regards sur la photographie en France: 180 chefs-d'oeuvre de la Bibliothèque nationale. Paris : Berger-Levrault, 1980. 186 p.
10. *Васильева Е.* Ранняя городская фотография: к проблеме иконографии пространства // *Международный журнал исследований культуры*. 2020. № 1 (37), С. 65–86.
11. *Christ Y., Néagu P. et al.* La Mission héliographique, photographies de 1851. Paris : Inspection Générale des Musées Classés et Contrôlés, 1980. 220 p.
12. *Позднякова К.Г.* Теория фотографии в 36 главах // *Вестник культуры и искусств*. 2023. № 1 (73). С. 96–101.
13. *Rosenblum N.* A World History of Photography by Naomi Rosenblum. New York : Abbeville Press Inc., U.S., 1984. 695 p.
14. *Васильева Е.* Характер и маска в фотографии XIX в. // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. Серия 15: Искусствоведение. 2012. Вып. 4. С. 175–186.
15. *Cogeval G., Mondenard A. et al.* Photographier l'architecture 1851–1920. Collection du musée des Monuments français. Paris : RMN, 1994. 248 p.
16. *Frizot M.* Nouvelle Histoire de la photographie. Paris : Bordas/Adam Biro, 1994. 775 p.
17. *Auduc A.* Le budget des Monuments historiques 1830-1920: les moyens d'une politique de protection // *Livraisons d'histoire de l'architecture*, 1er semestre 2002. № 3. P. 75–102.
18. *Васильева Е.* «Сцена в библиотеке»: проблема вещи и риторика фотографии // *Международный журнал исследований культуры*. 2020. № 3. С. 119–148.
19. *Talbot W.H.F.* The Pencil of Nature: in 6 parts. London : Longman, Brown, Green and Longmans, 1844–1846. Parts 1–6. XXIV p.
20. *Marbot B.* À l'origine de la photographie, le calotype au passé et au present. Paris : Bibliothèque nationale, 1979.
21. *Krauss R.* Tracing Nadar // *October*. 1978. Vol. 5. P. 29–47.
22. *Nadar F.* My Life as a Photographer (1900) // *October*. 1978. Vol. 5. P. 6–28.
23. *Baudelaire C.* Salon de 1859 // *Révue Française*. Paris, 1859, June 10–July 20.
24. *Васильева Е.* Фотография: к проблеме вещи // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. Искусствоведение. 2022. Т. 12, № 2. С. 275–294.
25. *Sontag S.* On Photography. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1973. 183 p.
26. *Rouillé A.* La Photographie: entre document et art contemporain. Paris: Gallimard, 2005. 704 p.
27. *Parshall P.* Antonio' Lafreri's 'Speculum Romanae Magnificentiae' // *Print Quarterly*. 2006. Vol. 23, № 1. P. 3–28.
28. *Васильева Е.* Идея знака и принцип обмена в поле фотографии и системе языка // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. Серия 15: Искусствоведение. 2016. Вып. 1. С. 4–33.
29. *Galassi P.* Before photography painting and the invention of photography. New York : The Museum of Modern Art, 1981. 160 p.
30. *Foucault M.* Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines. Paris : Gallimard, 1966. 400 p.
31. *Vasilyeva E.* Fashion and the Question of the Symbolic: The Ideology of Value and Its Limits // *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts*. 2023. № 13 (2). P. 376–392.

References

1. Mondenard, A. (1997) La Mission héliographique: mythe et histoire. *Études photographiques*. 2nd May. [Online] Available from: <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/127> (Accessed: 10th July 2023).
2. Mondenard, A. (2002) *La Mission héliographique: Cinq photographes parcourent la France en 1851*. Paris: Monum, Éditions du patrimoine.
3. Vasilieva, E. (2013) *Gorod i Ten'. Obraz goroda v khudozhestvennoy fotografii XIX–XX vekov* [City and Shadow. The image of the city in artistic photography of the 19th – 20th centuries]. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.
4. Gernsheim, A. & Gernsheim, H. (1955) *The History of Photography from the Earliest Use of the Camera Obscura in the Eleventh Century up to 1914*. Londres, New York, Toronto: Oxford University Press.
5. Jammes, A. & Parry Janis, E. (1983) *The Art of French Calotype: With a Critical Dictionary of Photographers, 1845–1870*. Princeton, Princeton University Press.
6. Werren, J. (2002) Jules Ziegler: un élève oublié d'Hippolyte Bayard. *Études photographiques*. 12. pp. 64–97.
7. Vasilieva, E. (2019) *Fotografiya i vnelogicheskaya forma* [Photography and Non-Logical Form]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
8. Krauss, R. (1982) Photography's Discursive Spaces: Landscape/View. *Art Journal*. 42(4). pp. 311–319.
9. Naef, W. (1980) *Regards sur la photographie en France: 180 chefs-d'oeuvre de la Bibliothèque nationale*. Paris: Berger-Levrault.
10. Vasilieva, E. (2019) Rannaya gorodskaya fotografiya: k probleme ikonografii prostranstva [Early City Photography: On the Iconography of Space]. *Mezhdunarodny zhurnal issledovaniy kul'tury*. 4(37). pp. 65–86. DOI: 10.24411/2079-1100-2019-00052
11. Christ, Y., Néagu, P. et al. (1980) *La Mission héliographique, photographies de 1851*. Paris: Inspection Générale des Musées Classés et Contrôlés.
12. Pozdnyakova, K.G. (2023) Teoriya fotografii v 36 glavakh [The theory of photography in 36 chapters]. *Vestnik kul'tury i iskusstv*. 1(73). pp. 96–101.
13. Rosenblum, N. (1984) *A World History of Photography by Naomi Rosenblum*. New York: Abbeville Press Inc.
14. Vasilieva, E. (2012) Kharakter i maska v fotografii XIX v. [Character and Mask in 19th Century Photography]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 15. Iskusstvovedenie*. 4. pp. 175–86.
15. Cogeval, G., Mondenard, A. et al. (1994) *Photographier l'architecture 1851–1920. Collection du musée des Monuments français*. Paris: RMN.
16. Frizot, M. (1994) *Nouvelle Histoire de la photographie*. Paris: Bordas/Adam Biro.
17. Auduc, A. (2002) Le budget des Monuments historiques 1830–1920: les moyens d'une politique de protection. *Livraisons d'histoire de l'architecture, 1er semestre 2002*. 3. pp. 75–102.
18. Vasilieva, E. (2020) “Stseny v biblioteke”: problema veshchi i ritorika fotografii [“A Scene in a Library”: To the Problem of Object and to the Rhetoric of Photography]. *Mezhdunarodny zhurnal issledovaniy kul'tury*. 3(40). pp. 119–48.
19. Talbot, W.H.F. (1844–1846) *The Pencil of Nature: in 6 parts*. London: Longman, Brown, Green and Longmans.
20. Marbot, B. (1979) *À l'origine de la photographie, le calotype au passé et au présent*. Paris: Bibliothèque nationale.
21. Krauss, R. (1978) Tracing Nadar. *October*. 5. pp. 29–47.
22. Nadar, F. (1978) My Life as a Photographer (1900). *October*. 5. pp. 6–28.
23. Baudelaire, C. (1859) Salon de 1859. *Révue Française*. June 10 – July 20.
24. Vasilieva, E. (2022) Fotografiya: k probleme veshchi [Photography: On the Problem of the Thing]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Iskusstvovedenie*. 12(2). pp. 275–294.
25. Sontag, S. (1973) *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
26. Rouillé, A. (2005) *La Photographie: entre document et art contemporain*. Paris: Gallimard.
27. Parshall, P. (2006) Antonio' Lafreri's 'Speculum Romanae Magnificentiae. *Print Quarterly*. 23(1). pp. 3–28.
28. Vasilieva, E. (2016) Ideya znaka i printsip obmena v pole fotografii i sisteme yazyka [The Idea of a Sign and the Principle of Exchange in the Field of Photography and the System of Language]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 15. Iskusstvovedenie*. 1. pp. 4–33.

29. Galassi, P. (1981) *Before photography painting and the invention of photography*. New York: The Museum of Modern Art.

30. Foucault, M. (1966) *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard.

31. Vasilyeva, E. (2023) Fashion and the Question of the Symbolic: The Ideology of Value and Its Limits. *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts*. 13(2). pp. 376–392.

Сведения об авторе:

Васильева Е.В. – кандидат искусствоведения, доцент Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: ev100500@gmail.com

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Vasilyeva E.V. – Ph.D. in Arts, associate professor of St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation). E-mail: ev100500@gmail.com

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 19.07.2023;
одобрена после рецензирования 01.12.2023; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 19.07.2023;
approved after reviewing 01.12.2023; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 008

doi: 10.17223/22220836/58/4

ЦЕННОСТИ И ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ДАЧНИКОВ. МОДЕЛЬНЫЙ ПОДХОД

Елена Александровна Веселкова

Пермский государственный институт культуры,

Культурно-досуговый центр «Притяжение», Пермь, Россия, eveselkova@mail.ru

Аннотация. В статье применен модельный подход в типологии российской дачной культуры. Критерием для определения модели является соотнесенность с фазами развития общества: от традиционного – к модерну и постмодерну. Модельный подход позволил выявить ценностные основания дачного образа жизни. На основе полевых исследований, проведенных в Пермском крае, дана характеристика базовым благам дачного бытия. Выявлены актуальные жизненные стратегии владельцев дач, связанные с постиндустриальными изменениями в обществе.

Ключевые слова: дача, российская дачная культура, модели российской дачной культуры, ценности, жизненные стратегии дачников

Благодарности: Выражаю благодарность моему научному руководителю доктору культурологии, директору Высшей школы общественных наук Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого Анастасии Лисенковой. Модельный подход в исследовании дачной культуры был выработан в результате наших совместных дискуссий и обмена мнениями.

Для цитирования: Веселкова Е.А. Ценности и жизненные стратегии современных российских дачников. Модельный подход // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 33–40. doi: 10.17223/22220836/58/4

Original article

VALUES AND LIFE STRATEGIES OF MODERN RUSSIAN SUMMERFOLK. MODEL APPROACH

Elena A. Veselkova

Perm State Institute of Culture, Culture Center “Prityjenie”,

Perm, Russian Federation, eveselkova@mail.ru

Abstract. The article characterizes the dacha lifestyle using a model approach, which allows us to identify the value foundations of the life of modern Russian summer folk. There are three main groups of values and benefits associated with dacha culture. They are the traditional values, the values inherited from the era of industrialization and the post-industrial values. Land, home, family, work, freedom, recreation, communion with nature, creativity and protection – all of these things can be found in a concentrated form by the Russians at their dachas. The value scale determines the principles of life of summer residents.

The modern model of dacha culture differs significantly from the pre-revolutionary and Soviet models. Moreover, the Russian dacha, being a fairly conservative phenomenon where the possession of land and a house is an undeniable good, mutates and changes. Today the summer folk values not just the availability of a plot of land and a house, but also their

comfort thanks to providing of public services and amenities. The quality of country life matters. Family foundations in the dacha life style are preserved, but at the same time, new forms of dacha life appear, based on the bonds of close friendship. The cult of guest welcoming is undergoing a significant transformation, the relations with neighbors become rare and superficial or are completely excluded. The nature of labour is changing, and it is turning into a form of alternative leisure. The economic component of labor is gradually being lost.

The modern suburbanism is associated with post-industrial changes in people's lives. The use of dachas for self-isolation during the pandemic of COVID-19 formed a new life strategy for city residents as the opportunity to live with the whole family in a dacha all year around, and not just in the summer, and work remotely at the same time.

The popularity of this lifestyle is reinforced by the availability for environmentally friendly products. Staying permanently in the countryside immerses a person in a peasant way of life. Nevertheless, this phenomenon is not similar to the inclusion of Soviet people into peasants' labor during the dacha boom of the second half of the 20th century.

Openness to the world via the Internet with the simultaneous possibility of isolation and psychological shelter in fairly comfortable conditions in the lap of nature – this set of benefits inherent in the modern dacha makes it more in demand than ever among the Russians.

Keywords: dacha, Russian dacha culture, models of Russian dacha culture, values, attractors, life strategies of *summerfolk*, *dacha downshifting*

Acknowledgments: I express my gratitude to my scientific supervisor Anastasia Lisenkova, Doctor of Cultural Studies, Director of the Higher School of Social Sciences of the Humanitarian Institute of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. Model approach to the study of dacha culture has been developed as a result of our joint discussions and exchange of opinions.

For citation: Veselkova, E.A. (2025) Values and life strategies of modern russian summerfolk. Model approach. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 33–40. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/4

Модельный подход в описании дачной культуры

Генезис российской дачной культуры, начавшийся более 300 лет тому назад, отражает процессы, происходящие в обществе. Через обыденность дачи, жизненные стратегии дачников и изменение их ценностных нарративов можно диагностировать важные социокультурные изменения в стране.

Для выявления характеристик дачного бытия мы опираемся на своеобразную типологию дачной культуры, где выделяются три основные модели: традиционная с элементами архаики, модернистская и постмодернистская. При типологии применяется междисциплинарный подход с существенной культурологической составляющей.

Главным критерием для определения той или иной модели является соотнесенность с фазами развития российского общества – от традиционного общества к модерну и постмодерну. Выделяются следующие модели: 1) Царский подарок. Традиционная модель с элементами архаики, XI – начало XVIII в.; 2) Русский Версаль. Переход от традиции к модерну, начало XVIII – середина XIX в.; 3) Пастораль для разночинца. Позднеимперский модерн, середина XIX – начало XX в.; 4) Дача генсека и пролетарский огород, начало XX в. – конец 90-х гг. XX в.; 5) Дворец с бункером и личный рай за забором, конец 90-х гг. XX в. по настоящее время.

На разработку модельного подхода вдохновили зарубежные и отечественные урбанисты: Макс Вебер [1], Луис Вирт [2], Герберт Ганс [3], Георг

Зиммель [4], Роберт Парк [5], А.С. Сенявский [6]. Также были изучены работы историков О.Ю. Малиновой [7], Стивена Лоувела [8], географов А.И. Трейвиша [9], Т.Г. Нефедовой [10], экономиста И.А. Чеховских [11], искусствоведа М.В. Нащокиной [12]. Их исследования вдохновили автора настоящей статьи на разработку собственной типологии дачной культуры.

В качестве признаков, характеризующих ту или иную модель, автором выбраны: 1) экономико-правовые, характеризующие земельные отношения и форму собственности, 2) географические, где главным критерием является место расположения дачи и его характеристика, 3) социокультурные, включающие: а) социальное положение дачников, б) тип ее организации (индивидуальный или коллективный), в) дачный образ жизни (традиции, обычаи, символика, темпоритм, коммуникации, практики), г) ценностные основания дачного бытия.

Допускается, что в дачной культуре нет «чистых» моделей, любая из них носит гибридный характер в силу того, что социокультурные процессы происходят нелинейно, переплетаясь между собой. Это допущение опирается на теорию европейского социолога С. Айзенштадта о нелинейности процесса модернизации, о множественности модерностей [13]. Соответственно, набор социокультурных признаков каждый раз будет весьма пестрым.

Современную модель дачной культуры мы назвали «Дворец с бункером и личный рай за забором», в этой метафоре отражены ценностные основания и жизненные стратегии современных дачников. Модель была построена в результате теоретических изысканий и полевых исследований, проведенных автором с 2021 по 2024 г. в Пермском крае на территории города Перми, Пермского, Кишертского, Кунгурского, Чернушинского муниципальных округов, Лысьвенского городского округа. В ходе исследования проведено анкетирование среди 200 дачников (в оффлайн- и онлайн-форматах) и взято 50 глубинных интервью.

На современном этапе в дачной культуре в разных пропорциях встречаются практически все модельные культурные слои: от архаики до постмодерна. Модельные культурные слои можно представить в виде пирамиды, где мы видим и «первобытный» очаг, и традиционное застолье, и современный культ труда, и, конечно, приметы постмодерна, выраженные в хаотичности и эклектичности дачного образа жизни и «дачном дауншифтинге». Модельной дачной пирамиде соответствует набор ценностей и аттракторов современного дачного бытия.

Ценностные основания современной дачной культуры

С милым рай не в шалаше, а в комфорте

Современная дача демонстрирует новую гибридную форму бытия горожан, где в ценностной шкале есть и традиционные составляющие (земля, дом, семья), и наследие модерна (труд, свобода, разумная связь с природой), и постиндустриальные блага (комфорт, экология, защита).

Иметь дачу в собственности во все времена было признаком определенного социального статуса. Земля и дом – это королевская собственность, самое осязаемое благо и признак статуса. По материальным характеристикам дачи (размеру участка, архитектуре дома) можно определить, на какой обще-

ственной ступени находится ее владелец. Это представитель верховной власти, олигарх, бизнесмен, госслужащий или рабочий. В зависимости от статуса дача может приобретать формы дворцов, усадеб, особняков, коттеджей, садовых домиков или деревенских изб.

В настоящее время особое значение имеет благоустройство. Обитатели дач стремятся к удобствам. 97,3% наших респондентов имеют на даче электричество, у 57,5% есть водопровод, у 41,1% – канализация, интернет доступен 46,6% респондентов.

Одна из обитательниц деревни Малое Заозерье вспоминала дачное житье в 80-х годах прошлого столетия, когда не было ни дорог, ни электричества, ни водопровода. На даче ее семья пользовалась керосиновой лампой. Теперь у нее капитальный дом с удобствами, баня, беседка и прекрасный цветник. Скажем больше, некоторые современные дачники, например семья А. из деревни Верхние Частые Кишертского района, построила «умный дом», где установила автономную котельную с электроникой.

Дача – для своих да наших

Земля, дом, семья – это понятия одного порядка. Дача, вобрав себя определенные черты сельской жизни, унаследовала и семейственность. Однако сегодня эта традиционная, казалось бы, незыблемая ценность подвергается изменениям. Только 57,7% участников нашего анкетирования состоят в браке. Остальные являются разведенными и вдовцами. Потеряв «вторую половинку», они продолжают держать дачу по привычке, однако труд в одиночку не доставляет прежней радости. *Дачница В. Из Усть-Качки Пермского муниципального округа, будучи вдовой, ухаживает за дачей в одиночку уже более 15 лет. У нее есть овощные грядки, ягоды, плодовые деревья. Она делает прекрасные заготовки и потом кормит детей и внуков. Но говорит, что ей это уже надоедает. Дети, построив собственные дачи в других местах, перестали ей помогать, а одной «пахать» уже в тягость.*

Но есть и другие случаи, когда одинокие люди объединяются в своеобразную семью и вместе трудятся на даче. *Показателен пример дачного бытия трех подруг из д. Верхние Частые Кишертского муниципального округа. Хозяйка дачи Т., не имея мужа и детей, восполнила этот пробел за счет своих замужних подруг, которые приезжают к ней семьями, вместе ухаживают за растениями и следят за домом.*

Претерпевает существенные изменения традиционный культ гостеваний. У 53,6% дачников, принявших участие в опросе, сохраняется традиция собираться с родными и друзьями за общим столом. Но это пространство ограничивается самым близким кругом. Запросто, без предупреждения сегодня ходить в гости не принято. Даже знающие друг друга соседи, прежде чем постучать в калитку, сначала звонят и предупреждают. *Мы наблюдали традицию ходить в гости в деревне Большое Заозерье Кунгурского муниципального округа, когда три женщины каждый день собирались на утренний кофе на веранде одного из домов. Этот ритуал существует уже более 10 лет, дачницы доверяют друг другу. Однако собираются они не спонтанно, а только по звонку принимающей стороны.*

Все большее значение для современных дачников приобретает личное пространство с четкими границами. Заборы на сегодняшних дачах поистине

символичны. Они свидетельствуют о стремлении к отдалению людей друг от друга. *Один из наших респондентов из города Перми признался, что принципиально не общается с соседями, он считает, что это отнимает время и к чему-то обязывает: «Начнешь общаться, а потом тебе на шею сядут, замучают просьбами, ненужными вопросами. От соседей только головная боль и проблемы».*

Розарий вместо картошки

Существенным трансформациям подвергается дачный труд. Его ценность сохраняется, но в другом качестве, нежели в советское время. Практически все наши респонденты так или иначе занимаются огородничеством. Но это особое огородничество. В XX в. в СССР выращивание овощей носило экономический характер – для обеспечения себя продуктами питания [14. С. 87–92]. Сегодня мы видим вроде бы тот же набор для борща (картофель, капусту, морковь, свеклу, зелень), но изменился характер их потребления. Люди выращивают овощи не из-за дефицита, а для того, чтобы на столе были проверенные, надежные продукты. Свое вкуснее и полезнее, чем магазинное. Владельцы дач отказываются от «плантаций», предпочитают разумные пределы посадок. Пошел на грядку, тут же сорвал и съел. По данным анкетирования, 80,8% дачников выращивают всего понемногу, 90,4% употребляют выращенное сами, 30,8% раздают родным и друзьям.

Дачный труд теряет экономическое значение. Согласно анкетированию, 63,9% участников опроса сказали, что они на даче в основном трудятся, 33,3% заявили, что в основном отдыхают. При этом на вопрос «Какой вид отдыха предпочитаете?» 42,5% сказали, что лучший отдых – это труд.

Исследование показало, что из всех видов дачных практик сегодня все большую популярность приобретают цветоводство и ландшафтный дизайн. Современные дачные пространства прекрасно ухожены. Некоторые дачи буквально утопают в декоративных насаждениях. *Нам встретились две дачницы, у которых практически весь участок занят цветами. Они выращивают до 200 сортов роз, выписывая их из разных стран. Вот что говорит дачница Н. из Большого Заозерья, у которой дача на берегу реки: «Вот когда роза в полном цвету, подходишь и думаешь, вот лучшие этой розы ничего на свете нет. Потом зацветает другая. Боже мой! А это еще прекрасней. И радостно, что сама это сделала. Сделала и любишь. Любишь цветком, любишь пейзажем. Сидишь, смотришь. Как будто проваливаешься в нирвану».*

На даче горожанин может почувствовать себя на некоторое время творцом. В условиях сужающегося поля общественной свободы право быть хозяином хотя бы на своей частной территории, культивируя то, что тебе нравится, становится ценностью неоспоримой. 52% респондентов, принявших участие в анкетировании, признали, что ценят дачу за возможность видеть результаты своего труда. Впрочем, нужно сделать оговорку. Ограничения на определенные виды растений (вьюн, мак, одуванчик, мяту и ромашку), введенные государством в 2024 г., заставят дачников пересматривать свои садово-огородные практики, ведь за обнаружение более 10 цветов вьюна, одуванчиковой или ромашковой полянки им грозят штрафы от 500 до 300 тыс. рублей и даже наказание в виде лишения свободы [15].

Личный рай за забором

Свобода и ограничения – одно из главных противоречий современного дачного бытия. Результаты анкетирования и интервью говорят о том, что современная дача ценится за возможность раскрепощения, не оглядываясь на авторитеты, запреты и ограничения, навязываемые городской жизнью. 48% наших респондентов признались, что главная ценность дачи в том, что она дает ощущение свободы, возможность побыть самим собой. *Дачница из деревни Верхние Часты рассказала, что может себе позволить загорать нагишом на террасе, а ее мама и соседки купаются в реке в чем мать родила, правда не на людях, а в своем укромном месте.*

В этом высказывании ключевое слово «укромное». Дача позволяет выбрать оптимальные жизненные стратегии в условиях разного рода ограничений. Дача в современных условиях становится не просто местом отдыха и относительной свободы, но местом изоляции от эпидемий, психологическим укрытием от стрессов, чрезвычайных происшествий.

Локдаун, объявленный в 2000 г. в связи с пандемией коронавируса, спровоцировал массовый отток горожан на дачи. Деревни, куда в родовые дома устремились и стар, и млад, пережили своеобразный ренессанс. Дезурбанизация, связанная с пандемией, оказалась отнюдь не временным явлением. Относительный комфорт дач и их расположение вне городской суеты порождают такое явление, как «дачный дауншифтинг». Согласно нашему исследованию, 45% респондентов рассматривают свои дачные дома уже не просто как дачу, а как второй дом, в котором можно жить круглый год. 23,4% респондентов живут на даче постоянно, 31,9% обитают там все лето, 53,2% выезжают на выходные. Некоторые горожане, долгое время находясь за городом, осваивают аграрные практики: начинают разводить домашнюю живность и производить для собственного потребления продукты. Бегство от цивилизации как жизненную стратегию выбирают самые разные люди, в том числе банковские служащие и представители творческой интеллигенции. *Участница исследования С., имея квартиру и престижную работу в Перми, в 2000 году вместе с сестрой купила дом под дачу в деревне Мокино Пермского муниципального округа. Сначала они ездили туда на выходные, в период локдауна жили постоянно, работали удаленно, сейчас квартиру в Перми сдают в аренду, а сами живут постоянно в деревне, где завели подсобное хозяйство: разводят птицу и коз, производят сметану, творог, молоко.*

Выводы

Российская дача, будучи достаточно консервативным явлением, где обладание землей и домом является неоспоримым благом, тем не менее мутирует, видоизменяется. Современный дачник ценит не просто наличие земельного участка и дома, а благоустройство и комфорт. Качество дачной жизни имеет значение. Семейные устои на даче сохраняются, но при этом появляются новые формы дачного бытия, основанные на узах тесной дружбы. Культ гостеваний переживает существенную трансформацию, отношения с соседями становятся редкими и поверхностными либо же вообще исключаются.

Меняется характер труда, который превращается в вид альтернативного отдыха. Экономическая составляющая труда постепенно утрачивается.

Использование дачи для самоизоляции в пандемию сформировало новую жизненную стратегию горожан – возможность жить всей семьей на даче круглый год, а не только летом, и при этом работать удаленно. Популярность такого образа жизни подкрепляется наличием экологически чистых продуктов. Постоянное нахождение в загородной местности волей-неволей погружает человека в крестьянский образ жизни. Но данный феномен не похож на рураризацию периода дачного бума второй половины XX в. Современный субурбанизм сопряжен с постиндустриальными изменениями в жизни людей. Открытость миру через интернет с одновременной возможностью изоляции и психологического укрытия в достаточно комфортных условиях на лоне природы – этот набор благ, присущий современной даче, делает ее, как никогда, востребованной россиянами.

Список источников

1. Вебер М. Город. Избранные произведения / пер. с нем. и общ. ред. Ю.Н. Давыдова. М. : Прогресс, 1990. С. 309–446.
2. Вирт Л. Избранные работы по социологии : сб. переводов / пер. с англ. В.Г. Николаева ; РАН ИНИОН. М. : ИНИОН, 2005. 244 с. (Серия «Теория и история социологии»).
3. Герберт Г. Урбанизм и субурбанизм как образ жизни. Новые определения понятий / пер. с англ. В.В. Вагина. Нью-Йорк : Изд-во Колумбийского ун-та и Фонда Рассела Сейджа, 1991.
4. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4 (34). URL: <https://www.ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf> (дата обращения: 10.10.2021).
5. Парк Р. Город как социальная лаборатория / пер. с англ. С.П. Баньковской // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 3–12.
6. Сенявский А.С. Урбанизация в России в XX веке. Роль в историческом процессе. М. : Наука, 2003. 285 с.
7. Малинова О.Ю. Социокультурные факторы формирования дачного пространства вокруг Санкт-Петербурга (1874–1914) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. СПб., 2006. 24 с.
8. Lovell S. Summerfolk A History of the Dacha, 1710–2000. Cornell University Press, 2016.
9. Трейвиш А.И. Дачеведение как наука о втором доме на Западе и в России // Известия РАН. Серия географическая. 2004. № 4. С. 22–23. URL: <https://izvestia.igras.ru/jour/article/view/20> (дата обращения: 24.09.2021).
10. Нефедова Т.Г. Российские дачи в разном масштабе пространства и времени // Демоскоп Weekly. 2015. № 657–658. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2015/0657/demoscope657.pdf> (дата обращения: 01.10.2023).
11. Чеховских И.А. Городские семейные стратегии в неформальной экономике труда на даче : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2000. 15 с. Человек и наука [сайт]. URL: <https://cheloveknauka.com/gorodskie-semeynye-strategii-v-neformalnoy-ekonomike-trud-na-dache> (дата обращения: 18.10.2022).
12. Наццокина М.В. Гости съезжались на дачу // Памятники Отечества. М. : Советская Россия, 1994. № 1-2 (31). С. 77–83.
13. Isestadt S. Multiple modernities // Daedalus. Cambridge (Mass). 2000. Vol. 129, № 1. P. 1–30.
14. Игумнов Г. Линии судьбы. От слесаря до губернатора. Пермь : Астер, 2008. С. 87–92.
15. Дача – основные запреты и ограничения. URL: <https://www.garant.ru/article/1708418/> (дата обращения: 20.04.2024).

References

1. Weber, M. (1990) *Gorod. Izbrannye proizvedeniya* [The City. Selected Works]. Translated from German by Yu.N. Davydov. Moscow: Progress. pp. 309–446.
2. Wirth, L. (2005) *Izbrannye raboty po sotsiologii* [Selected Works on Sociology]. Translated from English by V.G. Nikolaev. Moscow: INION.
3. Herbert, H. (1991) *Urbanizm i suburbanizm kak obraz zhizni. Novye opredeleniya ponyatiy* [Urbanism and Suburbanism as Ways of Life: A Revaluation of Definitions]. Translated from English by V.V. Vagin. New York: Columbia University Press and Russell Sage Foundation.

4. Simmel, G. (2002) Bol'shie goroda i dukhovnaya zhizn' [Big cities and spiritual life]. *Logos*. 3–4(34). [Online] Available from: <https://www.ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf> (Accessed: 10th October 2021).
5. Park, R. (2002) Gorod kak sotsial'naya laboratoriya [The city as a social laboratory]. Translated from English by S.P. Bankovskaya. *Sotsiologicheskoe obozrenie*. 2(3). pp. 3–12.
6. Senyavskiy, A.S. (2003) *Urbanizatsiya v Rossii v XX veke. Rol' v istoricheskom protsesse* [Urbanization in Russia in the 20th century. Its role in the historical process]. Moscow: Nauka, 2003. 285 s.
7. Malinova, O.Yu. (2006) *Sotsiokul'turnye faktory formirovaniya dachnogo prostranstva vokrug Sankt-Peterburga (1874–1914)* [Sociocultural factors of the formation of suburban space around St. Petersburg (1874–1914)]. Abstract of History Cand. Diss. St. Petersburg.
8. Lovell, S. (2016) *Summerfolk A History of the Dacha, 1710–2000*. Cornell University Press.
9. Treivish, A.I. (2004) Dachevedenie kak nauka o vtorom dome na Zapade i v Rossii [The “Dacha Studies” as a Science in Second Home in the West and in Russia]. *Izvestiya RAN. Seriya geograficheskaya*. 4. pp. 22–23. [Online] Available from: <https://izvestia.igras.ru/jour/article/view/20> (Accessed: 24th September 2021).
10. Nefedova, T.G. (2015) Rossiyskie dachi v raznom mashtabe prostranstva i vremeni [Russian dachas on a different scale of space and time]. *Demoskop Weekly*. 657–658. [Online] Available from: <http://demoscope.ru/weekly/2015/0657/demoscope657.pdf> (Accessed: 1st October 2023).
11. Chekhovskikh, I.A. (2000) *Gorodskie semeynye strategii v neformal'noy ekonomike truda na dache* [Urban family strategies in the informal labor economy at the dacha]. Abstract of Economics Cand. Diss. St. Petersburg. [Online] Available from: <https://cheloveknauka.com/gorodskie-semeynye-strategii-v-neformalnoy-ekonomike-trud-na-dache> (Accessed: 18th October 2022).
12. Nashchokina, M.V. (1994) Gosti s"ezzhalis' na dachu [The guests came to the dacha]. *Pamyatniki Otechestva. Moscow: Sovetskaya Rossiya*. 1–2(31). pp. 77–83.
13. Iseustadt, S. (2000) Multiple modernities. *Daedalus*. 129(1). pp. 1–30.
14. Igumnov, G. (2008) *Linii sud'by. Ot slesarya do gubernatora* [The Lines of the Fate. From the Locksmith to the Governor]. Perm: Aster. pp. 87–92.
15. Garant.ru. (n.d.) *Dacha – osnovnye zaprety i ogranicheniya* [The dacha – basic prohibitions and restrictions]. [Online] Available from: <https://www.garant.ru/article/1708418/> (Accessed: 20th April 2024).

Сведения об авторе:

Веселкова Е.А. – аспирантка факультета культурологии и социально-культурных технологий, кафедры культурологии и философии Пермского государственного института культуры, художественный руководитель культурно-досугового центра «Притяжение» (Пермь, Россия). E-mail: eveselkova@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Veselkova E.A. – Perm State Institute of Culture, Culture Center “Prityjenie” (Perm, Russian Federation). E-mail: eveselkova@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 15.05.2024;
одобрена после рецензирования 13.09.2024; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 15.05.2024;
approved after reviewing 13.09.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 316.772.5:004.388.4-028.23

doi: 10.17223/22220836/58/5

ГЕНДЕР И ВИРТУАЛЬНАЯ ТЕЛЕСНОСТЬ В ВИДЕОИГРАХ

Екатерина Владимировна Галанина

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Томск, Россия,
galanina@tpu.ru*

Аннотация. Актуальность темы связана с тем, что видеоигры как значимый феномен современной культуры репрезентируют существующие гендерные модели поведения, а также создают особое пространство для экспериментирования с гендерной идентичностью. Видеоигры исследуются как феномен постнеклассической культуры, открывающий возможности для выхода за пределы бинарной гендерной системы посредством создания постоянно меняющейся виртуальной телесности. Анализируется взаимовлияние гендера игрока и виртуальной телесности, а также степень свободы выбора в игре.

Ключевые слова: гендер, видеоигра, тело, гендерная идентичность, аватар, виртуальная телесность, исследование видеоигр, гендерные исследования

Благодарности: Исследование выполнено в рамках проекта Российского научного фонда 22-28-01526 «Комплексное исследование семиотики и онтологии гендера в современных видеоиграх: трансформации, паттерны, нарратив».

Для цитирования: Галанина Е.В. Гендер и виртуальная телесность в видеоиграх // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 41–52. doi: 10.17223/22220836/58/5

Original article

GENDER AND VIRTUAL BODY IN VIDEO GAMES

Ekaterina V. Galanina

*National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russian Federation,
galanina@tpu.ru*

Abstract. The relevance of the research topic is due to the fact that video games, as a significant phenomenon of modern culture, represent existing gender models of behavior and stereotypes, and also create a special space for experimentation and transformation of gender identity, construction of virtual body.

On the one hand, video games are an extension of our physical body. So the player, using motion controllers or VR technologies, can feel his spatial presence in the virtual world and interact with objects. On the other hand, video games provide the opportunity to construct a different, “virtual” body.

The article examines a range of issues devoted to the interconnection between gender and virtual body in video games. How do players experience and become aware of their virtual body? How does this affect their gender identity? Conversely, how does a player's gender influence how they design an avatar? How free is the player to choose gender and virtual body?

Virtual body is broadly understood as: firstly, it is a digital representation of oneself, a constructed virtual image, an avatar/character, its signs-symbolic content; secondly, this is the feeling of presence in a virtual space-body, most fully created with the help of VR or

other immersive technologies; thirdly, it is interaction with objects, communication with characters or other people in virtual space, a sense of agency, autonomy and competence.

The following conclusions were made: firstly, video games, being a phenomenon of post-non-classical culture, reflect the complexity, multi-layered and non-linearity of the modern world, including the constant variability and fluidity of identity; secondly, the player's gender identity largely influences his construction of virtual body due to the fact that many people identify themselves with the created avatar and put into it traits and characteristics similar to themselves; thirdly, players' experience of their virtual body affects their sense of self, behavior and interaction with other people due to the "Proteus effect"; fourthly, video games create opportunities for experimenting with gender identity in accordance with the concept of "the body without organs" by J. Deleuze. Thus, video games are understood as a post-non-classical cultural phenomenon that opens up possibilities for moving beyond the binary gender system through the creation of an ever-changing identity.

Keywords: gender, video game, body, gender identity, avatar, virtual body, game studies, gender studies

Acknowledgments: The research was carried out within the framework of the project of the Russian Science Foundation 22-28-01526 "Comprehensive study of semiotics and gender ontology in modern video games: transformations, patterns, narrative".

For citation: Galanina, E.V. (2025) Gender and virtual body in video games. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 41–52. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/5

Видеоигры являются феноменом постнеклассической культуры, для которой свойственны эклектика, ризоматичность, смысловая многослойность, симуляция и размывание границ реального и виртуального, интерактивность и включение субъекта. Как мы показали ранее в статье «Видеоигры в контексте постнеклассической культуры», видеоигры предлагают различные возможности конструирования нарратива, смыслов и образов по принципу бриколажа, а также включают креативность самого игрока в этот процесс [1]. Это делает актуальными вопросы исследования включенности социокультурной идентичности игрока, его гендера и телесности в виртуальный мир видеоигры.

Как отмечал М. Маклюэн, электронные медиа становятся продолжением и расширением нервной системы человека, способствуя активному включению его в процесс коммуникации [2]. Посредством видеоигр и других современных технологий сегодня мы расширяем границы своей привычной телесности. Как пишет Т.Е. Фадеева, «уже сегодня можно не только модифицировать свое тело, но и получить „внетелесный опыт“», «люди могут формировать свои собственные тела в виртуальной реальности». «Таким образом, границы нашего телесного „присутствия“ будут существенно расширяться, а представления об „идентичности“ – изменяться» [3. С. 15].

С одной стороны, видеоигры являются продолжением нашего «реального» тела. Так, игрок с помощью контроллеров движения или технологий *VR* может чувствовать свое пространственное присутствие в виртуальном мире и осуществлять взаимодействие с объектами.

С другой стороны, видеоигры предоставляют возможность конструирования иной, «виртуальной», телесности, которая может быть не связана с «реальной». Виртуальная телесность, различные возможности создания аватара и его кастомизации сегодня позволяют игрокам получать новый

телесный опыт, проводить эксперименты со своей гендерной и социокультурной идентичностью без столкновения с реальными социальными рисками.

В этой связи актуальными являются следующие вопросы: Каким образом игроки переживают и осознают свою виртуальную телесность? Каким образом это влияет на их гендерную идентичность? И, напротив, как гендер игрока влияет на конструирование им аватара? Насколько игрок свободен в выборе гендера и телесности?

Виртуальная телесность

Телесность уже долгое время является предметом осмысления в работах З. Фрейда, К.Г. Юнга, М. Фуко, Ж. Лакана, Ж. Бодрийяра, М. Мосса, М. Мерло-Понти, И. Гофмана и др. Сегодня проблематика телесности актуализирована в связи с тем, что наряду с биологической, социальной или культурной телесностью существует тело виртуальное.

Виртуальная телесность, или цифровая телесность, на наш взгляд, – сложный феномен, который вызывает ряд культурфилософских вопросов о природе реального и виртуального, телесности и идентичности в цифровую эпоху. Как отмечают Е.О. Самойлова и Ю.М. Шаев, в нашу цифровую эпоху «тело выступает в качестве копии самого себя, знака, который обращается на рынке визуальных образов» [4. С. 36].

Достаточно часто под виртуальной телесностью понимается репрезентация человеком себя в виртуальной среде, интернет-пространстве или социальных сетях [5]. В этой связи исследователи отмечают отчужденность виртуального тела от тела физического, а также его симулятивность. Так, А.Ю. Чукуров определяет дигитальную телесность «как высоко эстетизированную телесность, искусственно и сознательно созданную с целью ее дальнейшей трансляции в виртуальный мир; формально оторванную от физических ощущений и физического тела как такового, но активно с ним взаимодействующую» [6. С. 146]. Аспект симулятивности и отчуждения виртуального тела отмечает также В.Ю. Сильченко: «С одной стороны, виртуальное тело, будучи порождением информационной культуры и общества потребления, является симулякром тела реального, характеризуя отчуждение от него, с другой – стремление к самопрезентации не позволяет нам говорить об абсолютной степени отчуждения» [7. С. 397]. Схожей позиции придерживается О.Н. Черных: виртуальная среда предполагает «предельную абстрактность телесного образа из-за отсутствия целостного комплекса ощущений», однако это и высвобождает телесность и дает возможность «произвольного построения любых дигитальных образов для самопрезентации в пространстве Сети» [8. С. 153].

Действительно, тело в виртуальном пространстве может не отражать реальную личность, физиологию человека, его гендерную, культурную, национальную и прочие идентичности. Однако, на наш взгляд, виртуальная телесность является не отчуждением физической телесности, а своеобразным ее расширением, продолжением в «новых медиа», в том числе с предоставлением возможностей различной модификации. Виртуальное тело не выступает некой абстракцией, а, напротив, репрезентацией внутренней сущности и самоощущения человека.

На наш взгляд, понятие «виртуальная телесность» гораздо шире цифровой репрезентации, упомянутой выше. Исследователи также отмечают, что аватар используется не только для представления себя, но и для взаимодействия с другими людьми и реализации своих действий в виртуальном пространстве [9].

Мы выделяем следующие аспекты виртуальной телесности: во-первых, это цифровая репрезентация себя, конструируемый виртуальный образ, аватар/персонаж, его знаково-символическое содержание; во-вторых, это ощущение присутствия в виртуальном пространстве-теле, наиболее полно создаваемое с помощью VR или других иммерсивных технологий; в-третьих, это взаимодействие с объектами, коммуникация с персонажами или другими людьми в виртуальном пространстве, ощущение своей агентности, автономности и компетентности. Таким образом, виртуальная телесность – это не простое представление человеком себя в цифровой форме, но также ощущение присутствия, свободы выбора, авторства действий и взаимодействия в виртуальной среде.

Сама проблематика исследований в области виртуальной телесности может быть рассмотрена в нескольких аспектах и в рамках различных научных дисциплин. К примеру, технологический аспект: то, как люди ощущают свою виртуальную телесность и какие технологии делают ее более «реалистичной»; социальный аспект: то, каким образом строится коммуникация в виртуальных мирах посредством виртуальных тел; этико-правовой аспект: то, кому принадлежат права на виртуальное тело; экономический аспект: то, каким образом осуществляется производство и потребление виртуальных благ; психологический аспект: то, каким образом виртуальная телесность может быть эффективным средством для лечения психических расстройств, фобий и пр.; культурфилософский аспект: то, каким образом виртуальная телесность связана с социокультурной и гендерной идентичностью. В данной статье мы остановимся на культурфилософском аспекте.

Виртуальная телесность и гендерная идентичность в видеоиграх

Сегодня существует множество видеоигр, в которых пользователи могут создавать различные виртуальные тела и проживать в них полноценные жизни. Ярким примером являются игры и виртуальные миры – симуляции реальной действительности, такие как *The Sims 4*, *Second Life*, *InWorldz*, *Twinity*. Также есть альтернативные, фантастические виртуальные Вселенные, к примеру, такие многопользовательские ролевые онлайн-игры, как *World of Warcraft*, *The Elder Scrolls-online*, *Neverwinter*, *Lord of the Rings Online*. Игроки в данных виртуальных мирах могут создавать различные аватары и взаимодействовать со средой и другими игроками посредством виртуальных тел.

Современная игровая индустрия стремится учитывать гендерное разнообразие и предоставлять пользователям возможности выбирать персонажей, кастомизировать аватар, конструировать виртуальные тела за пределами бинарной гендерной системы. Например, *Cyberpunk 2077*, где у игроков больше нет возможности выбирать мужской или женский пол персонажа, зато можно

комбинировать различные типы телосложения и внешности, анатомии, голоса, цвета кожи и пр.

Каким образом гендер игрока влияет на конструирование им виртуальной телесности?

Видеоигры сегодня предоставляют все больше возможностей для экспериментирования с гендерной репрезентацией и виртуальной телесностью. Однако исследования показывают, что люди чаще создают аватары, которые отражают их внешний вид, гендер и образ жизни [10]. В целом они придерживаются существующих гендерных, социальных и культурных норм, несмотря на то, что могут творчески использовать возможности настройки виртуальных образов [11].

Таким образом, гендерная идентичность игрока влияет на конструирование им аватара и виртуальной телесности. При создании аватара игроки, в первую очередь, учитывают его функциональность в соответствии с целями игры, и вместе с тем они стремятся идентифицировать себя со своим аватаром, поэтому предпочитают аватары, соответствующие своему гендеру [12].

Также на конструирование виртуального тела оказывают влияние игровой контекст и возможности интерфейса в настройке персонажа [13]. Стратегии конструирования аватара могут отличаться в зависимости от целей и контекста коммуникации, а также от аудитории. В исследовании С. Триберти и др. участники создавали аватары для двух контекстов: видеоигры и социальной сети на профессиональную тематику. Интересно, что аватары менялись в зависимости от контекста, однако изменения касались преимущественно переходящих особенностей аватаров, таких как одежда, нежели физических (телесность) [14].

Таким образом, часто опорой в конструировании виртуальной телесности служат гендерная идентичность и «реальная» телесность пользователя, подвергнутые улучшениям в виртуальном мире. К примеру, одно из исследований показывает, что созданные мужчинами аватары были стройнее и более мускулисты, чем их физические тела. Благодаря чему мужчины чувствовали и отмечали повышение самооценки и снижение уровня тревожности при социальном взаимодействии [15].

Пользователи также конструируют аватаров противоположного пола. Исследования показывают, что мужчины чаще используют женские аватары, чем женщины – мужские [16]. Женщины используют мужские аватары часто потому, что не хотят сталкиваться с сексизмом и дискриминацией в играх по гендерному признаку. Причинами смены гендера в видеоиграх могут быть «диффузная половая идентичность, желание лучше понять отношения между мужчинами и женщинами, стремление просто поиграть» [17. С. 8]. Также аватары противоположного пола позволяют почувствовать принадлежность к группе, которая не совпадает с социальными группами в реальной жизни, тем самым получить новый опыт взаимодействия.

Как сконструированная виртуальная телесность влияет на гендерную идентичность игроков?

В видеоиграх игроки могут презентовать себя и проецировать свой внешний вид, свое мировоззрение в виртуальный мир посредством аватара. При этом интересно, что созданный аватар может влиять на опыт самого игрока, его самоощущение и поведение. Этот эффект известен как «эффект

Протея». Он чаще возникает в ситуациях, когда человек имеет различные возможности кастомизации аватара, большую степень воплощенности в виртуальном теле с помощью VR или контроллеров движения [18].

Данный психологический эффект заключается в том, что человек, идентифицируя себя с аватаром, будет изменять свое поведение, исходя от ожидаемого поведения аватара. К примеру, игроки, управляющие аватаром с ожирением, будут менее активны и результативны в игре, чем игроки, управляющие аватаром с нормальным весом (вне зависимости от истинного индекса массы тела игроков) [19]. Или другой пример: пользователи, обладающие более высокими по росту аватарами, будут взаимодействовать более уверенно и вести переговоры более агрессивно, чем пользователи с аватарами низкого роста (независимо от физического роста) [20].

Таким образом, виртуальная телесность может оказать влияние на то, как мы ведем себя и общаемся с другими людьми в видеоиграх и онлайн-сообществах, а также на последующее межличностное взаимодействие. Это касается и гендерных характеристик, которые влияют на игровой опыт и поведение. В исследовании Йи и др. было выделено два типа стереотипного гендерного поведения в игре *World of Warcraft*: женское – «лечение», мужское – «игрок против игрока». Результаты показали значительное влияние гендера аватара на поведение игроков. Так, мужские аватары с большей вероятностью будут участвовать в конфликтах между пользователями, а женские аватары – заниматься целительством. При этом реальный гендер игрока не имеет значения [21].

«Эффект Протея» может выходить за пределы виртуальной среды и влиять на поведение игроков в реальном мире. Например, исследование Дж. Пення и др. показывает, что люди, игравшие в *Papers, Please* в роли офицера иммиграционной службы, впоследствии сообщили о снижении своего намерения помогать иммигрантам. Таким образом, при определенных условиях «эффект Протея» позволяет изменять культурные, социальные и политические взгляды человека и может стать мощным механизмом, воздействия на представления людей относительно событий реального мира [22].

«Эффект Протея» может привести к изменениям в восприятии человеком образа своего тела в реальном мире. Например, игровой опыт, полученный посредством сексуализированного аватара, будет влиять на самообъективацию человека вне зависимости от гендерного соответствия между игроком и аватаром [23].

Следует отметить, что во время использования аватара игрок в меньшей степени идентифицирует себя со своим физическим «я» и в большей – со своим виртуальным «я». Таким образом, такой значимый для полоролевой идентичности фактор, как гендер, становится нерелевантным для виртуального тела.

Гендерная идентичность в видеоиграх рассматривается нами в онтологическом ключе как важнейшая бытийственная составляющая современного человека. Как отмечает О.А. Воронина, «современный человек может менять „стержни“ идентичности на протяжении жизни или в разных социальных условиях, поскольку от него ожидают большей гибкости и адаптивности» [17. С. 7]. Значимый признак идентичности в цифровом мире – это релятивизм, ее изменчивость и непостоянство, а также гибкость и возможность «пе-

ресобирания пользователем вместилища своей манифестации (создание профиля/конструирование аватара)» [24]. В видеоиграх идентичность может находиться в постоянном становлении и изменении.

Возможности, которые открывают сегодня видеоигры и в целом виртуальные миры, соотносятся с концепцией «тела без органов» Ж. Делеза. Заимствованный образ у А. Арто развивается в работах Ж. Делеза и Ф. Гваттари в контексте понимания субъекта «без фиксированной идентичности, блуждающей по телу без органов» [25. С. 49]. «Тело без органов» является ризоморфным, децентрированным, бесформенным, бесструктурным, множественным, в отличие от организма как структуры. Как пишет А.С. Плахов, «ТБО выступает скрытым двигателем постоянного изменения и создания субъекта... Благодаря такому производству не существует одного изначально заданного субъекта, а присутствует множественность разнообразных субъектов (или множество потенциалов становления субъектом)» [26. С. 87]. Подобно яйцу, «тело без органов» содержит потенциал развития абсолютно любой личности и идентичности, которые находятся в постоянном становлении и никогда не достигают конечного состояния.

Так и в видеоиграх идентичность и виртуальная телесность находятся в постоянном изменении, они множественны и нестабильны. К. Болдуин пишет о том, что позиция, утверждающая флюидность и множественность идентичностей, бросает вызов представлению о том, что виртуальные идентичности по большому счету ложны. Они не ложны, а даже в большей степени приближены к пониманию сущности человеческой идентичности как таковой за счет своей изменчивости и непостоянства, чем существующие офлайн-идентичности, которые характеризуются своей стабильностью [27. Р. 4].

Виртуальное пространство – это то пространство, где идентичность можно исследовать и конструировать в процессе постоянного становления, менять характеристики и параметры тела, одежду, гендер, осуществляя самовыражение личности. Аватар становится реализацией концепции «тело без органов» в виртуальном мире.

Видеоигры становятся площадкой для экспериментирования с идентичностью, где пользователи могут конструировать различные аватары и проявлять через них свои различные альтернативные «я». Пользователи могут включать желаемые черты своего «я» или тела в виртуальный образ, который затем также может быть спроецирован в реальный мир. Концепция «тела без органов» в применении в виртуальной телесности показывает постоянное становление и изменение идентичности.

Насколько игрок свободен в выборе гендера и телесности?

Мы ранее проводили классификацию видеоигр по степени свободы игрока, выделив три типа видеоигр: во-первых, видеоигры с явно указанными целями (*Call of Duty*), во-вторых, видеоигры с неявно указанными целями (*The Sims*), в-третьих, видеоигры без целей (*Minecraft*) [29]. Степень свободы и креативности игрока в создании виртуальной телесности возрастает от типа видеоигры с явно указанными целями до видеоигр с виртуальным миром, выстраиваемым игроком. Виртуальные миры, многопользовательские ролевые онлайн-игры предоставляют игроку больше визуальной, процедурной и нарративной свободы.

Ю.М. Шаев выделяет четыре типа видеоигр в зависимости от сложности нарратива: во-первых, игры, в которых простой нарратив сочетается с клишированными гендерными образами (*Doom*); во-вторых, игры с более сложным нарративом и стереотипными образами (*Metal Gear*); в-третьих, сложный образ протагониста и сравнительно простой нарратив (*Far Cry*); в-четвертых, сложные гендерные образы и нарратив (*Silent Hill*) [30. С. 110]. Большое гендерное разнообразие, свобода в выборе и проживании виртуальной телесности, безусловно, присутствуют в последнем типе видеоигр, которые предоставляют более широкие возможности репрезентации гендера и тела.

Следует отметить, что видеоигры, аватары которых не представляют собой человеческие образы, могут не привязывать игрока к бинарной гендерной системе и тем самым предоставлять больше свободы. В них гендер как таковой может быть не определен. К примеру, в игре *Undertale* главный персонаж Фриск и другие не имеют четко определенного гендера. Так же, как в *Journey*, где игрок управляет персонажем, путешествующим по пустыне, который не является человеком. Подобные игры демонстрируют, что виртуальные тела могут быть гораздо разнообразнее традиционных человеческих образов и бинарной гендерной системы, предоставляя игрокам уникальный игровой опыт. Однако интересно, что в случае, если игровой персонаж не имеет четко определенного гендера, сами игроки могут приписывать ему те или иные гендерные характеристики на основе своих ожиданий, опыта или гендерных стереотипов.

Подводя итог рассмотрению вопроса гендера и виртуальной телесности в видеоиграх, можно отметить следующее: во-первых, видеоигры, являясь феноменом постнеклассической культуры, отражают сложность, многослойность и нелинейность современного мира, в том числе постоянную изменчивость и флюидность идентичности; во-вторых, гендерная идентичность игрока во многом влияет на конструирование им виртуальной телесности в силу того, что многие люди идентифицируют себя с созданным аватаром и закладывают в него схожие с собой черты и характеристики; в-третьих, переживание игроками своей виртуальной телесности влияет на их самоощущение, поведение и взаимодействие с другими людьми в силу действия «эффекта Протея»; в-четвертых, видеоигры создают возможности для экспериментирования со своей телесностью и гендерной идентичностью в соответствии с концептом «тело без органов» Ж. Делеза.

Людология

1. *The Sims 4* (2014), Maxis / Electronic Arts.
2. *Second Life* (2003), Linden Lab.
3. *InWorldz* (2009), Inworldz LLC.
4. *Twinity* (2008), Metaversum GmbH.
5. *World of Warcraft* (2004), Bizzard Entertainment / Bizzard Entertainment.
6. *The Elder Scrolls-online* (2014), ZeniMax Online Studios / Bethesda Softworks.
7. *Neverwinter* (2013), Cryptic Studios / Gearbox Publishing.
8. *Lord of the Rings Online* (2012), Standing Stone Games.
9. *Cyberpunk 2077* (2020), CD Projekt Red / CD Projekt.
10. *Papers, Please* (2013), 3909 LLC / 3909 LLC.
11. *Hades* (2020), Supergiant Games / Supergiant Games.
12. *Tell Me Why* (2020), Dontnod Entertainment / Xbox Game Studios.
13. *Call of Duty* (2003), Infinity Ward / Activision.

14. *Minecraft* (2009), Mojang Studios/ Mojang Studios, Xbox Studios, Sony Interactive Entertainment.
15. *Doom* (1993), id Software / id Software.
16. *Metal Gear* (1987–2018), Konami, Kojima Productions, Digital Dialect, Silicon Knights et al. / Konami, Microsoft Game Studios.
17. *Far Cry* (2004–2021), Crytek, Ubisoft Montreal, Ubisoft Toronto / Ubisoft.
18. *Silent Hill* (1999–2014), Team Silent, Gamefederation Studio, Konami Digital Entertainment, Kojima Productions et al. / Konami.
19. *Undertale* (2015), Tobi Fox / Tobi Fox.
20. *Journey* (2012), Thatgamecompany / Sony Computer Entertainment, Annapurna Interactive.

Список источников

1. Галанина Е.В., Шаев Ю.М. Видеоигры в контексте постнеклассической культуры // Векторы благополучия: экономика и социум. 2020. № 1 (36). С. 22–35.
2. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Москва ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. 464 с.
3. Фадеева Т.Е. Телесность в парадигме трансгуманизма и постфордизма // Артикульт. 2019. № 2 (34). С. 6–17.
4. Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. Тело и телесность в контексте визуальных практик постинформационного общества // Общество: философия, история, культура. 2019. № 1 (57). С. 35–40.
5. Сколота З.Н. Эстетика «новой телесности» в виртуальном пространстве // Международный научно-исследовательский журнал. 2012. № 6 (6). URL: <https://research-journal.org/archive/7-6-2012-november/estetika-novoj-telesnosti-v-virtualnom-prostranstve> (дата обращения: 16.10.2023).
6. Чукуров А.Ю. Дигитальная телесность в контексте популярной культуры // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2020. № 39. С. 144–154.
7. Сильченко В.Ю. Противопоставление самопрезентации и анонимности как аспектов телесности homo virtualis // НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право. 2022. Т. 47, № 2. С. 394–398.
8. Черных О.Н. Вещь и телесность в виртуальной среде // Studia Culturae. 2017. № 3(33). С. 148–155.
9. Fox J., Ahn S.J. Avatars: Portraying, exploring, and changing online and offline identities // Handbook of research on technoself: Identity in a technological society / ed. Luppincini R. Information Science Reference/IGI Global. 2013. P. 255–271.
10. Vasalou A., Joinson A.N. Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars // Computers in Human Behavior. 2009. № 25 (2). P. 510–520.
11. Martey R.M., Stromer-Galley J., Banks J., Wu J., Consalvo M. The strategic female: gender-switching and player behavior in online games // Information, Communication, Society. 2014. № 17 (3). P. 286–300.
12. Sabine T., Reinecke L., Behr K.-M. Creating Virtual Alter Egos or Superheroines? Gamers' Strategies of Avatar Creation in Terms of Gender and Sex // International Journal of Gaming Computer Mediated Simulations. 2009. № 1. P. 52–76.
13. McArthur V. Making Mii: Studying the effects of methodological approaches and gaming contexts on avatar customization // Behaviour & Information Technology. 2019. № 38 (3). P. 230–243.
14. Triberti S., Durosini I., Aschieri F., Villani D., Riva G. Changing avatars, changing selves? The influence of social and contextual expectations on digital rendition of identity // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2017. № 20 (8). P. 501–507.
15. Cacioli J.-P., Mussap A.J. Avatar body dimensions and men's body image // Body Image. 2014. № 11 (2). P. 146–155.
16. Paik P.C., Chungkon S. Playful gender swapping: user attitudes toward gender in MMORPG avatar customization // Digital Creativity. 2013. № 24. P. 310–326.
17. Воронина О.А. Виртуальное тело и нормативный гендер в киберпространстве // Человек. 2016. № 2. С. 5–14.
18. Szolin K., Kuss D.J., Nuyens F.M., Griffiths M.D. Exploring the user-avatar relationship in videogames: A systematic review of the Proteus effect // Human-Computer Interaction. 2023. № 38 (5-6). P. 374–399.

19. Peña J., Khan S., Alexopoulos C. I am what I see: How avatar and opponent agent body size affects physical activity among men playing exergames. // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2016. № 21 (3). P. 195–209.
20. Yee N., Bailenson J.N., Ducheneaut N. The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior // *Communication Research*. 2009. № 36 (2). P. 285–312.
21. Yee N., Ducheneaut N., Yao M., Nelson L. Do men heal more when in drag? Conflicting identity cues between user and avatar // In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York : ACM Press, 2011. P. 773–776.
22. Peña J., Hernández Pérez J.F., Khan S., Cano Gómez Á.P. Game perspective-taking effects on players' behavioral intention, attitudes, subjective norms, and self-efficacy to help immigrants: The case of "Papers, please" // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2018. № 21 (11). P. 687–693.
23. Vandenbosch L., Driesmans K., Trekels J., Eggermont S. Sexualized video game avatars and self-objectification in adolescents: The role of gender congruency and activation frequency // *Media Psychology*. 2017. № 20 (2). P. 221–239.
24. Шувалова М.А., Юмартов Д.А. Автономность и номадический релятивизм цифровой идентичности // *Искусственные общества*. 2021. Т. 16, вып. 4. URL: <https://artsoc.jes.su/s207751800017576-2-1/> (дата обращения: 16.10.2023).
25. Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург : У-Фактория, 2007. 672 с.
26. Плахов А.С. Препарируя «тело без органов» // *Философская мысль: рецепция и интерпретация*. 2014. № 10. С. 84–98.
27. Baldwin K. Virtual Avatars: Trans Experiences of Ideal Selves Through Gaming *Markets // Globalization & Development Review*. 2018. № 3 (3). Article 4. URL: <https://digitalcommons.uri.edu/mgdr/vol3/iss3/4/> (accessed: 16.10.2023).
28. Goffman E. The presentation of self in everyday life. Garden City. New York : Doubleday, 1959. 272 p.
29. Салин А.С., Галанина Е.В. Миссия выполнена: насколько свободен геймер в виртуальном мире видеоигры? // *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*. 2016. Т. 5, № 5А. С. 160–177.
30. Шаев Ю.М. От целого к части и обратно: герменевтика гендера в компьютерных играх // *Общество: философия, история, культура*. 2022. № 12 (104). С. 105–111.

References

1. Galanina, E.V. & Shaev, Yu.M. (2020) Videoigry v kontekste postneklassicheskoy kul'tury [Video Games in the Context of Post-Classical Culture]. *Vektory blagopoluchiya: ekonomika i sotsium*. 1(36), pp. 22–35.
2. McLuhan, M. (2003) *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Translated from English. Moscow; Zhukovskiy: KANON-press-Ts: Kuchkovo pole.
3. Fadeeva, T.E. (2019) Telesnost' v paradigme transgumanizma i postfordizma [Corporality in the paradigm of transhumanism and post-Fordism]. *Artikul't*. 2(34), pp. 6–17.
4. Samoylova, E.O. & Shaev, Yu.M. (2019) Telo i telesnost' v kontekste vizual'nykh praktik postinformatsionnogo obshchestva [Body and corporeality in the context of visual practices of the post-information society]. *Obshchestvo: filozofiya, istoriya, kul'tura*. 1(57), pp. 35–40.
5. Skolota, Z.N. (2012) Estetika "novoy telesnosti" v virtual'nom prostranstve [Aesthetics of the "New Corporality" in Virtual Space]. *Mezhdunarodny nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*. 6(6). [Online] Available from: <https://research-journal.org/archive/7-6-2012-november/estetika-novoj-telesnosti-v-virtualnom-prostranstve> (Accessed: 16th October 2023).
6. Chukurov, A.Yu. (2020) Digital Corporality in the Context of Popular Culture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 39. pp. 144–154. (In Russian). DOI: 10.17223/22220836/39/13
7. Silchenko, V.Yu. (2022) Protivopostavlenie samoprezentatsii i anonimnosti kak aspektov telesnosti homo virtualis [Contrasting Self-Presentation and Anonymity as Aspects of the Embodiment of Homo Virtualis]. *NOMOTHETIKA: Filozofiya. Sotsiologiya. Pravo*. 47(2), pp. 394–398.
8. Chernykh, O.N. (2017) Veshch' i telesnost' v virtual'noy srede [Thing and Corporeality in the Virtual Environment]. *Studia Culturae*. 3(33), pp. 148–155.

9. Fox, J. & Ahn, S.J. (2013) Avatars: Portraying, exploring, and changing online and offline identities. In: Luppincini, R. (ed.) *Handbook of Research on Technoself: Identity in a Technological Society*. Information Science Reference/IGI Global. pp. 255–271.
10. Vasalou, A. & Joinson, A.N. (2009) Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars. *Computers in Human Behavior*. 25(2). pp. 510–520.
11. Martey, R.M, Stromer-Galley, J., Banks, J., Wu, J. & Consalvo, M. (2014) The strategic female: gender-switching and player behavior in online games. *Information, Communication, Society*. 17(3). pp. 286–300.
12. Sabine, T., Reinecke, L. & Behr, K.-M. (2009) Creating Virtual Alter Egos or Superheroines? Gamers' Strategies of Avatar Creation in Terms of Gender and Sex. *International Journal of Gaming Computer Mediated Simulations*. 1. pp. 52–76.
13. McArthur, V. (2019) Making Mii: Studying the effects of methodological approaches and gaming contexts on avatar customization. *Behaviour & Information Technology*. 38(3). pp. 230–243.
14. Triberti, S., Durosini, I., Aschieri, F., Villani, D. & Riva, G. (2017) Changing avatars, changing selves? The influence of social and contextual expectations on digital rendition of identity. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 20(8). pp. 501–507.
15. Cacioli, J.-P. & Mussap, A.J. (2014) Avatar body dimensions and men's body image. *Body Image*. 11(2). pp. 146–155.
16. Paik, P.C. & Chungkon, S. (2013) Playful gender swapping: user attitudes toward gender in MMORPG avatar customization. *Digital Creativity*. 24. pp. 310–326.
17. Voronina, O.A. (2016) Virtual'noe telo i normativnyy gender v kiberprostranstve [Virtual body and normative gender in cyberspace]. *Chelovek*. 2. pp. 5–14.
18. Szolin, K., Kuss, D.J., Nuyens, F.M. & Griffiths, M.D. (2023) Exploring the user-avatar relationship in videogames: A systematic review of the Proteus effect. *Human-Computer Interaction*. 38(5-6). pp. 374–399.
19. Peña, J., Khan, S. & Alexopoulos, C. (2016) I am what I see: How avatar and opponent agent body size affects physical activity among men playing exergames. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 21(3). pp. 195–209.
20. Yee, N., Bailenson, J.N. & Ducheneaut, N. (2009) The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior. *Communication Research*. 36(2). pp. 285–312.
21. Yee, N., Ducheneaut, N., Yao, M. & Nelson, L. (2011) Do men heal more when in drag? Conflicting identity cues between user and avatar. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM Press. pp. 773–776.
22. Peña, J., Hernández, Pérez J.F., Khan, S. & Cano Gómez, Á.P. (2018) Game perspective-taking effects on players' behavioral intention, attitudes, subjective norms, and self-efficacy to help immigrants: The case of “Papers, please”. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 21(11). pp. 687–693.
23. Vandenbosch, L., Driesmans, K., Trekels, J. & Eggermont, S. (2017) Sexualized video game avatars and self-objectification in adolescents: The role of gender congruency and activation frequency. *Media Psychology*. 20(2). pp. 221–239.
24. Shuvalova, M.A. & Yumartov, D.A. (2021) Avtonomnost' i nomadicheskiy relyativizm tsifrovoy identichnosti [Autonomy and nomadic relativism of digital identity]. *Iskusstvennyye obshchestva*. 16(4). [Online] Available from: <https://artsoc.jes.su/s207751800017576-2-1/> (Accessed: 16th October 2023).
25. Deleuze, J. & Guattari, F. (2007) *Anti-Edip: Kapitalizm i shizofreniya* [Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia]. Translated from French. Ekaterinburg: U-Faktoriya.
26. Plakhov, A.S. (2014) Prepariruya “telo bez organov” [Dissecting the “Body without Organs”]. *Filosofskaya mysl': retseptsiya i interpretatsiya*. 10. pp. 84–98.
27. Baldwin, K. (2018) Virtual Avatars: Trans Experiences of Ideal Selves Through Gaming Markets. *Globalization & Development Review*. 3(3). Article 4. [Online] Available from: <https://digitalcommons.uri.edu/mgdr/vol3/iss3/4/> (Accessed: 16th October 2023).
28. Goffman, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
29. Salin, A.S. & Galanina, E.V. (2016) Missiya vypolnena: naskol'ko svobodnogo geymer v virtual'nom mire videoigr? [Mission accomplished: how free is a gamer in the virtual world of a video game?]. *Kontekst i refleksiya: filsofiya o mire i cheloveke*. 5(5A). pp. 160–177.
30. Shaev, Yu.M. (2022) Ot tselogo k chasti i obratno: germenevtika gendera v komp'yuternykh igrakh [From the whole to the part and back: Hermeneutics of gender in computer games]. *Obshchestvo: filsofiya, istoriya, kul'tura*. 12(104). pp. 105–111.

Сведения об авторе:

Галанина Е.В. – кандидат философских наук, доцент Школы инженерного предпринимательства Национального исследовательского Томского политехнического университета (Томск, Россия). E-mail: galanina@tpu.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Galanina E.V. – National Research Tomsk Polytechnic University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: galanina@tpu.ru

The author declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 29.10.2023;
одобрена после рецензирования 13.11.2023; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 29.10.2023;
approved after reviewing 13.11.2023; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 008, 130.2

doi: 10.17223/22220836/58/6

О «СОСТОЯНИЯХ» КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ (АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМЫ)

Дмитрий Игоревич Иванов

Сианьский нефтяной университет, Сиань, Китай, Ivan610@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается смена «состояний» культуры в контексте современных представлений и авторской теории когнитивно-прагматических программ (КПП). Смена «состояний» культуры и трансформация образующих их модальностей реализуется в рамках целостной системы («сознание культуры» – «сознание субъекта»), актуализированной одновременно в двух ракурсах: 1) «сознание культуры в сознании субъекта»; 2) «сознание субъекта в сознании культуры». Возможны два варианта «статусных диспозиций»: 1) если доминирующим компонентом является «сознание культуры», то она находится в состоянии «modern»; 2) если доминирующим компонентом является «сознание субъекта», то продуцируется состояние «postmodern».

Ключевые слова: когнитивно-прагматическая программа (КПП), модальность состояния культуры, модернизм, логоцентризм, постмодернизм, ризома, метанарратив, «сознание культуры», «сознание субъекта», метасубъектность

Для цитирования: Иванов Д.И. О «состояниях» культуры в контексте теории когнитивно-прагматических программ (актуализация проблемы) // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 53–63. doi: 10.17223/22220836/58/6

Original article

ABOUT CULTURE “STATES” IN THE CONTEXT OF THE COGNITIVE-PRAGMATIC PROGRAMS THEORY (PROBLEM UPDATE)

Dmitry I. Ivanov

Xi'an Shiyou University, Xi'an, China, Ivan610@yandex.ru

Abstract. The article considers the change of culture “states” in the context of modern ideas about it and the author’s theory of cognitive-pragmatic programs.

It is correct to speak not about the successive transition of culture from one state to another, but about the change in the cognitive-mental valence of each modality of the culture state, embodied within the framework of a single state “modern – postmodern”. Three basic forms can be distinguished that differ in this valence: 1) modernism is the dominant modality, postmodernism is an intentionally present modality; 2) reverse picture; 3) transitional (modernism and postmodernism – conditionally dominant-peripheral modality), when the status of both modalities is not regulated. The change in the “states” of culture and the transformation of the modalities that form them are realized within the framework of an integral system (“consciousness of culture” – “consciousness of the subject”), updated simultaneously in two perspectives: 1) “consciousness of culture in the mind of the subject”; 2) “the consciousness of the subject in the consciousness of culture.” There are two options for “status dispositions”: 1) if the dominant component is “consciousness of culture”, then it is in a state of “modern”; 2) if the dominant component is the “consciousness of the subject”, then the “postmodern” state is produced.

The cognitive-mental mechanism that ensures uninterrupted “constructive-destructive” functioning and coordination of the qualitative features of the transition of systems from one “state” to another is the CPP (cognitive-pragmatic program). As from CPP the stage model of the cyclic development of culture takes the following form: 1) the system of logocentric CPPs / the system of rhizome-simulative CPPs – a conditionally dominant-peripheral modality; 2) the system of logocentric CPPs – the dominant modality; the system of rhizome-simulative CPPs is an intentionally present modality; 3) the system of logocentric CPPs is a conditionally “de-actualized” modality; the system of rhizome-simulative CPPs is the dominant modality; 4) the system of logocentric CPPs / the system of rhizome-simulative CPPs – a conditionally dominant-peripheral modality.

Keywords: cognitive-pragmatic program (CPP), modality of the state of culture, modernism, logocentrism, postmodernism, rhizome, metanarrative, “consciousness of culture”, “consciousness of the subject”, metasubjectivity

For citation: Ivanov, D.I. (2025) About culture “states” in the context of the cognitive-pragmatic programs theory (problem update). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 53–63. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/6

Утверждая универсальный статус культуры, которая предстает перед нами как «сверхсистемный» [1], саморазвивающийся [2], полисемиотический, полидискурсивный [3], метадисциплинарный [4], когнитивно обусловленный [5] феномен, исследователи справедливо замечают, что процесс ее развития необходимо рассматривать как многомерную, принципиально нелинейную последовательность смены особых когнитивно-ментальных «конструктивно-деструктивных» («кульминационно-кризисных») «состояний». Заметим, что своеобразная двуполярность этих состояний во многом определена статико-динамической природой культуры [6], которая одновременно обеспечивает: а) концептуально-смысловую *целостность* (устойчивость, иерархичность – уровень «нормального» статико-системного развития) культуры; б) *внутреннюю парадоксально-деструктивную нестабильность* (децентрированность, хаотичность – уровень спонтанного сверхдинамического, асистемного развития); в) *интенционально-персонализированную конструктивную нестабильность*, направленную на «углубление в абсолютно личные истины каждого» [7. С. 354] – уровень «метасинтетического» развития. В современной философско-культурологической литературе эти когнитивно-ментальные «состояния» условно определяются так: а) *состояние 1*: «культура в состоянии „modern“»; б) *состояние 2*: «культура в состоянии „postmodern“» [8]; в) *состояние 3*: «культура в состоянии „metamodern“» [9].

Отметим, что все представленные состояния генетически связаны между собой. *Первое* состояние («modern») порождает *второе* («postmodern»). Так, «в культурологическом аспекте постмодернизм предстает прежде всего как понятие, позволяющее выделить новый период в развитии культуры. И связано его появление с возникновением потребности отражения в культуре новых форм общественной жизни и экономического порядка – общества потребления, театрализованной политики, масс-медиа и информатики (Ф. Джеймиссон)» [10. С. 268]. Однако необходимо понимать, что в действительности «постмодернизм сформировался не после теорий разумного устройства жизни, а в недрах модерна» [10. С. 268].

Третье состояние («metamodern») формируется на основе парадоксально-естественного синтеза первого и второго состояний. Формально оно зарождается после постмодернизма, но в действительности оно возникает в момент

«столкновения» поляризованных конструктивно-деструктивных состояний «modern» – «postmodern». Размышляя о природе метамодернизма, Люк Тёрнер отмечает: «Вместо ознаменования возврата к наивным идеологическим позициям модернизма метамодернизм провозглашает, что наше время находится в состоянии колебания между аспектами культур модернизма и постмодернизма. Мы рассматриваем манифест метамодернизма в качестве сочетания просвещенной наивности, прагматического идеализма, умеренного фанатизма и колебаний между иронией и искренностью, конструкцией и деконструкцией, апатией и влечением, пытаясь достичь состояния превосходства (трансцендентности), как будто бы оно находилось в пределах нашей власти. Поколение метамодернизма осознает, что мы можем быть ироничными и искренними одновременно; одно необязательно должно притеснять другое» [11].

Из этого следует, что все представленные состояния, отражающие и фиксирующие изменения в «сознании культуры», возникают не последовательно, а одновременно. При этом важно понимать, что общая модель их генетического взаимодействия строится на системе специфических соотношений. Так, «modern» выступает в качестве инвариантного состояния культуры. Состояние «postmodern» является производным от состояния «modern». Условно «postmodern» можно назвать производным состоянием первого уровня. Соответственно, состояние «metamodern» является производным к состояниям «modern» – «postmodern», т.е. получает статус производного состояния второго уровня.

В рамках данной работы мы рассмотрим только два состояния культуры «modern» – «postmodern», так как именно они, сливаясь в единое целое [10], концептуально-структурируют (организуют) «внутреннее» пространство культуры, обозначая в нем наличие формально противостоящих друг другу, но неразрывно связанных между собой интенциональных зон сознания культуры. Кроме того, актуализация именно этих состояний культуры обусловлена тем, что они, во-первых, формируют своеобразный функционально-прагматический диапазон моделирования современной культуры во всем многообразии ее форм. Во-вторых, определяют специфику проекционно-интерпретационных тактик креативно-аналитического восприятия культуры. В-третьих, они выступают в качестве генеративных когнитивно-ментальных конструкторов, на базе которых зарождаются метасинтетические «производные» «состояния» культуры («пост-постмодернизм», «метамодернизм»).

Итак, *прежде чем переходить к анализу «базовых» состояний культуры («modern» – «postmodern»), отметим, что разрабатываемая нами концепция не является универсальной, а представляет собой одну из версий современной интерпретативной теории культуры. Мы предполагаем, что логика последовательного перехода культуры из одного состояния в другое представляется сомнительной. На наш взгляд, здесь корректнее было бы говорить не о переходе культуры от одного состояния к другому, а о смене когнитивно-ментальной валентности каждой модальности состояния культуры. По нашему мнению, можно выделить три базовые формы «состояния культуры».*

Форма 1 – состояние культуры, в котором условно доминирующее положение занимает модернистская модальность бытия культуры, а постмодернистская модальность «растворена» в модернистской и существует в форме потенциально реализующейся когнитивно-ментальной интенциональности

(модернизм – доминирующая модальность; постмодернизм – интенционально присутствующая модальность).

Форма 2 – состояние культуры, в котором условно доминирующее положение занимает постмодернистская модальность бытия культуры. Модернистская модальность в данном случае становится, с одной стороны, базой функционирования постмодернистской модальности. С другой – основным объектом ее своеобразной «когнитивно-ментальной агрессии-игры», в форме которой постмодернистская модальность репрезентирует себя в пространстве культуры (модернизм – условно «деактуализированная» модальность (базовый конструкт деконструктивных действий / операций, объект «агрессивной игры»); постмодернизм – доминирующая модальность).

Форма 3 – состояние культуры, в котором ни одна из представленных модальностей не занимает доминирующего или периферического положения. Это «состояние» культуры условно можно назвать переходным. В нем в равной степени актуализированы и модернистская, и постмодернистская модальности, при этом когнитивно-ментальный статус каждой жестко не регламентирован. И та, и другая могут быть как условно периферическими, так и условно доминирующими (модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность).

Все эти «состояния» образуют единый, матричный, стадийно организованный цикл развития культуры. Представим максимально обобщенную модель этого цикла.

Стадия 1: модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность.

Стадия 2: модернизм – доминирующая модальность; постмодернизм – интенционально присутствующая модальность.

Стадия 3: модернизм – условно «деактуализированная» модальность; постмодернизм – доминирующая модальность.

Стадия 4: модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность.

Именно так, на наш взгляд, выглядит полный цикл развития культуры в контексте смены ее когнитивно-ментальных состояний.

Причем все многовековое развитие культуры как единый когнитивно обусловленный процесс, в рамках которого сама культура понимается как «система „индивидуальных“, „надындивидуальных“, „сверхиндивидуальных“ внутренних или внешних по отношению к человеческому мышлению референтных значений» [5. С. 29] или механизмов нереперентного означивания [12], представляет собой многократное повторение этого цикла в разных модификациях и вариантах. Важно, что границы представленных стадий-«состояний» нестабильны, проницаемы. Так, например, стадия-состояние «А» (1) может быть формой реализации (своеобразной формой) стадии-состояния «Б» (2) и наоборот, а стадии-состояния «А–Г» (1–4) могут синтезировать в себе стадии-состояния («Б» / «В») (2–3).

Здесь необходимо обратить внимание на то, что смена этих «состояний» (переход одного в другое, растворение одного в другом, нейтрализация – «поглощение» одним другого) и трансформация модальностей, образующих эти «состояния» (речь идет об изменении когнитивно-ментальной валентности), реализуются в рамках единой целостной системы («сознание культуры» –

«сознание субъекта»), актуализированной одновременно в двух ракурсах: *ракурс 1* – «сознание культуры в сознании субъекта»; *ракурс 2* – «сознание субъекта в сознании культуры». Оба эти ракурса образуются и функционируют в особой когнитивно обусловленной системе координат, имеющей три ключевых доминанты: а) *язык* (абстрактная система значений / система кодов); б) *культура* (система «сверхличностных» культурных значений / кодов); в) *личность* (система индивидуализированных (персонифицированных) значений / кодов). В рамках этой «системы координат» статус «сознания культуры» так же, как и статус «сознания субъекта», наделяется особым внутренним динамизмом. Оба эти конструкта могут быть как доминирующими (определяющими общее «состояние» культуры / статус той или иной культурной модальности), так и периферическими. Здесь, на наш взгляд, возможно два варианта «статусных диспозиций» представленных понятий.

Вариант 1. Если доминирующим компонентом является «сознание культуры», под которым мы понимаем «растворенную» в метанарративном [13] (условно статическом) уровне культуры систему образцово-эталонных субъектных интенциональностей, образующих единый образ «культурной метасубъектности», то культура находится в состоянии «modern». Это обусловлено тем, что доминирующая на данном этапе «культурная метасубъектность» предопределяет все интенционально-интерпретационные импульсы, исходящие от «внешней», пока еще «внекультурной» (точнее, не вписанной в культуру) «свободной субъектности» (реальный человек / сознание человека, только соприкасающегося с культурой / с ее сознанием – «культурной метасубъектностью»). Другими словами, «сознание культуры» предопределяет специфику когнитивно-ментальной активности «свободного субъекта», регламентируя его формы существования в культуре по принципам установленного в ней образца.

Вариант 2. Если доминирующим компонентом является «сознание субъекта», которое формально «освобождено» от «диктата» системы метанарративно-«универсализированных» моделей-образцов, определяющих конструктивно-гармонизированные формы бытия субъекта в культуре, то «свобода» эта позволяет последнему использовать как «корневой» (гносеологический [14]), так и «внекорневой» (паутинно-«ризоматический» [15]) принцип бытия в культуре. При реализации второго принципа метанарративная зона культуры утрачивает свою стабильность. Концептуально-смысловая и «культурно-сверхсубъектная» статика нейтрализуется, превращаясь даже не в регламентированную динамику метанарратива, а в спонтанную деструктивно-игровую «гипердинамику хаосмоса» [16], в пространстве которого иерархическая модель культуры превращается в перманентно саморазрушающуюся и самоконструирующуюся систему. В этом случае культура находится в стадии «postmodern».

Но не менее важно то, что происходит с «познающим субъектом». Попадая в «деструктивное царство свободы» (стадия-состояние культуры «postmodern»), которое институализировано лишь его «спонтанным желанием» [17. С. 169], он утрачивает способность не только познавать и создавать, но и адекватно идентифицировать объект («опустошенный метанарратив»), на который, как ему кажется, нацелено его внимание. Невозможность адекватной идентификации объекта внимания порождает невозможность идентифицировать самого себя. Он превращается в «человека с плеером», «растворен-

ного» в гуле обезличенных и обесмысленных осколков культуры. Он «погружен в уединенное жертвоприношение своей энергии, безразличный к любой катастрофе, поскольку не ожидает ничего, кроме саморазрушения, истощения энергии бесполезного тела, которое произойдет на его собственных глазах» [18. С. 106].

Однако здесь важно понимать, что в любом случае приоритет познающего субъекта над условно доминирующей позицией «культурной метасубъектности» является априорным. Это связано с тем, что интенциональные действия «сознания культуры», как правило, однонаправленны, а концептуально-смысловое содержание этих действий жестко регламентировано теми же принципами, которые обеспечивают ее гармонизированное функционирование в рамках стадии-состояния «modern». Изменение культуры аккумулируется в зоне «культурной метасубъектности», но ею непосредственно не производится. Действительно, изменения (трансформация) культуры – это, прежде всего, внутренний процесс, но «внутреннее» как источник этих изменений в данном контексте рассматривается как «внутреннее» «свободного» субъекта / органическая связь «внутреннего» сознания этого субъекта и «сознания культуры», а не как «внутреннее» «сознания культуры» самого по себе.

Перед нами возникает два вопроса: а) «что» является своеобразным когнитивно-ментальным механизмом, обеспечивающим бесперебойное конструктивно-деструктивное функционирование системы «А» («сознание культуры» – «сознание субъекта») в пространстве динамической когнитивно обусловленной системы «Б» (язык (абстрактная система значений / система кодов) – культура (система «сверхличностных» культурных значений / кодов) – личность (система индивидуализированных (персонифицированных) значений / кодов)?; б) «что» координирует качественные особенности перехода этих систем из одного «состояния» в другое с учетом трансформации валентности каждой отдельно взятой модальности («modern» – «postmodern»)?

На наш взгляд, таким сверхсистемным конструктом является когнитивно-прагматическая программа (КПП), которая, выступая в качестве когнитивно-ментальной связки между языком, сознанием, дискурсом и культурой, синтезирует в себе свойства «сознания субъекта» и «сознания культуры», раскрывая природу их внутреннего взаимодействия, основанного на диалектическом принципе единства и борьбы органически связанных между собой противоположностей. Особый эвристический потенциал теории КПП в рамках культурологических исследований обусловлен тем, что данная теория позволяет работать как на уровне частной аналитики (актуализация отдельного аспекта культуры), так и на уровне системного обобщения (рассмотрение фундаментальных процессов развития культуры). Дело в том, что КПП – «опорная система когнитивно-прагматических установок (КПУ) (целевых, самоидентификационных (ролевых), инструментальных, оценочно-аналитических), формирующаяся в пространстве когнитивного сознания отдельной личности / определенной социальной группы / нации / народа и выступающая в качестве концептуальной матрицы различной осмысленной деятельности, в том числе и текстовой» [19. С. 56]. Она может рассматриваться не только как отдельный (комплексный) компонент, функционирующий на конкретном уровне культуры, но и как «свернутая» модель всей культуры в целом.

Данное утверждение базируется на том, что «независимо от формы и статуса КПП, воплощенная в пространстве культуры, обладает единой (унифицированной) внутренней структурой. Она состоит из двух основных уровней: а) *категориально-семиотического* (уровень функционирования культурного кода (система метанарративных КПП); уровень функционирования когнитивно-ментального кода (система производных КПП); уровень функционирования синтетического программного кода (система национально-специфических КПП)); б) *функционально-коммуникативного* (уровень декодировки / перекодировки культурных элементов (кодов) разных типов)» [20. С. 179]. При этом сама культура в контексте теории КПП предстает перед нами как «иерархически организованная, динамическая, полисемиотическая, полидискурсивная система взаимообусловленных и неразрывно связанных между собой когнитивно-прагматических программ (КПП) разных типов (метанарративных; производных; национально-специфических), которые а) обеспечивают неразрывную связь «универсальной триады» *язык – культура – личность*; б) актуализируют представление о культуре как о поликодовой текстуально-информационной системе и мощном «генераторе структурности», основным источником которой является язык (многообразие знаковых систем) как универсальное средство выражения культурных смыслов» [20. С. 179].

Укажем, что одним из ключевых свойств КПП является ее когнитивно-ментальная «чувствительность», отражающая все внутренние трансформации «сознания субъекта» и «сознания культуры». Причем изменения эти фиксируются программой как на уровне «персонального» бытия каждого компонента, так и на уровне их взаимодействия в пространстве культуры (в системе КПП). На наш взгляд, именно эта способность к «сверхчувственному самовосприятию» лежит в основе понимания культуры-программы как «саморазвивающегося» феномена. Более того, такая внутренняя (когнитивно-ментальная) / внешняя (социальная) «сверхчувствительность» со временем превращается из «адаптационного» механизма в системный принцип функционирования всей программы культуры в целом. В результате на основе базовой (логоцентрической) версии программы, отражающей стадию-состояние развития культуры «modern», основные принципы которой обозначены в представленном выше определении культуры, формируется ризомно-симулятивная версия (вариант) данной программы (стадия-состояние культуры «postmodern»).

Исходя из этого, представленный выше цикл развития культуры превращается в нелинейную последовательность замещения логоцентрического варианта КПП, принцип работы которой Л.Н. Синельникова обозначает конструктивно-генерирующей формой глагола «быть» / «я есть» [15. С. 815], комплексом ризомно-симулятивных вариантов этой же программы. В целом принцип внутреннего взаимодействия этих программ можно определить так: от оригинала (метанарратива) – к системе «автоматизированных» копий; от «корня» (символ преемственности и концептуально-смысловой системности культуры) – к «грибнице-ризоме» (символ хаотичности, асистемности, «пограничной зоны» между тем, чего нет, и тем, что могло бы быть, но только кажется [21]). При этом *система копий* (ризомно-симулятивный вариант КПП) и функционирующий в ее пространстве «саморазрушающийся субъ-

ект» воспринимают программу-оригинал не как оригинал-источник, а как очередную копию, т.е. как обезличенно-спонтанную матрицу опустошенных значений, которые «не имеют отношения к какой бы то ни было реальности, являясь своим собственным симулякром в чистом виде» [22].

Итак, представим абстрактную «программную» модель циклического развития культуры.

Стадия 1: *система логоцентрических КПП / система ризомно-симулятивных КПП* – условно доминирующе-периферическая модальность.

Стадия 2: *система логоцентрических КПП* – доминирующая модальность – *система ризомно-симулятивных КПП* – интенционально присутствующая модальность.

Стадия 3: *система логоцентрических КПП* – условно «деактуализированная» модальность – *система ризомно-симулятивных КПП* – доминирующая модальность.

Стадия 4: *система логоцентрических КПП / система ризомно-симулятивных КПП* – условно доминирующе-периферическая модальность.

Подчеркнем, что процесс программного перехода от состояния «modern» (доминирующее положение занимает «познающий субъект», неразрывно связанный с «сознанием культуры») и функционирующий в системе КПП логоцентрического типа») к состоянию «postmodern» (доминирующее положение занимает «оторванный» от «сознания культуры») «саморазрушающийся субъект», функционирующий в системе КПП ризомно-симулятивного типа) нельзя рассматривать, ограничиваясь рамками формально-аксиологической логики: модернизм как «+», конструктивная фаза развития культуры / постмодернизм как «-», деструктивная фаза развития культуры. Дело в том, что внешне деструктивные симулятивно-ризоматические процессы, активизирующиеся в «сознании культуры» через систему программ-копий, во многом стимулируют внутреннюю динамику условно статического (метанарративного) уровня культуры. В результате внутренней «динамизации» в метанарративной системе культуры пробуждаются скрытые, ранее недоступные для интерпретации интенциональные возможности. Новый взгляд на «застывшие образцы» не разрушает их, так как они уже вписаны в «сознание культуры», но позволяет произвести их когнитивно-ментальную «перекomпоновку» / «перекодировку» и определить, какие из них на данном конкретном этапе исторического развития являются наиболее актуальными и продуктивными как для самой культуры, так и общества, которое является ее носителем / интерпретатором / источником.

Выводы. Разрабатываемая нами концепция не является универсальной, а представляет собой одну из версий современной интерпретативной теории культуры. В рамках нашей концепции корректно говорить не о последовательном переходе культуры от одного состояния к другому, а о смене когнитивно-ментальной валентности каждой модальности состояния культуры, воплощенного в рамках единого состояния «modern – postmodern». На наш взгляд, можно выделить три базовые формы «состояния культуры», различающиеся этой валентностью: 1) модернизм – доминирующая модальность, постмодернизм – интенционально присутствующая модальность; 2) обратная картина; 3) переходная (модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность), когда статус обеих модальностей жестко

не регламентирован. Соответственно, полный стадийный цикл развития культуры в контексте смены ее когнитивно-ментальных состояний таков: 1) модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность; 2) модернизм – доминирующая модальность; постмодернизм – интенционально присутствующая модальность; 3) модернизм – условно «деактуализированная» модальность; постмодернизм – доминирующая модальность; 4) модернизм и постмодернизм – условно доминирующе-периферическая модальность.

Смена этих «состояний» культуры и трансформация образующих их модальностей реализуется в рамках единой целостной системы («сознание культуры» – «сознание субъекта»), актуализированной одновременно в двух ракурсах: 1) «сознание культуры в сознании субъекта»; 2) «сознание субъекта в сознании культуры». Оба эти ракурса функционируют в когнитивно обусловленной системе координат, имеющей три ключевых доминанты: а) *язык* (абстрактная система значений / система кодов); б) *культура* (система «сверхличностных» культурных значений / кодов); в) *личность* (система индивидуализированных (персонифицированных) значений / кодов). В рамках этой системы координат возможны два варианта «статусных диспозиций»: 1) если доминирующим компонентом является «сознание культуры» (система образцово-эталонных субъектных интенциональностей, образующих единый образ «культурной метасубъектности»), то культура находится в состоянии «modern»; 2) если доминирующим компонентом является «сознание субъекта», которое формально «освобождено» от «диктата» системы метанарративно-«универсализированных» моделей-образцов, то метанарративная зона культуры утрачивает свою стабильность; возникает перманентно саморазрушающаяся и самоконструирующаяся система (состояние «postmodern»).

Когнитивно-ментальным механизмом, обеспечивающим бесперебойное «конструктивно-деструктивное» функционирование и координацию качественных особенностей перехода систем из одного «состояния» в другое, является КПП, синтезирующая в себе свойства «сознания субъекта» и «сознания культуры» и раскрывающая природу их внутреннего взаимодействия. В ракурсе КПП стадийная модель циклического развития культуры приобретает следующий вид: 1) система логоцентрических КПП / система ризомно-симулятивных КПП – условно доминирующе-периферическая модальность; 2) система логоцентрических КПП – доминирующая модальность; система ризомно-симулятивных КПП – интенционально присутствующая модальность; 3) система логоцентрических КПП – условно «деактуализированная» модальность; система ризомно-симулятивных КПП – доминирующая модальность; 4) система логоцентрических КПП / система ризомно-симулятивных КПП – условно доминирующе-периферическая модальность.

Список источников

1. Каган М.С. Введение в культурологию : Курс лекций. СПб., 2003. 167 с.
2. Уайт Л.А. Избранное: Наука о культуре. М. : РОССПЭН, 2004. 960 с.
3. Чернышева А.В. Понятие культуры в структурно-семиотической концепции Ю.М. Лотмана // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 5 (11). С. 184–187.
4. Иванов Д.И., Лакербай Д.Л. Антропоцентрическая парадигма современного гуманитарного знания: метадисциплинарный «дом теорий» // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2019. № 58. С. 168–195.

5. Коваленко Е.М. Культура как когнитивная система // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 3. С. 28–32.
6. Демин И.О. Статика и динамика культуры // Аналитика культурологии. 2012. № 23. С. 12–15.
7. Вермулен Т. Глубина метамодерна, или «Глубиноподобие» // Аккер Р. ван ден, Гиббонс А., Вермулен Т. Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина после постмодернизма. М. : РИПОЛ классик, 2020. С. 349–355.
8. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. М. : Ин-т эксперим. социологии ; СПб. : Алетейя, 1998. 160 с.
9. Павлов А. Метамодернизм: критическое введение // Аккер Р. ван ден, Гиббонс А., Вермулен Т. Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина после постмодернизма. М. : РИПОЛ классик, 2020. С. 7–32.
10. Горбунова Л.И. Постмодерн как тенденция развития культуры XX века // Вестник МГТУ. 2011. № 2. С. 265–271.
11. Тернер Л. Метамодернизм: краткое введение. 2015. URL: Метамодернизм: Краткое введение (metamodernizm.ru) (дата обращения: 11.09.23).
12. Федотова М.Г. Понятие «Означивание» в семиотических теориях Ф. Де Соссюра и Ч.С. Пирса // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2012. № 27. С. 417–421.
13. Волков В.Н. Постмодерн: недоверие к метанарративам // Культурное наследие России. 2015. № 2. С. 3–11.
14. Лавлинский С.Г. Три основных формата истолкования сущности культуры // Аналитика культурологии. 2009. № 14. С. 171–175.
15. Синельникова Л.Н. Ризома и дискурс интермедальности // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2017. № 4. С. 805–821.
16. Корякина А.П. Проблема подлинности в контексте философии постмодернизма: ветвление подлинного в хаосмосе // Вестник ВятГУ. 2016. № 8. С. 9–13.
17. Дьяков А.В. Феликс Гваттари: Шизоанализ и производство субъективности. Курск : Изд-во Курск. гос. ун-та, 2006. 246 с.
18. Бодрийяр Ж. Америка. СПб., 2000. 203 с.
19. Иванов Д.И. Теория когнитивно-прагматических программ. Иваново : ПресСто, 2019. 312 с.
20. Иванов Д.И. Культура как система когнитивно-прагматических программ: краткий теоретический очерк. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 3. С. 174–185.
21. Свирский Я.И. «Сложностное мышление» в контексте философских стратегий Ж. Делёза и Ф. Гваттари // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. № 1. 2012. С. 37–44.
22. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М. : Изд. дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.

References

1. Kagan, M.S. (2003) *Vvedenie v kul'turologiyu* [Introduction to Cultural Studies]. St. Petersburg: Yurayt.
2. White, L.A. (2004) *Izbrannoe: Nauka o kul'ture* [Selected Works: Science of Culture]. Moscow: ROSSPEN.
3. Chernysheva, A.V. (2011) Ponyatie kul'tury v strukturno-semioticheskoy kontseptsii Yu.M. Lotmana [The concept of culture in Yu.M. Lotman's structural and semiotic concept]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*. 5(11). pp. 184–187.
4. Ivanov, D.I. & Lakerbay D.L. (2019) The anthropocentric paradigm of modern Liberal Arts: A meta-disciplinary “House of Knowledge”. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 58. pp. 168–195. (In Russian). DOI: 10.17223/19986645/58/11
5. Kovalenko E.M. (2011) Kul'tura kak kognitivnaya sistema [Culture as a cognitive system]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*. 3. pp. 28–32.
6. Demin, I.O. (2012) Statika i dinamika kul'tury [Statics and dynamics of culture]. *Analysis of cultural studies*. 23. pp. 12–15.
7. Vermeulen, T. (2020) Glubina metamoderna, ili “Glubinopodobie” [The depth of metamodernity, or “Depth-likeness”]. In: Akker, R. van den, Gibbons, A. & Vermeulen, T. *Metamodernizm. Istorichnost', Affekt i Glubina posle postmodernizma* [Metamodernism. Historicity, Affect and Depth after Postmodernism]. Moscow: RIPOL klassik. pp. 349–355.

8. Lyotard, J.F. (1998) *Sostoyanie postmoderna* [The State of Postmodernity]. Translated from French. Moscow: Institute of Experimental Sociology; St. Petersburg: Aleteyya.
9. Pavlov, A. (2020) *Metamodernizm: kriticheskoe vvedenie* [Metamodernism: a critical introduction]. In: Akker, R. van den, Gibbons, A. & Vermeulen, T. *Metamodernizm. Istorichnost', Affekt i Glubina posle postmodernizma* [Metamodernism. Historicity, Affect and Depth after Postmodernism]. Moscow: RIPOL klassik. pp. 7–32.
10. Gorbunova, L.I. (2011) Postmodern kak tendentsiya razvitiya kul'tury XX veka [Postmodernity as a trend in the development of culture of the 20th century]. *Vestnik MGTU*. 2. pp. 265–271.
11. Turner, L. (2015) *Metamodernizm: kratkoe vvedenie* [Metamodernism: A Brief Introduction]. [Online] Available from: *Metamodernism: A Brief Introduction* (metamodernizm.ru) (Accessed: 11th September 2023).
12. Fedotova, M.G. (2012) Ponyatie “Oznachivanie” v semioticheskikh teoriyakh F. De Sossyura i Ch.S. Pirsy [The concept of “Signification” in the semiotic theories of F. De Saussure and C.S. Pierce]. *Izvestiya PGU im. V.G. Belinskogo*. 27. pp. 417–421.
13. Volkov, V.N. (2015) Postmodern: nedoverie k metanarrativam [Postmodern: Distrust of metanarratives]. *Kul'turnoe nasledie Rossii*. 2. pp. 3–11.
14. Lavlinskiy, S.G. (2009) Tri osnovnykh formaty istolkovaniya sushchnosti kul'tury [Three main formats for interpreting the essence of culture]. *Analitika kul'turologii*. 14. pp. 171–175.
15. Sinelnikova, L.N. (2017) Rizoma i diskurs intermedial'nosti [Rhizome and discourse of intermediality]. *Vestnik RUDN. Seriya: Lingvistika*. 4. pp. 805–821.
16. Koryakina, A.P. (2016) Problema podlinnosti v kontekste filosofii postmodernizma: vetvlenie podlinnogo v khaosmose [The problem of authenticity in the context of the philosophy of postmodernism: The branching of the authentic in chaosmos]. *Vestnik VyatGU*. 8. pp. 9–13.
17. Dyakov, A.V. (2006) *Feliks Gvattari: Shizoanaliz i proizvodstvo sub"ektivnosti* [Felix Guattari: Schizoanalysis and the production of subjectivity]. Kursk: Kursk State University.
18. Baudrillard, J. (2000) *Amerika* [America]. St. Petersburg: [s.n.].
19. Ivanov, D.I. (2019) *Teoriya kognitivno-pragmaticheskikh programm* [Theory of Cognitive-Pragmatic Programs]. Ivanovo: PresSto.
20. Ivanov, D.I. (2022) Kul'tura kak sistema kognitivno-pragmaticheskikh programm: kratkiy teoreticheskiy ocherk [Culture as a system of cognitive-pragmatic programs: a brief theoretical essay]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. 3. pp. 174–185.
21. Svirskiy, Ya.I. (2012) “Slozhnostnoe myshlenie” v kontekste filosofskikh strategiy Zh. Deleza i F. Gvattari [“Complex thinking” in the context of the philosophical strategies of J. Deleuze and F. Guattari]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Filosofiya*. 1. pp. 37–44.
22. Baudrillard, J. (2015) *Simulyakry i simulyatsii* [Simulacra and Simulations]. Translated from French. Moscow: POSTUM.

Сведения об авторе:

Иванов Д.И. – кандидат филологических наук, доцент, профессор Института иностранных языков Сианьского нефтяного университета (Сиань, Китай). E-mail: Ivan610@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Ivanov D.I. – Ph.D. in Philology, associate professor, professor of the Institute of Foreign Languages, Xi'an Shiyou University (Xi'an, China). E-mail: Ivan610@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 16.06.2023;
одобрена после рецензирования 04.10.2023; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 16.06.2023;
approved after reviewing 04.10.2023; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 316.7

doi: 10.17223/22220836/58/7

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ В МИРЕ ГЛОБАЛЬНОГО РАЗНООБРАЗИЯ: ИДЕИ И КОНЦЕПЦИИ

Лариса Александровна Коробейникова¹,
Юлия Валерьевна Перминова²

^{1,2} *Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия*

¹ *kla-15@yandex.ru*

² *juliavperminova@gmail.com*

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме выстраивания кросскультурного диалога как в отдельно взятом обществе, так и на международном уровне. Особое внимание уделяется исследованию взаимодействия культур в контексте теории культурного капитала и поиску решения проблемы с опорой на принципы философии диалога и мультикультурализма. Также затрагивается философский аспект взаимовосприятия в рамках современных процессов глобализации.

Ключевые слова: культурное разнообразие, глобализация, культурный капитал, экзистенциальная безопасность

Для цитирования: Коробейникова Л.А., Перминова Ю.В. Культурный капитал в мире глобального разнообразия: идеи и концепции // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 64–73. doi: 10.17223/22220836/58/7

Original article

CULTURAL CAPITAL IN THE WORLD OF GLOBAL DIVERSITY: IDEAS AND CONCEPTS

Larisa A. Korobeynikova¹, Yulia V. Perminova²

^{1,2} *National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation*

¹ *kla-15@yandex.ru*

² *juliavperminova@gmail.com*

Abstract. Modern culture is at a turning point: the era associated with the dominance of the Western monoculture is ending, and another one is beginning, caused by the assertion of the principle of cultural diversity and the formation of a multipolar world. The emerging culture opens up prospects for sustainable development of the world community based on equal interaction of global and local cultures, which allows for the creation of new value foundations for the development of the world community, a new ethic and ensures the transition to a socio-cultural organization based on the principles of cultural diversity and equality of different cultures. The cross-cultural or multicultural version of globalization is being updated, based on the principles of cultural diversity and equality in the process of world development. Multicultural globalization has a tolerant and non-repressive form, this was influenced by the growth of the level of existential security, and multiculturalism has become a response to cultural and religious diversity, which is associated with the policy of

identity, difference and recognition. The key is mutual understanding and acceptance of the Other, the different, having other identification features, in connection with which one of the theoretical sources of cross-cultural and multicultural globalization is the philosophy of dialogue.

Over the past century, cultural values have changed, and generations that grew up in existential security set self-expression, environmental quality, etc. as goals. As a result of cultural shifts, there is a transition from material values to post-materialistic ones, which provides the basis for the formation of an environment that promotes cultural and religious diversity. Nevertheless, there are trends of growing support for xenophobic, populist and authoritarian movements even in economically successful countries, where great importance was attached to supporting minorities. Several decades of existential security preceded the cultural rollback.

Analyzing the current situation of the evolution of cultural capital in the world of global diversity, we can assume that the principles of cross-cultural dialogue and multiculturalism are the key to peaceful dialogue between different societies. Of course, there will always be differences that cause contradictions, but as such an indicator of cultural capital as the radius of identification and trust grows, the opportunity will arise to build a peaceful dialogue and understanding, cooperation while preserving the cultural identity of both sides.

Keywords: cultural diversity, globalization, cultural capital, existential security

For citation: Korobeynikova, L.A. & Perminova, Yu.V. (2025) Cultural capital in the world of global diversity: ideas and concepts. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 64–73. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/7

Современная культура находится на переломе: заканчивается одна эпоха ее развития, связанная с доминированием западной монокультуры, и начинается другая эпоха, обусловленная утверждением принципа культурного разнообразия и становлением многополярного мира. Формирующаяся культура многополярного мира открывает перспективы устойчивого развития мирового сообщества на основе равноправного взаимодействия глобальной и локальных культур, что позволяет создать новые ценностные основания развития мирового сообщества, новую этику, отрицающую глобальное доминирование одного общества, а также обеспечить переход к новой социокультурной организации, основанной на принципах культурного разнообразия и равенства разных культур в процессе мирового развития. В связи с этим на сегодняшний день наиболее актуальной темой все чаще становится не универсалистская версия глобализации, приводящая к доминированию одного общества в глобальном сообществе, а кросскультурная или мультикультуральная версия глобализации, основанная на принципах культурного разнообразия и равенства разных культур в процессе мирового развития. Мультикультурная глобализация имеет толерантную и нерепрессивную форму. Такого рода явление могло возникнуть, согласно эволюционной теории модернизации Р. Инглхарта [1], только в результате роста общего среднего уровня экзистенциальной безопасности в мире на протяжении некоторого времени. Некоторые политические аналитики определяют этот промежуток как «конец истории» и годом его начала обозначают 1989 г. Именно поиск новой культурной парадигмы данного периода сделал возможным появление мультикультурализма как нормативной теории [2] в связи с тем, что теории, в соответствии с которыми самоопределение, базирующееся на религии и этносе, однажды исчезнет, оказались ошибочными, а такие факторы культурного капитала, как религиозные установки и этническая самоидентификация, оказались довольно устойчивы к изменениям. Мультикультурализм в этой

связи возник как ответ на культурное и религиозное разнообразие, это направление тесно связано с политикой идентичности, различия и признания. В современном глобализирующемся мире, в котором так сильна взаимосвязь стран во всех сферах, необходимо соблюдение баланса и равновесия. Ключом к этому является взаимопонимание и принятие Другого, отличного, имеющего иные идентификационные признаки, в связи с чем одним из теоретических источников кросскультурной и мультикультурной глобализации является философия диалога. Одна из основных задач человечества на сегодняшний день – преодоление дискриминации на всех уровнях и во всех сферах.

1. Интерпретации культурного капитала в контексте постматериалистических ценностей

Современный мир стремительно изменяется в направлении доминирования культурного разнообразия. Конечно, нельзя отрицать, что некоторые культуры занимают доминирующую позицию по некоторым параметрам. Их особенности и черты перенимаются другими культурами, иногда происходит замещение элементов традиционной культуры новыми. Это может вызывать опасения, но если рассматривать это явление с позиции эволюционной теории модернизации, становится очевидно, что это абсолютно естественный процесс, который характерен для каждого периода времени истории человечества. Без заимствования более эффективных для выживания и существования общества элементов не могло быть и речи о прогрессе и развитии человечества в целом. Именно замкнутость и изоляция обрекают на отсталость в экономическом и социальном плане, в доказательство чему можно привести примеры из мировой истории. Если рассматривать развитие культуры как продолжение эволюции, то можно провести аналогию с эволюцией в биологическом плане. Подобно тому, как какой-либо вид утрачивает не способствующие выживанию модификации организма, так и человек утрачивает культурные особенности, которые не повышают качество его жизни. Так же можно взглянуть на проблему сохранения «чистоты» культуры и традиционных ценностей какого-либо общества, проводя аналогию с еще одной довольно опасной, как показала история, идеей «чистоты» биологического вида. Приверженность жестким культурным нормам обычно характерна для традиционных обществ, в которых выживание для каждого не гарантировано, а наличие пищи и ощущение безопасности не воспринимаются как должное. За последнее столетие во многих странах ситуация сильно изменилась, произошло изменение культурных ценностей разных поколений благодаря экономическому росту. Поколения, которые выросли, ощущая большую степень гарантированности выживания и уверенность в собственной безопасности, ставят своей целью самовыражение, качество окружающей среды и т.п. Растет уровень доверия к окружающему миру, представителям других культур, что способствует стремлению к сотрудничеству и как следствие прогрессу в разных сферах.

В результате культурных сдвигов происходит переход от материальных ценностей к постматериалистическим. Это дает хорошую основу для формирования среды, способствующей поддержке культурного и религиозного разнообразия, преодоления неуважения идентичности культуры различных народов. Конечно, на сегодняшний день можно наблюдать своего рода перегибы в попытках поддержания меньшинств, особенно когда данная повестка

прослеживается в современной массовой культуре, например, в кино и видеоиграх. Такого рода явления зачастую вызывают отторжение и критику со стороны части общества, особенно у социальных групп, для которых эти фильмы или видеоигры стали частью их собственной культуры. Интересно вспомнить замечание Ч. Кукатаса [3] о том, что нет прав социальных групп, есть только права индивида, и потому, например, политика государства не должна предполагать наличие стратегии культурной интеграции, но шаги в сторону индифферентности по отношению к разного рода меньшинствам вполне имеют место быть. Тем не менее прослеживается обратная тенденция: компании-гиганты, такие как Amazon (Амазон), Microsoft (Майкрософт), Google (Гугл), Meta (Мета), Walmart (Волмарт), McDonalds (Мак Доналдс), Ford (Форд), Harley-Davidson (Харли-Дэвидсон) и некоторые другие, отказываются от программ по «равенству, разнообразию и инклюзивности», т.е. началась отмена DEI-инициатив (Diversity, equity, and inclusion (англ.) – разнообразие, равенство и включение). Началом этого процесса можно считать решение Верховного суда США в 2023 г. по делам студентов против Гарвардского университета и университета Северной Каролины, согласно которому был признан факт позитивной дискриминации в колледжах. То есть права поступающих чернокожих учитывались, но вместе с тем одновременно происходила дискриминация абитуриентов из белых и азиатских семей. Также как пример можно привести резкое падение цен на акции Ubisoft (Юбисофт) в 2024 г. сразу после выпущенного трейлера игры *Assassin's Creed: Shadows* (Кредо убийцы: Тени). Суть в том, что действие самой игры происходит в феодальной Японии, а главными героями стали женщина-ниндзя и темнокожий самурай. Основные претензии поклонников игры к выбору расы самурая, так как изначально игра позиционировалась как исторически достоверная. Еще один пример также из сферы видеоигр: летом 2024 г. вышла игра *Concord* (Конкорд) – аналог *Overwatch* (Бессонница) от Sony (Сони) и *Firewalk Studios* (Студия огня), наполненная бодипозитивными небинарными персонажами и СЖВ-повесткой. Аббревиатура СЖВ (англ. social justice warrior, SJW) [4] означает борца за социальную справедливость, или воина социальной справедливости, но в последнее время используется как уничижительный термин в сфере видеоигр [5]. Игру *Concord* (Конкорд) разрабатывали 8 лет, на ее создание потрачено 200 млн долл. Спустя 10 дней после релиза разработчики объявили о закрытии серверов *Concord* (Конкорд), а продажи игры прекращены. Дело в том, что максимальное количество игроков онлайн едва достигло значения 600, мировое игровое сообщество не поддержало и не приняло столь активное навязывание повестки. Если учитывать, что международное игровое сообщество в основном состоит из представителей более юного толерантного поколения, благодаря которому мог бы произойти культурный сдвиг в сторону большей терпимости к меньшинствам, то приведенные выше примеры доказывают обратное. Причина предположительно в том, что игровое сообщество неоднородно и в нем присутствуют представители различных стран с абсолютно разным уровнем ощущения экзистенциальной безопасности и культурного капитала. То есть тенденции в основном задают создатели игр, чаще всего это представители экономически успешных стран, в которых уже произошел некоторый переход к постматериалистическим ценностям. Они транслируют призыв к гендерно-

му равенству, защите окружающей среды, поддержке прав человека и т.д. Данный посыл непонятен и не может быть принят представителями общества, в котором уровень экзистенциальной безопасности низкий, либо если происходит экономический рост в стране и прошло недостаточно времени, для того чтобы у человека такого социума появились уверенность в завтрашнем дне и готовность в социальных изменениях. На сегодняшний день процент тех, кто находится в такой ситуации, довольно высокий. Также этот показатель может расти за счет, например, войн, экологических и природных катастроф. То есть, несмотря на позитивные тенденции роста общего уровня культурного капитала во всем мире, возможен культурный откат, сопровождаемый ксенофобскими и авторитарными настроениями в обществе. Это естественный процесс, так как для существования человеку сначала необходимо обеспечить себя базовыми потребностями, согласно пирамиде Маслоу. Без постоянного обеспечения пищей, водой и жильем, без ощущения безопасности очень трудно и практически невозможно удовлетворить потребности познавательные, эстетические и тем более личностного роста.

Стоит обратиться к одному из моментов критики мультикультурализма, который заключается в том, что это направление как политика признания зачастую стоит в приоритете перед политикой перераспределения [6]. Основная цель политики признания – это преодоление неравенства в обществе с помощью ориентации на культурное и символическое изменение, в то время как политика перераспределения делает акцент именно на экономической реструктуризации. По мнению сторонников мультикультурализма, оба типа политики тесно связаны и для их реализации необходимо достижение равенства по расовым, этническим, национальным, религиозным и гендерным признакам. То есть требуется наличие терпимости, открытости, что, согласно теории культурного капитала, достигается, только если удовлетворены базовые потребности в обществе и экономические показатели достаточно высоки, чтобы начать переход общества к постматериалистическим ценностям. В таком случае необходим своего рода гибрид политики признания и распределения.

2. Методология исследований культурного капитала: некоторые аспекты

В процессе глобализации среднее значение показателя степени терпимости и доверия к другим представителям национальностей, этносов и т.д. во всем мире значительно выросло. Можно предположить, что одной из причин стал тот факт, что люди стали больше путешествовать именно с целью знакомства с иными, отличными культурами. Речь идет о туризме – одном из наиболее простых и эффективных путей налаживания кросскультурного диалога. Очевидно, что любая национальная культура – это сложнейшая комбинация установок и ценностей, действующих в комплексе и влияющих на поведение, в том числе и на путешествующих по какой-либо стране. Существует метод тестирования моделей QCA (качественный компаративный анализ) [7] – это новый аналитический метод, который использует булеву алгебру, т.е. алгебру логики и теорию нечетких множеств для анализа макросоциальных явлений. Обычно ориентированные на этот вид анализа ученые изучают только несколько случаев за раз, но их анализы являются как интенсивными – рассматривая многие аспекты случаев, так и интегративными – в случае исследований сочетания различных частей случая сочетаются

друг с другом как контекстуально, так и исторически. Формализуя логику качественного анализа, QCA (качественный компаративный анализ) может привнести логику и эмпирическую интенсивность качественных подходов в исследования, которые охватывают более чем несколько случаев – исследовательских ситуаций, которые обычно требуют использования количественных методов, ориентированных на переменные. Булевы методы логического сравнения представляют каждый случай как комбинацию причинных и исходящих условий. Эти комбинации можно сравнивать друг с другом, а затем логически упрощать с помощью процесса парного сравнения снизу вверх. Компьютерные алгоритмы, разработанные инженерами-электриками в 1950-х гг., предоставляют методы для упрощения этого типа данных. Матрица данных переформулируется как «таблица истинности» и сокращается способом, параллельным минимизации коммутационных схем. Эти процедуры минимизации имитируют сравнительные методы, ориентированные на случай, но выполняют более когнитивно требовательную задачу – выполнение множественных сравнений конфигураций – с помощью компьютерных алгоритмов. Цель логической минимизации – представить – в сокращенной форме – информацию в таблице истинности относительно различных комбинаций условий, которые приводят к определенному результату, который позволяет исследовать, как сложные культурные явления влияют на поведение потребителей, например в сфере туризма [8]. Так, анализ данных о путешествиях в Австралию и США позволил сделать ряд выводов. Так как изучение культурных ценностей в комплексе дает более качественный результат, чем исследование отдельных ценностей, то культурные ценности предпочтительнее изучать вместе в одно и то же время. Многие исследователи занимаются исследованиями влияния культуры на поведение потребителей, однако преобладают данные чаще о влиянии отдельных факторов по одному за раз, используя перспективу чистых эффектов. Так, основываясь на результатах, можно сделать вывод о том, что будущим исследователям необходимо рассматривать культурные ценности в комплексе при изучении влияния культуры на поведение потребителей. Также стоит учитывать, что мировосприятия обществ различны, так как могут быть представлены особыми специфическими сочетаниями культурных ценностей. Подтверждение этой идеи можно найти у таких исследователей, как Т. Кларк, Н. Давар и П. Паркер, Г. Хофстеде, Ш. Шварц и Я. Стенкампом. Каждое общество в действительности является значимым представителем культуры, поскольку каждое обладает уникальным набором аутентичных специфик. Таким образом, при проведении мультикультурных исследований присутствует необходимость изучать культуру, учитывая ее национальные особенности. Следует учитывать и разницу степени культурного влияния. Так, например, она выше для путешественников, приезжающих на отдых, чем для просто посещающих семью или друзей. Также влияние значительнее для впервые приезжающих, чем для повторных посетителей. Соответственно, необходимо больше концентрироваться на впервые приезжающих на отдых, чем на посетителях, путешествующих с другими целями, или повторных посетителях, при изучении влияния культуры на поведение туристов. Кроме того, существуют очевидные различия между поведением людей из восточных и западных стран. Поэтому возможно проведение дополнительных кросскультурных исследований влияния куль-

туры на потребительское поведение. Если же говорить о зависимости от возрастной категории, туристы из одной и той же страны ведут себя очень похожим образом, посещая зарубежные направления. Другими словами, культурные эффекты влияния у всех возрастов схожи. Этот вывод подтверждает убеждение Г. Хофстеда и Ш. Шварца в том, что культура имеет многовековые корни и меняется очень медленно. Конечно, данное исследование имеет свои недостатки, так как при проведении социальных экспериментов или антропологических наблюдений исследователи работают с огромным массивом данных, проанализировать которые довольно сложно. Важно учитывать, что одновременно присутствует огромное количество факторов, влияющих на поведение людей. Рассматриваемые случаи были проанализированы на национальном уровне, а не на индивидуальном. Конечно, необходимо учитывать различия между людьми, но культура чаще всего является общей во многих моментах для населения одной страны. Следовательно, данное исследование фокусируется только на макро-, а не на микроуровневом анализе данных. Включено пять параметров потребительского поведения: продолжительность пребывания, ежедневные расходы, расходы на покупки, количество посещенных регионов и время планирования поездки. Данные собраны о туристах из пятнадцати стран. Также важно учитывать, что страны назначения в исследовании – Австралия и США – западные. Вопрос о том, ведут ли себя туристы по-другому при посещении восточных стран, таких как Китай и Япония, остается открытым. Также в данном исследовании нет данных по теории культурного капитала Л. Харрисона и С. Хантингтона. Это дает пространство для дальнейших исследований с учетом новых параметров, которые в перспективе могут принести довольно интересные результаты. Практическое применение результатов такого рода исследований может дать основу формирования стратегии организации по управлению коммерческими и некоммерческими организациями, связанными с кросскультурным взаимодействием.

На сегодняшний день такого рода исследования особенно актуальны, так как все чаще в мировом сообществе прослеживается так называемый «культурный откат». Если следовать теории Л. Харрисона и С. Хантингтона [9], где общества с более высокими показателями уровня культурного капитала проявляют большую толерантность и терпимость к меньшинствам, то тенденции последних лет во всем мире говорят о растущей поддержке ксенофобских партий, популистских и авторитарных движений даже в экономически успешных странах. Р. Инглхарт называет следствиями этих тенденций выход Великобритании из Евросоюза, приход к власти Д. Трампа, рост популярности правых партий в Германии и Франции. В данных примерах речь идет о странах, в которых уровень экзистенциальной безопасности довольно высок значительное количество времени, и это именно те страны, в которых большое значение уделялось поддержке разного род меньшинств. В некоторых странах были разрешены гендерные переходы, однополые браки, свобода самоидентификации и т.д. Поддержка мигрантов и цветного населения приобрела новые масштабы. Все это должно было вывести общество на новый уровень постматериализма, но этого не произошло, так как если в обществе несколько поколений подряд выживание воспринимается как нечто должное и само собой разумеющееся, то это общество становится более открытым всему ново-

му и терпимее по отношению к аутгруппам. В обратной ситуации, когда в обществе продолжительное время преобладает ощущение незащищенности, возникает так называемый «авторитарный рефлекс». В этом случае происходит объединение под руководством сильного и зачастую довольно жесткого лидера, формируется внутригрупповая солидарность, подразумевающая строгое следование установленным нормам и правилам и отвергающая аутсайдеров. Причина этому – невозможность принять культурные изменения подобно обществу традиционного строя, целью которого является исключительно выживание (обеспечение безопасности жизни, добыча пропитания, продолжение рода), общество не принимает нововведения, так как не чувствует уверенности в завтрашнем дне и старается сохранить имеющееся. Возвращаясь к анализируемой ситуации, в которой общества, стремившиеся к ценностям мультикультурализма, сменили направление, стоит отметить, что культурному откату предшествовало несколько десятилетий экзистенциальной безопасности. За это время новое поколение сформировало различные партии, например, экологической направленности или поддерживающие меньшинства. Р. Инглхарт отмечает в своих работах, что в то же время ранее находившиеся длительный период у власти представители старшего поколения материалистических взглядов, благодаря экономическому росту, приумножили свой капитал. Разрыв между обеспеченными слоями общества и необеспеченными значительно увеличился, что негативно сказывается на доходах менее образованного населения и приводит к снижению уровня экзистенциальной безопасности. То есть на сегодняшний день из представителей разных слоев сформировалось большинство, склонное к авторитарному рефлексу. Также стоит добавить, то за десятилетия благополучия и экзистенциальной безопасности было пересмотрено отношение к мигрантам и беженцам в экономически развитых странах. Было запущено значительное количество программ для их спасения и помощи при адаптации в принимающей стране. В результате произошел наплыв мигрантов, к которому коренное население стран просто не было готово. Причиной тому стали различия культур, гигантский разрыв между уровнями культурного капитала [10]. Для предотвращения конфликтов и налаживания кросскультурного диалога было недостаточно ресурсов. Возможно, это одна из причин возникновения мнения о невозможности реализации политики мультикультурализма в современном мире. Но одним из важнейших ресурсов является время, которого также не было достаточно. Ярким примером являются дети мигрантов, родившиеся и выросшие уже в принимающей стране, они толерантнее своих родителей и в большей степени открыты новому. Если же говорить о втором поколении, то они практически полностью адаптируются и имеют хорошие шансы реализовать себя.

Заключение

Анализируя сложившуюся ситуацию эволюции культурного капитала в мире глобального разнообразия, можно сделать предположение, что именно принципы кросскультурного диалога и мультикультурализма по-прежнему являются ключом к мирному диалогу между различными обществами. Конечно, всегда будут присутствовать различия, вызывающие противоречия, но по мере роста такого показателя культурного капитала, как радиус иден-

тификации и доверия, растет и возможность построения мирного диалога и понимания, сотрудничества при сохранении культурной идентичности обеих сторон.

Список источников

1. Инглхарт Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это влияет на мир / пер. с англ. С.Л. Лопатиной ; под ред. М.А. Завадской, В.В. Костенко, А.А. Широкаковой ; науч. ред. Э.Д. Понарин. М. : Мысль, 2018. 347 с.
2. Коробейникова Л.А. Культура многополярного мира: от унификации к разнообразию. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2023. 168 с.
3. Kukathas C. *The Libero Archipelago: A Theory of Diversity and Freedom*. Oxford University Press, 2003. P. 15–22.
4. Phelan S. Neoliberalism, the Far Right, and the Disparaging of “Social Justice Warriors” // *Communication, Culture and Critique*. December 2019. Vol. 12, Iss. 4. P. 455–475.
5. Lamerichs N., Nguyen D., Puerta Melguizo M.C., Radojevic R., Lange-Böhmer A. Elite male bodies: The circulation of alt-right memes and the framing of politicians on Social Media // *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. May 2018. Vol. 15, Iss. 1. P. 180–206.
6. Barry B. *Culture and Equality: An Egalitarian Critique of Multiculturalism*. Cambridge, MA : Harvard, 2001. 403 p.
7. *Qualitative Comparative Analysis (QCA)*. URL: <https://sites.socsci.uci.edu/~cragin/fsQCA/software.shtml>
8. Shih-Yun Hsu, Arch G. Woodside, Roger Marshall. Critical Tests of Multiple Theories of Cultures’ Consequences: Comparing the Usefulness of Models by Hofstede, Inglehart and Baker, Schwartz, Steenkamp, as well as GDP and Distance for Explaining Overseas Tourism Behavior // *Journal of Travel Research*. February 2013. № 52 (6). P. 679–704.
9. Харрисон Л. Евреи, конфуцианцы и протестанты: культурный капитал и конец мультикультурализма / пер. с англ. Ю. Кузнецова. М. : Мысль, 2019. 286 с.
10. Bille T. The values of cultural goods and cultural capital externalities: state of the art and future research prospects // *Journal of Cultural Economics*. February 2024. № 48 (3). P. 347–365.

References

1. Inglehart, R. (2018) *Kul'turnaya evolyutsiya: kak izmenyayutsya chelovecheskie motivatsii i kak eto vliyaet na mir* [Cultural Evolution: How Human Motivations Change and How This Affects the World]. Translated from English by S.L. Lopatina. Moscow: Mysl'.
2. Korobeynikova, L.A. (2023) *Kul'tura mnogopolyarnogo mira: ot unifikatsii k raznoobraziyu* [The Culture of a Multipolar World: From Unification to Diversity]. Tomsk: Tomsk State University.
3. Kukathas, C. (2003) *The Libero Archipelago: A Theory of Diversity and Freedom*. Oxford University Press. pp. 15–22.
4. Phelan, S. (2019) Neoliberalism, the Far Right, and the Disparaging of “Social Justice Warriors”. *Communication, Culture and Critique*. 12(4). pp. 455–475.
5. Lamerichs, N., Nguyen, D., Puerta Melguizo, M.C., Radojevic, R. & Lange-Böhmer, A. (2018) Elite male bodies: The circulation of alt-right memes and the framing of politicians on social media. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. 15(1). pp. 180–206.
6. Barry, B. (2001) *Culture and Equality: An Egalitarian Critique of Multiculturalism*. Cambridge, MA: Harvard.
7. *Qualitative Comparative Analysis (QCA)*. [Online] Available from: <https://sites.socsci.uci.edu/~cragin/fsQCA/software.shtml>
8. Shih-Yun Hsu, Woodside, A.G. & Marshall, R. (2013) Critical Tests of Multiple Theories of Cultures’ Consequences: Comparing the Usefulness of Models by Hofstede, Inglehart and Baker, Schwartz, Steenkamp, as well as GDP and Distance for Explaining Overseas Tourism Behavior. *Journal of Travel Research*. 52(6). pp. 679–704.
9. Harrison, L. (2019) *Evrei, konfutsianty i protestanty: kul'turnyy kapital i konets multikul'turalizma* [Jews, Confucians, and Protestants: Cultural Capital and the End of Multiculturalism]. Translated from English by Yu. Kuznetsov. Moscow: Mysl'.
10. Bille, T. (2024) The values of cultural goods and cultural capital externalities: state of the art and future research prospects. *Journal of Cultural Economics*. 48(3). pp. 347–365.

Сведения об авторах:

Коробейникова Л.А. – доктор философских наук, профессор кафедры культурологии и музеологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: larisa_korobeynikova@rambler.ru

Перминова Ю.В. – аспирант кафедры культурологии и музеологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: juliavperminova@gmail.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Korobeynikova L.A. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: larisa_korobeynikova@rambler.ru

Perminova Yu.V. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: juliavperminova@gmail.com

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 07.02.2025;
одобрена после рецензирования 10.02.2025; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 07.02.2025;
approved after reviewing 10.02.2025; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 168.522

doi: 10.17223/22220836/58/8

АНТРОПОЛОГИЯ ТРУДА В КОРПУСНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ (НА МАТЕРИАЛАХ СОБРАНИЯ ШАХТЕРСКИХ НАРРАТИВОВ)

Лилия Михайловна Пантелеева

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Пермь, Россия, liliya_pant@mail.ru*

Аннотация. В статье излагается концепция антропологического корпуса, основанного на совокупности шахтерских нарративов. Его принципиальными характеристиками являются открытость для пополнения новыми текстами и доступность для широкой пользовательской аудитории. Источниковую базу корпуса составят нарративы в устной и письменной форме. Основным критерием выборки является лингвосоциокультурная ценность нарратива. В собрание включаются тексты научного и журналистского интервью, бытовые рассказы, произведения коллективного и индивидуального творчества, дневниковые и мемуарные записи и т.п.

Ключевые слова: антропология труда, антропологический корпус, шахтерская культура, профессиональный нарратив, автоматизированная информационная система

Благодарности: Статья подготовлена в ходе исследования в рамках проекта «Зеркальные лаборатории» НИУ ВШЭ.

Для цитирования: Пантелеева Л.М. Антропология труда в корпусной перспективе (на материалах собрания шахтерских нарративов) // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 74–88. doi: 10.17223/22220836/58/8

Original article

ANTHROPOLOGY OF WORK IN A CORPUS PERSPECTIVE (BASED ON THE MATERIALS OF A COLLECTION OF MINERS' NARRATIVES)

Liliya M. Panteleeva

*National Research University Higher School of Economics, Perm, Russian Federation,
liliya_pant@mail.ru*

Abstract. Despite the active interest of corpus research in the various aspects of folk history, we can identify a gap in the corpus study of professional cultures. The need to fill this gap determines the relevance of our work, which is devoted to the collection and computer systematization of miners' narratives.

The significance of research on mining culture is determined primarily by its place in the cultural and economic processes of the 20th century. Mining culture is one of the markers of the Soviet industrialization, ideology and urbanization.

The corpus being developed is organized as an automated information system based on a set of miners' narratives. Its fundamental characteristics are openness to the addition of new texts and accessibility to a wide user audience.

The main object of the corpus description is the miners' narrative, i.e. the text produced by the bearers of the mining culture. The corpus selects materials about the mining culture of the 20th–21st centuries in order to trace its changes throughout the entire period of the do-

mestic industrial economy – from the early industrial to the late industrial stage. In its original form, the corpus is formed on the materials from Perm Krai and the corresponding administrative-territorial units of the 20th century.

The balance of the corpus is achieved by taking into account the sources that differ in the form of presentation (written, oral), the type of authorship (individual, collective), the purpose of creation (official, unofficial), the affiliation (workers of different specializations, positions, enterprises, cities, regions), the time of creation (Soviet and post-Soviet), the nature of existence (professional community, family), the method of recording (manuscripts, printed text, electronic text), the format of recording (notebooks, newspapers, Internet correspondence, etc.), the nature of collection (field, archival, office).

Thus, a broad approach to the material will provide the most complete picture of what the mining culture was and is like in personal and collective representations, in private and public implementations, in single, rare and widespread manifestations.

Keywords: anthropology of work, anthropological corpus, mining culture, professional narrative, automated information system

Acknowledgment: The article was prepared within the framework of the project “Mirror Laboratories” HSE University, RF.

For citation: Panteleeva, L.M. (2025) Anthropology of work in a corpus perspective (based on the materials of a collection of miners' narratives). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 74–88. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/8

Введение

Систематизированные коллекции материалов о народной культуре в интернет-репозиториях в последнее время заметно множатся и расширяются (см., напр., [1–4]), а цифровые методы исследований нарративов и народных произведений активно применяются для решения самых разнообразных задач (см., напр., [5–7]). Корпусная антропология постепенно оформляется в отдельное направление, при том что внутри этой области типы нарративов пока представлены асимметрично. В частности, на фоне активного интереса к народной истории можно констатировать пробел в корпусных исследованиях профессиональных культур. Необходимость восполнения этой лакуны и определяет актуальность иницируемой работы, посвященной сбору и компьютерной систематизации шахтерских (горняцких) нарративов в форме бытовых рассказов, воспоминаний, фольклорных и наивных произведений.

Значимость исследований шахтерской культуры определяется прежде всего ее местом в культурно-экономических процессах XX в. Шахтерская культура – один из маркеров советской индустриализации. По объемам добычи ископаемых СССР занимал ведущие позиции в мировой статистике. Количество только угледобывающих предприятий, введенных в действие в советское время, исчислялось сотнями. Эти ключевые изменения в хозяйственной структуре государства задавали ритм, размерность и направление деятельности иных экономических сфер. Индустриальная эпоха существенно повлияла на переход аграрного общества к массовой парадигме, выстроила новую систему отношений между общественными слоями.

Шахтерская культура – один из маркеров советской идеологии. Шахтерский быт послужил основой для создания образов политической пропаганды, а представители профессии служили образцами человека новой эпохи. Но и в современной промышленной культуре черты советской идеологии не просто живы, а до сих пор выступают в качестве стержневых единиц культурной формы. Так, образ «стахановского героя», сконструированный по заказу со-

ветских идеологов в 30-е гг. XX в., сохранил свои черты и в современной наивной поэзии работников горных предприятий [8].

Шахтерская культура – один из маркеров советской урбанизации. Разработка месторождений полезных ископаемых (угля, минералов, металлов) привлекала большие группы населения туда, где прежде не было активной жизни, а порой не было и населенных пунктов. Выросшие или возникшие рядом с шахтами и рудниками города называются сегодня моногородами. Их исторические судьбы часто схожи – и в своем уверенном подъеме, и в своем печальном угасании. Не всем из них удалось выстроить новую линию развития, часть некогда гремевших славой центров сегодня существуют в депрессивной форме.

В XXI в. образы шахтерской культуры утратили массовое бытование в общероссийском контексте. В частности, с конца 1970-х гг. в российской угольной промышленности нарастали негативные тенденции. С большими потерями она пережила период экономического кризиса и стала постепенно наращивать производство только в начале 2000-х гг. Однако за последние 20 лет в отрасли так и не произошло глубокой технологической модернизации.

Сегодня шахтеры воспринимаются как представители «рабочей аристократии» только в промышленных городах, где добывающее предприятие – это нередко одна из немногочисленных альтернатив для жителей получить относительно высокооплачиваемую работу. Таким образом, тесно связанная с локальностью современная шахтерская культура дает возможность проследить не только особенности профессиональной идентичности в эпоху экономической деиндустриализации [9], но и ряд специфических черт в городском или региональном идентичностном профиле населения.

Задачи корпуса

Преследуя антропологические задачи по изучению шахтерской культуры в текстах разной природы, мы обращаемся к сбору и систематизации материалов в виде корпуса данных. Разрабатываемый корпус организуется как автоматизированная информационная система, основанная на совокупности шахтерских нарративов. Его принципиальными характеристиками являются открытость для пополнения новыми текстами и доступность для широкой пользовательской аудитории.

Специфика собрания создаст возможность решения ряда исследовательских задач.

1. Тексты создадут основу для культурантропологического анализа, поскольку в их фактуальном, ассоциативно-образном и эмотивном пространстве содержится информация о материальной и духовной культуре шахтеров. Более того, на примере этой группы рабочих можно проследить особенности культуры представителей разных поколений, исторических периодов (советского и постсоветского; довоенного, военного, послевоенного), социальных групп (рабочие и бюрократия), суботраслевых сообществ (разработчиков топливных, минеральных, рудных ископаемых), а также жителей разных локусов и разных регионов.

2. Социальный опыт, выраженный в нарративах, послужит сохранению сведений о шахтерской повседневности в длительном историко-культурном

контексте. Шахтерские рассказы, проливающие свет на обыденные феномены трудовой жизни, обеспечат возможность разноаспектных исторических исследований о «негромком», незаметном или малозаметном при взгляде «сверху», течении производственной жизни.

3. Коллекция нарративов представит материал о формальных и неформальных отношениях в производственной среде, функциональных состояниях работников, стадиях профессиональной адаптации, что, в свою очередь, создаст возможность для реализации психосоциологических исследований. При разделении типичных и неординарных составляющих в описанном поведении откроется возможность для анализа контекстно обусловленных паттернов, свойственных представителям шахтерской профессии.

4. Речевая продукция работников горнопромышленных предприятий позволит выявить профессионально детерминированные особенности речи и языкового сознания носителей горняцкой культуры. Важно, что лингвокультурные закономерности можно будет проследить в синхроническом и диахроническом ракурсах, а также с учетом локального и суботраслевого факторов.

5. Собранные в корпусе материалы позволят проследить видовые, тематические, исторические, территориальные и иные особенности шахтерского фольклора и наивных произведений. Эти тексты будут иметь несомненную значимость для фольклористических выводов о том, какая часть картины мира рабочих регулярно находит выражение в соответствующих жанровых формах, как строятся жанровые типы, какими образами и мотивами они пронизаны.

6. Система описания нарративов, предусмотренная в корпусе, продемонстрирует приемы разметки материала, применимые в различных областях корпусной гуманитаристики – антропологии, фольклористике, источниковедении, литературоведении и т.д. Накопление знаний в этой сфере способствует оттачиванию подходов и принципов по обработке текстовых данных и созданию пользовательских интерфейсов.

Принципы составления корпуса

Основной объект корпусного описания – это шахтерский нарратив, т.е. текст, произведенный носителями шахтерской культуры. В выборку включаются разные типы письменных и устных источников о шахтерской повседневности: тексты научного и журналистского интервью, бытовые рассказы, произведения коллективного и индивидуального творчества, дневниковые и мемуарные записи и т.п. Полагаем, что такой широкий подход к материалу обеспечит наиболее полное представление о том, какой была и является шахтерская культура в личных и коллективных представлениях, в частных и публичных реализациях, в единичных, редких и распространенных проявлениях.

Отличительной чертой корпуса является отказ от узкой спецификации личности информанта. Это обусловлено логикой самой жизни, ведь коммуникация шахтеров о работе осуществляется не только в бригаде: производственная коммуникация строится в разных форматах – между рабочими и администрацией, между рабочими одного и разных отделений. Соответственно, культурно-значимая информация может оседать на разных уровнях и в разных секторах горного производства. Более того, часть этой информа-

ции проникает в семейный круг, и косвенными носителями шахтерской культуры становятся члены семьи (см., напр., [10]). Все это нужно учитывать при отборе материалов в корпус, но при этом осознавать границы тематической целесообразности. Все-таки основное место в корпусной структуре должно быть отведено нарративам непосредственных работников шахт и ветеранов горной отрасли, а в отношении остальных нарративных свидетельств должны устанавливаться критерии допустимости. Допустимыми, например, могут считаться пересказы историй, услышанных от родственника-шахтера или коллеги-шахтера; слухи, бытующие в производственной среде, о том или ином работнике шахты.

В корпус отбираются материалы о шахтерской культуре XX–XXI вв. с тем, чтобы проследить ее изменения на протяжении всего периода отечественной индустриальной экономики – от раннеиндустриальной до позднеиндустриальной стадии. Выделенные исторические рамки согласуются с фольклористической периодизацией материала, основанной на истории советского общества. Так, большинство исследователей рабочего фольклора сходятся во мнении, что отсчет новой фольклорной традиции трудящихся масс необходимо вести с Октябрьской революции [11]. Новая фольклорная парадигма, сложившаяся в послеоктябрьский период, обнаружила себя в смене и трансформации жанровой системы, образного строя и тематики народных произведений, а также в усилении личностного начала и самостоятельности. На протяжении двадцатого столетия эта парадигма развивалась и обогащалась, а XXI в. трансформировалась под действием новых процессов, обусловленных высокой ролью интернет-коммуникации.

Принимая во внимание тот факт, что индустриальный сектор советского времени представлял собой обширную сеть предприятий, располагающихся в разных республиках, и нередко применял переброску кадров с одного предприятия на другое, мы задаем территориальные границы бытования материала предельно широко. Корпус задуман как собрание текстов на русском языке, созданных работниками советских шахт и рудников, а также современными работниками горнодобывающих предприятий, расположенных на территории бывших советских республик. Понятно, что сбор такого материала не может быть осуществлен в короткие сроки, поэтому предполагается поэтапное введение в корпус материалов из разных регионов.

В своем первоначальном виде корпус формируется на материалах Пермского края и соответствующих ему административно-территориальных единицах XX в. Регион на протяжении столетий сохранял горнозаводскую специализацию, а в советское время стал одним из ярчайших образцов индустриализации в калийной и угольной отраслях. Непосредственную исследовательскую базу корпуса составляют нарративы работников предприятий, связанных с разработкой Кизеловского угольного бассейна (КУБа) и Верхнекамского месторождения калийно-магниевых солей (ВМКМС). Исследование сосредоточено прежде всего на нарративах сотрудников двух уникальных комбинатов: «Кизелугля» (1925–2000) – крупнейшего на Урале предприятия по добыче угля, и «Уралкалия» (с 1934) – крупнейшего в стране производителя калия.

В хозяйственном отношении эти комбинаты относятся к разным отраслям промышленности: «Кизелуголь» – к топливной, «Уралкалий» – к хими-

ческой. Технология добычи сырья в них всегда была организована по-разному: в связи с горно-геологическими особенностями месторождений и свойствами самих руд. В разной степени опасными были и условия труда, о чем убедительно говорит статистика по смертельной аварийности в XX–XXI вв. (рис. 1).



Рис. 1. Данные об авариях на пермских шахтах, абс. [12–13]

Fig. 1. Data on accidents in Perm mines, abs.

Соответственно, учет в корпусном описании таких факторов шахтерской профессии, как локальность, отрасль и технология промышленности, позволит преодолеть односторонний взгляд на существо шахтерской культуры, а также понять, в каких формах она реализуется в конкретных территориально-промышленных условиях.

Типы источников

Источниковую базу корпуса составят нарративы в устной и письменной форме.

Пополнение собрания устными нарративами будет осуществляться за счет полевых материалов из фольклорных, социологических, социолингвистических и антропологических экспедиций и частных исследований. Стратегии выбора информантов среди действующих работников и/или пенсионеров будут выстраиваться в зависимости от того, функционирует или не функционирует предприятие в настоящее время.

Поиск письменных источников будет осуществляться среди опубликованных и неопубликованных текстов. В антропологическом исследовании внимание должно уделяться всему: и как человек рассуждает о профессии наедине с собой, и как он строит текст, рассчитанный на чтение в семейном или дружеском кругу, и как создаются речевые произведения, предназначенные для широкой читательской или слушательской аудитории. Поэтому в корпус должны включаться тексты разной природы: дневники, мемуары, стихи, газетное интервью, письма, сценарии мероприятий и т.д.

Безусловно, в собрании должны отражаться и новые типы источников: интернет-переписка и интернет-лор, но в отношении шахтерской темы найти такие материалы очень тяжело. Бывшие работники советских предприятий ныне являются людьми преклонного возраста и не ведут коммуникацию посредством компьютерных технологий. А современные представители шахтерской профессии в силу действующих корпоративных запретов часто не имеют возможности открыто делиться информацией о трудовой деятельности в социальных сетях.

Такова, в частности, ситуация в Пермском крае. По данным самой популярной в регионе социальной сети «ВКонтакте» [14], в настоящее время не зарегистрированы какие-либо комьюнити, объединяющие бывших работников «Кизелугля». Тема шахт КУБа поднимается преимущественно на страницах городских и музейных сообществ, а носители профессиональной культуры общаются «вживую» и объединяются непосредственно вокруг деятельности местных учреждений культуры и Советов ветеранов.

Под брендом «Уралкалий» в «ВКонтакте» числится 7 сообществ, из которых наиболее крупные и активные (№ 1–3 в табл. 1) являются официальными информационными ресурсами предприятия. Эти комьюнити созданы для продвижения положительного имиджа компании, а администрирование групп ведется профессиональными медиа-журналистами. Неофициальные группы предприятия (№ 4–7 в табл. 1) немногочисленны и притом не поддерживаются в регулярном режиме. По характеру организации контента их можно отнести к информационным [15], поскольку комментариев подписчиков под постами нет.

Не сомневаемся, что у работников предприятия есть комьюнити для общения членов бригады или смены (см., напр., № 4 в табл. 1), но эти группы создаются закрытыми и их контент не доступен для научных наблюдений. Собственно поэтому при сборе антропологического материала в шахтерской профессиональной среде или в подобных ей по степени закрытости трудовых сферах все равно приходится опираться на традиционные методы – полевую и архивную работу.

Таблица 1. Сообщества в «ВКонтакте», в названия которых включено слово «Уралкалий»

Table 1. VKontakte communities whose names include the word “Uralkali”

№	Название группы	Тип	Количество подписчиков	Количество постов за последние 3 года		
				2019	2020	2021
1	Уралкалий	Открытая	13 813	153	175	185
2	Уралкалий: карьера и развитие	Открытая	6 305	Записи ведутся с 16.04.2019		
				171	242	274
3	Культурно-досуговый центр (КДЦ) ПАО «Уралкалий»	Открытая	611	Записи ведутся с 04.09.2019		
				3	83	145
4	ОАО «Уралкалий»	Открытая	170	5	2	0
5	Район Уралкалий	Открытая	21	2	0	0
6	Уралкалий. Смена № 4	Закрытая	20	Нет данных		
7	«Брендодвигатели молодежи» Уралкалий	Закрытая	10	Нет данных		

К малочисленности открытых массовых площадок общения, инициированных рядовыми работниками калийного комбината, нельзя относиться как к специфической черте рассматриваемого коммуникативного пространства.

Обращаясь к более широким данным о шахтерских сообществах в «ВКонтакте» [16] (см. рис. 2, 3), можно наблюдать, что неофициальные открытые сообщества работников встречаются нечасто. Регулярное публичное общение о положении дел в добывающей промышленности поддерживается работниками тех предприятий, где отмечаются неблагоприятные условия труда: высокая аварийность, низкая зарплата, задержка заработной платы и др. Вероятно, эти обстоятельства подталкивают работников к сплочению и публичным высказываниям о недовольстве собственным положением. Большинство неофициальных сообществ такого рода поддерживается работниками и жителями «угольных» регионов юга – Донецкого, Луганского, Днепропетровского. Среди иных регионов, с которыми обильно коррелируют неофициальные сообщества шахтеров, отмечается на востоке – Кемеровский, на севере – Коми.

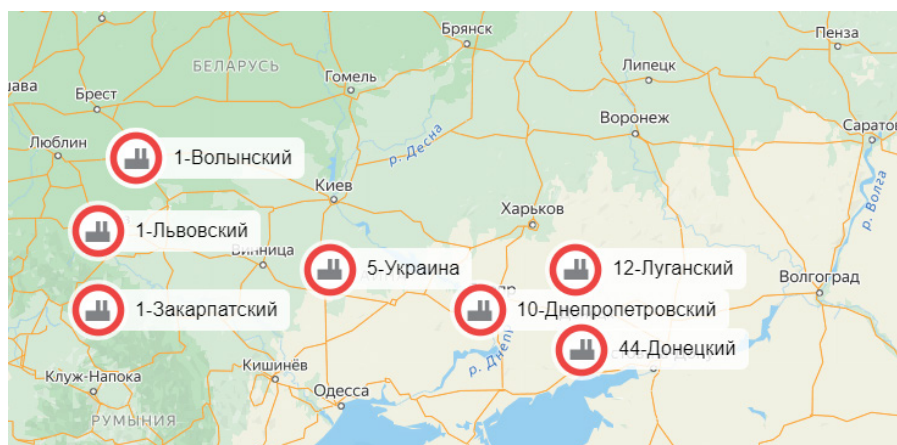


Рис. 2. Количественная маркированность южных регионов в названиях и описаниях шахтерских сообществ (по данным Приложения)

Fig. 2. Quantitative marking of the southern regions in the names and descriptions of mining communities (according to the data in the Appendix)

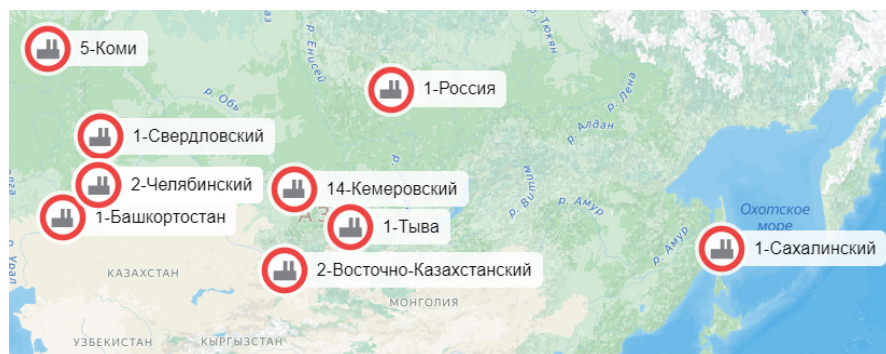


Рис. 3. Количественная маркированность северных и восточных регионов в названиях и описаниях шахтерских сообществ (по данным Приложения)

Fig. 3. Quantitative marking of northern and eastern regions in the names and descriptions of mining communities (according to the data in the Appendix)

Если рассматривать ситуацию с интернет-источниками в общем, безотносительно к их привязке по предприятиям и регионам, то следует отметить, что сбор текстов из интернет-источников, как и из других типов материалов,

должен быть выборочным. Основным критерием выборки должна являться лингвосоциокультурная ценность нарратива [17. С. 1090], т.е. наличие в тексте элементов содержания, которые позволяют получить представление о специфике трудовой деятельности, регулятивах поведения и ценностях представителей шахтерской профессии.

Таким образом, сбалансированность корпуса достигается путем учета источников, различающихся формой представления (письменные, устные), типом авторства (индивидуальные, коллективные), целью создания (официальные, неофициальные), принадлежностью (работники разных специализаций, должностей, предприятий, городов, регионов), временем порождения (советские и постсоветские), характером бытования (профессиональный круг, семья), способом записи (рукописи, печатный текст, электронный текст), форматом записи (тетради, газеты, интернет-переписка и др.), характером сбора (полевые, архивные, кабинетные).

Список источников

1. *Народная история России*. Общедоступный портал устных рассказов о городах России. URL: <https://pastandnow.ru/> (дата обращения: 24.12.2021).
2. *Прожито*. Личные истории в электронном корпусе дневников. URL: <https://prozhito.org/page/about> (дата обращения: 24.12.2021).
3. *Тематическая классификация и распределение фольклорно-мифологических мотивов по ареалам*. Аналитический каталог. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/berezkin/> (дата обращения: 24.12.2021).
4. *Электронный текстовый корпус лингвокультуры Северного Приангарья*. URL: <http://angara.sfu-kras.ru/> (дата обращения: 24.12.2021).
5. *Березкин Ю.Е., Дуванкин Е.Н.* Тематическая классификация и распределение фольклорно-мифологических мотивов по ареалам. Аналитический каталог. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/berezkin/> (дата обращения: 04.12.2021).
6. *Тучкова Н.А.* Корпусный метод в фольклористике и его возможности для этнографических исследований (опыт использования на селькупском фольклорном материале) // Томский журнал ЛИНГ и АНТР. Tomsk Journal LING & ANTRO. 2018. Вып. 2 (20). С. 100–111.
7. *Кузьмина А.А.* Концепция создания фольклорного подкорпуса Национального корпуса якутского языка: постановка проблемы, структура, технология // Филология: научные исследования. 2020. №11. С. 11–18. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=34168 (дата обращения: 04.12.2021).
8. *Пантелеева Л.М.* Образ шахтера в стихах соликамских поэтов-калийщиков // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2021. Т. 13, № 3. С. 94–100.
9. *Хайрулина Я.Р., Душин А.В., Ляпцев Г.А.* Деиндустриализация российской экономики: проблемы и возможности // Известия Уральского государственного горного университета. 2016. № 4 (44). С. 80–83.
10. *Волкова Т.П.* Василий Янцен: биография спецпереселенца, трудармейца, шахтера-орденоносца // Ежегодник Международной ассоциации исследователей истории и культуры российских немцев. 2023. № 1 (13). С. 84–103.
11. *Рабочий фольклор, его собрание и изучение* / А.И. Лазарев, М.М. Плисецкий, Л.С. Шептаев, В.П. Кругляшова, М.И. Тулохонов, В.Н. Морохин, Г.И. Спатару, П.Г. Ширяева, Н.П. Зубова // Фольклор Урала. Вып. 4: Народная проза. Свердловск : Урал. гос. ун-т, 1978. С. 4–27.
12. *Аварии на шахтах СССР* // MiningWiki – энциклопедия о шахтах и шахтерах, создаваемая совместными усилиями горняцкого сообщества. URL: https://miningwiki.ru/wiki/Список:Аварии_на_шахтах_СССР (дата обращения: 04.12.2021).
13. *Аварии на шахтах России* // MiningWiki – энциклопедия о шахтах и шахтерах, создаваемая совместными усилиями горняцкого сообщества. URL: https://miningwiki.ru/wiki/Список:Аварии_на_шахтах_России (дата обращения: 04.12.2021).
14. *Заякина К.* Названа самая популярная социальная сеть в Пермском крае // РБК. Запись от 30.06.2017, 17:01. URL: <https://perm.rbc.ru/perm/freenews/595650ca9a794714c63266fc> (дата обращения: 10.01.2022).

15. Пантелеева Л.М. Виртуальное городское пространство (на примере двух городов Пермского края) // Социо- и психолингвистические исследования. 2020. № 8. С. 71–85.

16. ВКонтакте. Социальная сеть. Режим доступа: vk.com (дата обращения: 03.01.2022).

17. Фельде О.В. Электронный текстовый корпус лингвокультуры Северного Приангарья: принципы создания, структура и возможности использования // Вестник Кемеровского государственного университета. 2021. Т. 23, № 4 (88). С. 1086–1095.

References

1. pastandnow.ru. (n.d.) *Narodnaya istoriya Rossii. Obshechodostupnyy portal ustnykh rasskazov o gorodakh Rossii* [People's History of Russia. A Public Portal of Oral Stories about Russian Cities]. [Online] Available from: <https://pastandnow.ru/> (Accessed: 24th December 2021).

2. prozhito.org. (n.d.) *Prozhito. Lichnye istorii v elektronnom korpusе dnevnikov* [Prozhito. Personal Stories in an Electronic Diary Corpus]. [Online] Available from: <https://prozhito.org/page/about> (Accessed: 24th December 2021).

3. Berezkin, Yu.E. & Duvakin, E.N. (n.d.) *Tematicheskaya klassifikatsiya i raspredelenie fol'klorno-mifologicheskikh motivov po arealam. Analiticheskiy katalog* [Thematic classification and distribution of folklore and mythological motifs by area. Analytical Catalogue]. [Online] Available from: <http://www.ruthenia.ru/folklore/berezkin/> (Accessed: 24th December 2021).

4. Angara.sfu-kras.ru. (n.d.) *Elektronnyy tekstovyy korpus lingvokultury Severnogo Priangar'ya* [Electronic text corpus of the linguistic culture of the Northern Angara region]. [Online] Available from: <http://angara.sfu-kras.ru/> (Accessed: 24th December 2021).

5. Berezkin, Yu.E. & Duvakin, E.N. (n.d.) *Tematicheskaya klassifikatsiya i raspredelenie fol'klorno-mifologicheskikh motivov po arealam. Analiticheskiy katalog* [Thematic classification and distribution of folklore and mythological motifs by area. Analytical catalogue]. [Online] Available from: <http://www.ruthenia.ru/folklore/berezkin/> (Accessed: 4th December 2021).

6. Tuchkova, N.A. (2018) Korpusnyy metod v fol'kloristike i ego vozmozhnosti dlya etnograficheskikh issledovaniy (opyt ispol'zovaniya na sel'kupskom fol'klornom materiale) [Corpus method in folklore studies and its possibilities for ethnographic research (usage experience on Selkup folklore material)]. *Tomskiy zhurnal LING i ANTR*. 2(20). pp. 100–111.

7. Kuzmina, A.A. (2020) Kontseptsiya sozdaniya fol'klornogo podkorpusa Natsional'nogo korpusa yakutskogo yazyka: postanovka problemy, struktura, tekhnologiya [The concept of creating a folklore subcorpus of the National Corpus of the Yakut language: Problem statement, structure, technology]. *Filologiya: nauchnye issledovaniya*. 11. pp. 11–18. [Online] Available from: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=34168 (Accessed: 4th December 2021).

8. Panteleeva, L.M. (2021) Obraz shakhtera v stikhakh solikamskikh poetov-kaliyshchikov [The image of a miner in the poems of the Solikamsk potassium poets]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya*. 13(3). pp. 94–100.

9. Khayrulina, Ya.R., Dushin, A.V. & Lyaptsev, G.A. (2016) Deindustrializatsiya rossiyskoy ekonomiki: problemy i vozmozhnosti [Deindustrialization of the Russian economy: problems and opportunities]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo gornogo universiteta*. 4(44). pp. 80–83.

10. Volkova, T.P. (2023) Vasily Yantsen: biografiya spetspereselentsa, trudarmeysa, shakhter-ordenonosta [Vasily Yantsen: biography of a special settler, labor worker, medal-bearing miner]. *Ezhegodnik Mezhdunarodnoy assotsiatsii issledovateley istorii i kul'tury rossiyskikh nemtsev*. 1(13). pp. 84–103.

11. Lazarev, A.I., Plisetskiy, M.M., Sheptaev, L.S., Kruglyashova, V.P., Tulokhonov, M.I., Morokhin, V.N., Spataru, G.I., Shiryayeva, P.G. & Zubova, N.P. (1978) Rabochiy fol'klor, ego sobiranie i izuchenie [Workers' folklore, its collection and study]. In: *Fol'klor Urala* [The Ural Folklore]. Vol. 4. Sverdlovsk: Ural State University. pp. 4–27.

12. Miningwiki.ru. (n.d.) Avarii na shakhtakh SSSR [Accidents in the USSR mines]. In: *MiningWiki – entsiklopediya o shakhtakh i shakhterakh, sozdavaemaya sovmestnymi usiliyami gornyatskogo soobshchestva* [MiningWiki – an encyclopedia on mines and miners, created by the joint efforts of the mining community]. [Online] Available from: https://miningwiki.ru/wiki/Spisok:Avarii_na_shakhtakh_SSSR (Accessed: 4th December 2021).

13. Miningwiki.ru. (n.d.) Avarii na shakhtakh Rossii [Accidents in Russian mines]. In: *MiningWiki – entsiklopediya o shakhtakh i shakhterakh, sozdavaemaya sovmestnymi usiliyami gornyatskogo soobshchestva* [MiningWiki – an encyclopedia on mines and miners, created by the joint efforts of the mining community]. [Online] Available from: https://miningwiki.ru/wiki/Spisok:Avarii_na_shakhtakh_Rossii (Accessed: 4th December 2021).

14. Zayakina, K. (2017) Nazvana samaya populyarnaya sotsial'naya set' v Permskom krae [The most popular social network in Perm Krai has been named]. *RBK*. 30th June. [Online] Available from: <https://perm.rbc.ru/perm/freenews/595650ca9a794714c63266fc> (Accessed: 10th January 2022).

15. Panteleeva, L.M. (2020) Virtual'noe gorodskoe prostranstvo (na primere dvukh gorodov Permskogo kraya) [Virtual urban space (a case study of two cities in Perm Krai)]. *Sotsio- i psikhologicheskies issledovaniya*. 8. pp. 71–85.

16. VKontakte. Social network. [Online] Available from: vk.com (Accessed: 3rd January 2022).

17. Felde, O.V. (2021) Elektronnyy tekstovyy korpus lingvokul'tury Severnogo Priangara'ya: printsipy sozdaniya, struktura i vozmozhnosti ispol'zovaniya [Electronic text corpus of the linguistic culture of the Northern Angara region: principles of creation, structure and possibilities of use]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*. 23/4(88). pp. 1086–1095.

Приложение¹

Сообщества в «ВКонтакте», в названия которых включены слова «шахта», «шахтер», «шахтерский»

№	Название группы	Тип	Количество подписчиков	Количество постов			Региональная привязка (по названию или описанию)
				2019	2020	2021	
1	Шахтёры Донбасса	Открытая	24 021	1 152	799	1 381	Донецкий
2	Его величество – ШАХТЕР	Открытая	13 024	109	52	0	Нет
3	Шахта «Комсомолец Донбасса»	Закрытая	10 292	Нет данных			Донецкий
4	Шахтеры "Донецкой Республики,.	Закрытая	9 743	Нет данных			Донецкий
5	Типичный Шахтер	Открытая	9 656	Записи ведутся с 04.08.2019			Нет
				424	511	364	
6	Шахтеры и горняки	Открытая	7 349	Последняя запись от 03.03.2017			Нет
7	••Я Уважаю ШАХТЕРСКИЙ ТРУД!!!•• Шахтер Донбасс	Открытая	5 545	300	164	11	Донецкий
8	НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ ШАХТЕРОВ	Открытая	5 183	843	1082	542	Донецкий
9	ШахтерскиеТрудовыеБудни ²⁰¹²	Открытая	3 901	1	1	1	Нет
10	Шахта "КОМСОМОЛЕЦ ДОНБАССА" (ДТЭК)	Открытая	3 891	120	312	258	Донецкий
11	Шахта им. А.Ф. Засядько	Закрытая	3 258	Нет данных			Донецкий
12	Памяти шахтёров, погибших на шахте Распадская	Открытая	3 172	6	8	5	Кемеровский
13	Трудящиеся шахт Кузбасса	Открытая	2 989	44	87	36	Кемеровский
14	ШАХТЕРЫ – это наша гордость!	Закрытая	2 909	Нет данных			Нет
15	ШАХТЕРЫ СНГ	Открытая	2 848	43	56	82	Россия, Украина
16	Типичный Шахтер	Открытая	2 686	1	1	0	Нет
17	Шахтёры – не рабы!	Открытая	1 554	Записи ведутся с 27.01.2020			Украина
					21	1	
18	Шахта им. А.Ф. Засядько	Закрытая	1 209	Нет данных			Донецкий
19	Шахтеры	Открытая	1 108	20	83	44	Донецкий
20	ОП "Шахта "Шахтерская-Глубокая"	Открытая	1 078	Последняя запись от 24.01.2015			Донецкий
21	ШАХТЕРЫ КРИВОГО РОГА	Открытая	907	7	30	2	Днепропетровский
22	Шахта Никанор-Новая	Открытая	846	Записи ведутся с 03.05.2020			Луганский
					101	24	

¹ Поиск сообществ осуществлялся 03.01.2022. Запрос формировался с помощью слов «шахта», «шахтер», «шахтерский». Из выдачи были исключены открытые и закрытые сообщества, которые по определенным показателям (контент, аватар, название, краткое описание) соотносились с тематикой, не связанной напрямую с шахтерской профессией.

Продолжение приложения

№	Название группы	Тип	Количество подписчиков	Количество постов			Региональная привязка (по названию или о писанию)
				2019	2020	2021	
23	Молодежный Совет АО "Черниговец" / Шахта "Южная"	Открытая	775	170	83	2	Кемеровский
24	Шахта имени академика А.А. Скочинского	Закрытая	747	Нет данных			Донецкий
25	Шахтёр	Открытая	671	3	3	1	Нет
26	Шахта "ПРОГРЕСС"	Открытая	668	14	7	20	Донецкий
27	ШАХТЕРЫ ЖЕЗКЕНТА..ОРЛОВСКИЙ РУДНИК	Открытая	667	109	48	15	Восточно-Казахстанский
28	Шахта «Воргашорская»	Открытая	557	35	38	164	Коми
29	ШАХТЕРЫ Воркуты!	Открытая	554	13	27	8	Коми
30	=👥👥👥=Шахтёры КУЗБаССа Объединяйтесь=👥👥👥=	Открытая	458	6	29	8	Кемеровский
31	Шахта "им. Н.И. СТАШКОВА"	Открытая	452	8	1	0	Днепропетровский
32	Шахта "Гвардейская"	Открытая	451	2	3	4	Днепропетровский
33	ООО "ШАХТА "ЛИСТВЯЖНАЯ" Кемеровская область	Открытая	408	9	3	103	Кемеровский
34	Шахта "Воркутинская"	Закрытая	394	Нет данных			Коми
35	Шахта "Комсомолец Донбасса"	Открытая	363	3	18	36	Донецкий
36	Шахта им. Засядько. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	352	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				23	259	357	
37	"ШАХТА ИМ. В.Д. ЯЛЕВСКОГО"	Открытая	339	Записи ведутся с 19.01.2021			Кемеровский
						2	
38	ШАХТА "БЕЛОРЕЧЕНСКАЯ"	Закрытая	327	Нет данных			Луганский
39	Молодежный совет ООО "ШАХТА ЛИСТВЯЖНАЯ"	Открытая	298	126	130	46	Кемеровский
40	***ШАХТЕРЫ-ВЕСЕЛЫЕ РЕБЯТА (А ТАК ЖЕ ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ЛЮБЯТ,УВАЖАЮТ И ЦЕНЯТ ГОРНЯКОВ)***	Открытая	277	0	0	1	Нет
41	Шахта <<<РОССИЯ>>>	Открытая	249	5	4	4	Донецкий
42	ШАХТЁРЫ=РЕБЯТА=ваше=папачики!!!!	Открытая	222	2	5	1	Нет
43	Шахта им.Челюскинцев	Открытая	212	10	13	19	Донецкий
44	НПГУ Шахта Западно-Донбасская	Открытая	182	Последняя запись от 23.10.2017			Донецкий
45	→ → → Шахтёры	Открытая	180	3	8	0	Нет
46	Взрыв на шахте Распадская!	Открытая	177	0	1	0	Кемеровский
47	Шахтерское Братство	Открытая	172	1	1	1	Нет
48	ГП «ДУЭК» Шахта им. Михаила Ивановича Калинина	Открытая	153	11	24	9	Донецкий
49	Шахта им. Скочинского. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	144	Записи ведутся с 23.11.2019			Донецкий
				22	263	232	
50	ШАХТЁРЫ...Павлограда!!!!!!!!!!!!	Открытая	142	2	8	3	Днепропетровский
51	Шахтеры, Нефтяники Яреги	Открытая	129	6	9	1	Коми
52]]]]!!!!!!!!!!!!!!!!ШАХТЕРЫ КРИВБАСС А-ДОНБАССА!!!!!!!!!!!![[[[Открытая	125	1	7	0	Днепропетровский, Донецкий
53	Шахтеры Ленинск-Кузнецкого	Открытая	116	Последняя запись от 18.04.2017			Кемеровский
54	Профсоюз ПРУП шахты «Терновская»	Открытая	115	2	0	0	Днепропетровский

Продолжение приложения

№	Название группы	Тип	Количество подписчиков	Количество постов			Региональная привязка (по названию или о писанию)
				2019	2020	2021	
55	шахта Прогресс г.Торез	Открытая	113	3	3	20	
56	Забастовка шахтеров на шахте Комсомольской	Открытая	109	Записи ведутся с 06.06.2020			Донецкий
				26	3		
57	Шахтёры Кузбасса!	Закрытая	107	Нет данных			Кемеровский
58	Как работают шахтеры! И с каким трудом им достаются деньги! Как там страшно и опасно!	Открытая	104	17	3	0	Украина
59	Шахта Комсомольская. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	102	Записи ведутся с 01.12.2019			Донецкий
				18	277	221	
60	ШАХТА «ВИДРОЖДЕННЯ»	Открытая	96	0	1	0	Волынский, Львовский
61	Шахта Прогресс. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	96	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				25	242	216	
62	ШАХТЁРЫ ЛУГАНСКОЙ И ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТЕЙ	Открытая	92	5	11	3	Донецкий, Луганский
63	Организация молодежи Новоконостантиновской шахты	Открытая	91	Последняя запись от 24.10.2016			Днепропетровский
64	Шахта Щегловская-Глубокая. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Закрытая	87	Нет данных			Донецкий
65	Шахта Ждановская. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	86	Записи ведутся с 23.11.2019			Донецкий
				22	254	206	
66	Шахты ГП Макеевуголь	Открытая	84	2	1	1	Донецкий
67	Шахта ГОРНЯК 95. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	83	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				25	252	193	
68	Скажем НЕТ устаревшим шахтам, где гибнут шахтёры	Открытая	82	0	1	5	Нет
69	Шахта Привольнянка	Открытая	79	0	0	1	Луганский
70	«Шахта «Углегорская»	Закрытая	72	Нет данных			Сахалинский
71	шахта „Сидеритовая„	Открытая	69	Записей нет			Челябинский
72	ШАХТА и ШАХТЁРЫ	Открытая	68	1	6	0	Донецкий
73	Шахта Комсомолец Донбасса. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	68	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				23	243	180	
74	Шахта им. Д.Ф. Мельникова	Открытая	62	Последняя запись от 23.06.2017			Луганский
75	ШАХТЁРЫ-КРАСНОДОНУГЛЯ	Закрытая	62	Нет данных			Луганский
76	шахтеры донбасса	Открытая	54	0	7	1	Донецкий
77	Шахта Св. Матроны Московской	Открытая	54	Нет записей			Донецкий
78	Шахтёры Сибя	Открытая	53	0	3	0	Башкортостан
79	Шахтёры Кузбасса	Открытая	51	1	7	16	Кемеровский
80	ШАХТЁРЫ ДОНБАССА	Открытая	50	0	6	2	Донецкий
81	НУЖНЫ ШАХТЁРЫ ГРП ГРОЗ ПРОХОДЧИКИ	Открытая	46	16	9	0	Нет
82	Шахтёры Донбаса	Открытая	41	4	4	3	Донецкий
83	ШАХТЁРЫ	Открытая	41	1	1	0	Нет
84	Шахта Заря. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	39	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				26	225	188	
85	ШАХТА "СИДЕРИТОВАЯ"	Открытая	39	Последняя запись от 04.04.2016			Челябинский
86	Шахтёры Краснодарского края	Открытая	38	2	4	0	Луганский

Продолжение приложения

№	Название группы	Тип	Количество подписчиков	Количество постов			Региональная привязка (по названию или о писанию)
				2019	2020	2021	
87	Шахтеры Доброполя!!	Открытая	37	1	10	1	Донецкий
88	шахтерское братство	Открытая	37	0	0	1	Нет
89	Шахта им. Д.Ф. Мельникова	Открытая	37	Единственная запись от 21.09.2015			Луганский
90	Мы Шахтеры!	Открытая	37	1	1	1	Нет
91	Красноармейскуголь шахта им. А.Г. Стаханова	Закрытая	36	Нет данных			Донецкий
92	Шахта им. Лутугина. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	36	Записи ведутся с 03.12.2019			Донецкий
				14	244	174	
93	Шахтёры	Открытая	34	1	5	0	Нет
94	Шахтёры всего мира объединяйтесь!!!	Открытая	33	0	1	0	Нет
95	УГОЛЬНЫЕ ШАХТЁРЫ	Закрытая	32	Нет данных			Нет
96	шахтеры межегейуголь	Закрытая	31	Нет данных			Тыва
97	Шахтеры г. Риддер	Открытая	30	1	4	0	Восточно-Казахстанский
98	Шахтеры Донецкой, Луганской Области	Открытая	30	7	24	5	Донецкий, Луганский
99	@~ШАХТЕРЫ~@	Открытая	29	0	1	0	Нет
100	Шахта Холодная Балка. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Закрытая	27	Нет данных			Донецкий
101	Шахта Челоскинцев. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	27	Записи ведутся с 24.11.2019			Донецкий
				23	227	169	
102	Гильдия Шахтеры	Открытая	26	1	1	0	Нет
103	шахтёры СУБРа	Открытая	26	0	1	0	Свердловский
104	Шахтеры	Открытая	25	0	1	0	Нет
105	Шахтеры	Открытая	25	0	1	0	Нет
106	ШаХтЁРЫ Донецкой обл.	Открытая	24	0	1	0	Донецкий
107	Работа в Польше. Шахтеры	Открытая	23	0	17	0	Нет
108	Шахта Ясиновская-Глубокая. НЕЗАВИСИМЫЙ ПРОФСОЮЗ	Открытая	23	Записи ведутся от 05.12.2019			Донецкий
				10	246	173	
109	Шахтёры	Открытая	22	0	1	2	Кемеровский
110	шахта Благодатная...	Закрытая	22	Нет данных			Днепропетровский
111	Охуенные Шахтеры)))	Открытая	19	0	2	0	Днепропетровский
112	Шахта Южная	Открытая	19	1	0	1	Кемеровский
113	Шахтеры гвардия труда	Открытая	19	Последняя запись от 17.02.2016			Нет
114	ФЭЙК? Воркута_ забастовка шахта "Северная" январь 2012	Открытая	18	Последняя запись от 30.05.2018			Коми
115	Шахтёры Антрацита	Открытая	17	0	3	0	Луганский
116	Шахтеры.....мम्म	Открытая	17	0	2	1	Луганский
117	Шахтёры Украины	Открытая	16	Единственная запись от 08.02.2012			Украина
118	шахтеры Распадской	Открытая	14	0	2	0	Кемеровский
119	Шахтеры Украины!	Открытая	13	Последняя запись от 16.11.2010			Украина
120	Шахтёры с. Солотвино	Открытая	12	0	2	0	Закарпатский
121	Шахта им. Д.Ф. Мельникова Служба УТАС	Закрытая	12	Нет данных			Луганский
122	ШАХТЁРЫ , ПАВЛОГРАДА И ДОНБАССА!!	Закрытая	11	Нет данных			Днепропетровский, Донецкий

Сведения об авторе:

Пантелеева Л.М. – кандидат филологических наук, доцент департамента иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Пермь, Россия). E-mail: liliya_pant@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Panteleeva L.M. – National Research University Higher School of Economics (Perm, Russian Federation). E-mail: liliya_pant@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 28.10.2023;
одобрена после рецензирования 25.05.2024; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 28.10.2023;
approved after reviewing 25.05.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 7.072.2

doi: 10.17223/22220836/58/9

ОСОБЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНОПРОЦЕССА (1989–2024 гг.)

Виталий Федорович Познин

Российский институт истории искусств, Санкт-Петербург, Россия, poznin@mail.ru

Аннотация. Кризис отечественной киноиндустрии, начавшийся в конце 1980-х, был обусловлен рядом обстоятельств объективного и субъективного характера и прежде всего нежеланием зрителя смотреть новые российские фильмы. Одной из существенных причин этого стало радикальное изменение тематики и стилистики фильмов. Дальнейшее разделение отечественного кино на фильмы для массового зрителя и фильмы, ориентированные на эстетически продвинутую аудиторию, привело к еще большему снижению зрительского интереса. В 2000-е гг. предпринимаются активные попытки развивать жанровое кино, привлекать зрителя темами, вызывающими эмоциональный отклик, но чаще всего они оказываются малоуспешными. В статье анализируются причины отчуждения зрителя от отечественной кинопродукции, проблема культурной глобализации и национальной самоидентификации, а также исследуются попытки возрождения коммуникативной привлекательности российских фильмов.

Ключевые слова: кино и зритель, постсоветское кино, российские фильмы, культурная глобализация, массовая культура, авторское кино

Для цитирования: Познин В.Ф. Особенности отечественного кинопроцесса (1989–2024 гг.) // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 89–109. doi: 10.17223/22220836/58/9

Original article

PECULIARITIES OF THE PROCESS OF RUSSIAN FILM PRODUCTION (1989–2024)

Vitaly F. Poznin

Russian Institute of Art History, St. Petersburg, Russian Federation, poznin@mail.ru

Abstract. One of the consequences of the changes in the social life of the Soviet Union that began in 1985 was a change in the aesthetic and ethical paradigm of Russian cinema. The aesthetics of socialist realism, which limited the thematic and genre spectrum of film production, was replaced by critical realism: new films began to focus on reinterpretation of the recent and distant past and harsh depiction of the present. The heroes of the pictures are increasingly becoming criminals, asocial and marginalized individuals who evoke neither sympathy nor compassion of the viewer. It is not surprising that soon the interest of movie audiences to this kind of pictures, popularly known as “blackness”, begins to fall. The accompanying circumstances contributing to the loss of the communicative appeal of Russian films were the absence of protectionist measures aimed at supporting national cinematography in a free market, as well as the unregulated flow of Hollywood products that have displaced domestically produced films. The article explores the complex of reasons why the protracted crisis of the domestic film industry has been going on for three decades. One of the main reasons for this phenomenon is that, according to the new “film production model,” the structure of film studios, which had been a single production and creative complex, was destroyed. The new numerous creative studios, which had no experience in

realizing film productions, went bankrupt after a while, as they began to make films that were unable to arouse the interest of the audience. It was at this time that there was a sharp division of cinema into films for mass audiences (with the authors having absolutely no sense of audience expectations) and “author's films” for festival audiences.

A significant reason for the change in the aesthetic and ethical paradigm of post-Soviet cinema was the worldview factor. The idea that any problematic film is better than any entertaining film, which was cultivated by film critics back in Soviet times, being realized, led to the creation of films dominated by denial and bleak realism. This was partly a generational factor – young directors were looking for new themes and new screen images. However, the main thing was the change in the artists' worldview, which was permeated with pessimism and skepticism, which led to the final breakdown of contact between the audience and domestic cinema.

Since the 2000s, producers have made attempts to create genre cinema, but they have been largely unsuccessful. The most successful films have been those created in the fantasy and fairy tale genres, as well as films about past achievements in sports, science, and technology. The problem of national identity remains significant, since the dramaturgical models and visual images of Russian films are influenced by Hollywood products, as well as the problem of creating auteur films that are of interest to large audiences.

Keywords: cinema and the audience, post-Soviet cinema, Russian films, cultural globalization, mass culture, auteur cinema

For citation: Poznin, V.F. (2025) Peculiarities of the process of russian film production (1989–2024). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 89–109. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/9

Любая социальная информация предполагает субъект-объектное отношение, в процессе которого субъект способен понять, принять и интерпретировать полученное сообщение, будь это научная статья или художественное произведение. Применительно к кинематографу, который до недавнего времени считался одним из самым массовых средств коммуникации, данная проблема, конкретизируемая в корреляционной связке «зритель и фильм», имеет особое значение, поскольку определяет эффективность национальной киноиндустрии.

Цель данной статьи – исследовать комплекс проблем, которые привели в определенный период к отторжению отечественным зрителем российского кино, и обозначить возможные варианты возвращения зрительского доверия и интереса к современной отечественной кинопродукции.

Задачи исследования: определить причины появления новой «базовой модели кинопроизводства», созданной во второй половине 1980-х в недрах Союза кинематографистов СССР; исследовать последствия внедрения в жизнь этой модели; выявить причины произошедшего резкого водораздела между кинематографом, ориентированным на широкую аудиторию, и так называемым «авторским кино»; попытаться определить пути дальнейшего развития отечественного кинематографа.

При анализе рассматриваемых проблем использовался герменевтический подход, дающий возможность рассматривать явление в социокультурном контексте, искусствоведческий, описательный и сравнительный методы, позволяющие увидеть изменения в эстетике и этике российского кино 1990-х и начала 2000-х гг., а также типологический метод – при определении особенностей зрительского и авторского кино.

Новизна и актуальность данного исследования состоит в том, что сложнейшая проблема «Кино и зритель» рассматривается как процесс,

происходивший в течение достаточно долгого времени, вплоть до сегодняшнего дня, когда в отечественном кино намечается смена эстетической парадигмы.

Одной из первых попыток научно осмыслить процессы, характерные для отечественного перестроечного кино 1990-х, стал созданный группой исследователей из НИИ киноискусства под руководством Д. Дондуреев научный доклад «Отечественный кинематограф: стратегия выживания», в котором была предпринята попытка выявить причины тревожной тенденции резкого сокращения зрительской аудитории на просмотрах отечественных фильмов [1]. Процесс утраты российским кино в конце 1980-х и в последующие десятилетия коммуникативной привлекательности досконально описан в исследовании М. Жабского «Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись (1969–2005 гг.)» [2]. Процессу изменения эстетической и этической парадигмы в фильмах перестроечного и постперестроечного периода посвящены значительная часть основательного труда «История киноотрасли в России: управление, кинопроизводство, прокат» Д. Караваева и В. Фомина [3] и недавно вышедшая книга М. Косиновой и В. Фомина «История российской кинематографии (1968–1991 гг.)» [4].

Ряд проблем, связанных с кинопроцессом, происходившим в нашем кино в последние тридцать лет, нашел также отражение в статьях, рассматривающих особенности развития российского киноискусства в условиях свободного рынка, а также причины неконкурентоспособности отечественных фильмов, в короткий срок вытесненных с экрана голливудской продукцией.

В данной статье основное внимание сосредоточено на причинах, по которым в течение трех десятилетий российское кино не может найти путь к зрителю, на проблеме искусственного разделения кино на зрительское и авторское и на возможных вариантах пробуждения у зрительской аудитории интереса к отечественному кино.

Последствия реализации проекта «Базовая модель кинопроизводства»

Резкий отток зрительской массы из кинотеатров, произошедший в конце 1980-х – начале 1990-х гг., стал следствием ряда причин, главной из которых было произошедшее в результате кинореформ разрушение централизованной системы производства и проката кинофильмов; отделение творческих структур от производственных; предоставление дистрибьюторам свободы выбора произведенной кинопродукции; отсутствие протекционистской политики по отношению к отечественному кино со стороны государства.

Идеи радикального реформирования системы кинопроизводства, которая действительно нуждалась в разумных изменениях, родились в недрах Союза кинематографистов СССР и активно поддерживались идеологами перестройки (не зря на знаменитом Пятом съезде кинематографистов, проходившем в мае 1986 г. в Кремлевском дворце, присутствовали М.С. Горбачев и А.Н. Яковлев). В том же году в результате дискуссий, проводимых в рамках так называемых «болшевских деловых игр», где тон задавали модные в ту пору философы и методологи, имевшие смутное представление о такой сложной отрасли, как киноиндустрия, была разработана новая «базовая модель кинопроизводства», суть которой сводилась к дроблению единой систе-

мы кинопроизводства и кинопроката на мелкие структуры, которые должны были стать независимыми и самокупаемыми. Внедрение в жизнь этой модели, во главу угла ставившей целью свободу творчества, на практике показало ее нежизнеспособность и вскоре привело к кризису отечественной киноиндустрии. Оптимизм, появившийся у кинематографистов после успеха ряда отечественных картин на международных фестивалях в 1989–1991 гг. («Астенический синдром» К. Муратовой, «Урга» Н. Михалкова, «Замри-умри-воскресни» Л. Каневского, «Любовь» В. Тодоровского, «Такси-блюз» П. Лунгина и др.) и расширения масштабов кинопроизводства (в 1991 г. было выпущено 213 фильмов), вскоре сменяется растерянностью и разочарованием.

Возникший в стране свободный кинорынок наглядно показал неостребованность большинства кинокартин, созданных в новых творческих студиях. Поскольку же никакие протекционистские меры в отношении отечественного кино так и не были приняты, то доминирующее место на киноэкранах страны вскоре заняла голливудская продукция. Из отечественных кинолент в 1990-е гг. успехом у зрителя пользовались лишь оscarоносный фильм Н. Михалкова «Утомленные солнцем» (1994), «Особенности национальной охоты» А. Рогожкина (1995), «Кавказский пленник» С. Бодрова (1996), «Брат» А. Балабанова (1997) и некоторые картины с элементами эротики. Остальная кинопродукция либо не приносила продюсерам никакой прибыли, либо вообще не приобреталась дистрибьюторами, оставаясь «вещью в себе».

Так же, как главные «прорабы перестройки», инициативная группа Союза кинематографистов начала реформы в кино не с экономики и изменения функциональных обязанностей различных звеньев кинопроизводства, а с идеологии, что упало на благодатную почву: творческая интеллигенция, имевшая все основания ненавидеть жесткие идеологические рамки, определяемые не желающим ничего менять партийным и государственным руководством, с радостью приняла идею о творческой независимости. Никто не желал думать о том, что за свободу надо платить и что один из основных факторов полноценного существования киноиндустрии – возврат средств, затраченных на производство фильма.

Несомненно, падению интереса к отечественному кинематографу во многом способствовало бесконтрольное появление в стране большой массы голливудской продукции, а также резкое падение доходов населения в 1990-е гг. Но все же главной причиной этого явления стало резкое изменение тематики и стилистики при снижении общего профессионального уровня новых российских фильмов, что наглядно показал организованный Марком Рудинштейном «Фестиваль некупленных фильмов» (1990 г.). Подводя итоги этого необычного киносмотрa, кинокритик Елена Бокшицкая констатировала: «Фильмы оказались и плохие, и хорошие, профессиональные и беспомощные. Но практически все оставляли ощущение того, что режиссеры утратили всяческую связь со зрителем, уважение к нему: в потоке невнятных кадров, невыстроенных сюжетных линий, полном отсутствии мотиваций тяжело разобраться не только рядовому посетителю кинотеатра, но и профессиональному критику. Более половины фильмов просто скучно смотреть» [5. С. 645].

Подобный диагноз можно было поставить большинству выпущенных в это время картин. Количество, согласно гегелевской теории, перешло в качество, но в данном случае – в качество со знаком «минус». Предоставленная

свобода творчества не привела ни к созданию обещанных киношедевров, ни к реализации принципа самоокупаемости. Пропорция между фильмами, которые принесли прибыль или хотя бы вернули средства, затраченные на их производство, и фильмами, оказавшимися финансово убыточными, в течение трех десятилетий будет оставаться постоянной – прибыль будут приносить лишь 3–5 фильмов из ста. Например, из снятых 2007–2009 гг. 502 кинофильмов более-менее успешными в прокате оказались лишь 14.

Мировоззренческий фактор

Главной причиной неприятия зрителем нового российского кино стали изменение в них привычной для зрителя шкалы ценностей и новый взгляд авторов на прошлое и настоящее страны.

Как известно, мироощущение поколения определяется конкретной исторической и социокультурной ситуацией, проявляясь ментально и эмоционально в склонности либо к оптимистическому, либо к пессимистическому восприятию действительности. Перемены, происходившие в отечественном кинематографе конца 1980-х – начала 1990-х, со всей очевидностью подтвердили эту аксиому.

После ненавистного творческой интеллигенции идеологического прессинга, сужавшего смысловые, жанровые и стилистические рамки художественных произведений, провозглашенная в стране перестройка была воспринята кинематографистами с энтузиазмом и надеждой на то, что новые политические и экономические условия позволят им творчески самореализоваться. На деле же «самореализация» привела к тому, что основная масса режиссеров вольно или невольно стала выражать мировоззренческие позиции, декларируемые новой правящей «элитой», считавшей Россию отсталой во всех сферах экономики и культуры по сравнению с Западом. Взгляд этот разделяли многие киноведы и деятели культуры. Так, А.Н. Медведев, который в 1987–1989 гг. был первым заместителем председателя Госкино СССР, сетовал на то, что советскому кино не хватало «прорыва в сфере формы, в области киноязыка, прорыва в тематике, в открытии, в постижении героя» [6. С. 150], а склонный к гиперболам А.Ю. Герман вообще определил все советское кино как «гигантскую рекламную организацию» [7].

Если рассматривать кино с точки зрения поиска новых форм, оригинальных драматургических ходов и самобытной стилистики, то к советскому киноискусству действительно можно предъявить немало претензий. Но при этом нельзя упускать из виду то, что *нравственные ценности*, утверждаемые советским кинематографом, носили гуманистический характер, поскольку во многом были основаны на православных традициях (при том, что коммунистическая идеология боролась с религией) и на нравственных основах русской культуры – примате совести, ответственности каждого человека за содеянное, способности к жертвенному служению ради высокой идеи, на утверждении творческого, созидательного начала в человеке, стремлении к гармонии личности, природы и общества [8. С. 167–168]. То есть «в идентификационном наборе советской идентичности прочно соединились характерные черты национального менталитета и классовые „добродетели“, которые, как выяснилось при ближайшем рассмотрении, представляли собой общечеловеческие ценности» [9. С. 245].

Начиная же с конца 1980-х эстетические и этические предпочтения кинематографистов радикально меняются. Кинокритик С. Добротворский в статье под красноречивым названием «Кино, которое мы потеряли» так пишет в это время о советском кино: «...Оно учило не читать чужих писем и не стрелять в белых лебедей, отдавать деньги за краденые автомобили нуждающимся детям или тому, что только у дятла не болит голова о чужой беде. То есть не самым плохим вещам, а если эти вещи и выглядят сегодня ложно, то лишь потому, что идеал недостижим, а рай гораздо легче построить на экране, чем в реальности...» [10. С. 124]. Фактически это был призыв к тому, чтобы кино отражало реальность без утверждения идеалов, а лишь показывало бы существующую реальность или реальность минувших лет.

Идея о том, что настоящее кино «должно говорить зрителю правду и только правду о наших днях, правду о существующих еще недостатках, противоречиях, несовершенствах» [11. С. 11], впервые появилась в статьях, опубликованных в центральной прессе накануне знаменитого V съезда кинематографистов. На самом же съезде, состоявшемся в мае 1986 г., в выступлениях ораторов четко обозначился водораздел в понимании того, какой должна быть эта «правда». Одни выражали тревогу о потере интереса к отечественным фильмам со стороны массового зрителя и призывали развивать кино, отвечающее народным традициям и интересам (этих ораторов было меньшинство); другие же (таковых было большинство) призывали к беспощадному показу всей правды о реальной жизни и к созданию высокохудожественной кинопродукции, достойной быть представленной на международных кинофестивалях [12].

В результате во второй половине 1980-х провозглашается, что «любой проблемный фильм лучше любого развлекательного» [13. С. 153]. «Проблемность» же в большинстве новых картин начинает сводиться к критическому взгляду на прошлое и настоящее.

Сначала это вызывает определенное любопытство со стороны зрителя – в силу новизны материала и охватившей общество жажды ревизии прошлого, но вскоре интерес к обличительным фильмам резко падает, тем более что пресса и телевидение опережают кино в освещении «темных мест», ликвидации «белых пятен» и появлении в репортажах и очерках образов бомжей, проституток, бандитов и прочих малоприятных личностей. Но зрителя отталкивает подобная тематика, нередко обозначенная уже названием такого рода лент: «Палач», «Сатана», «Нелюдь», «Живодёр», «Дура», «Стерва», «Мерзавец», «Подлец», «Бля», «Чокнутые», «Шакалы» и т.п. Но кинематографисты, будто не замечая утраты зрительского интереса к обличительной тематике, продолжают активно ее развивать.

В изменении идеологической, этической и эстетической парадигмы сказался отчасти *поколенческий* фактор – молодые режиссеры, отринув опыт предшественников, начали искать новые темы, создавать совершенно новые экранные образы. Однако резкий разрыв поколений стал для них роковым. «Проблема заключается в том, – считает Л. Аркус, многие годы бывшая главным редактором журнала «Сеанс», – что мое поколение <...> оказалось совершеннейшим банкротом. Мы ничего не захотели взять из предыдущего опыта и остались в итоге без точки отсчета. Наши родители были шестидесятники, а у нас главной ценностью стал глухой индивидуализм, главной ин-

тонацией – ирония...» [14. С. 71]. То есть процитированная выше фраза С. Добротворского о том, что «идеал недостижим, а рай гораздо легче построить на экране, чем в реальности», будучи реализованной на практике, привела к созданию фильмов, в которых многоцветная реальность превратилась в нечто приземленное, унылое или откровенно депрессивное.

Но сказался не только поколенческий фактор. Определяющим оказался фактор *мировоззренческий*, потому что доминирующий критический настрой и пессимистический взгляд на действительность в это время доминировали не только в фильмах режиссеров молодого поколения, но и в картинах корифеев старшего и среднего возраста. Например, ленфильмовские режиссеры, ранее создававшие популярные у зрителя фильмы о любви, о сложности человеческих взаимоотношений, поиске правды и справедливости, создают в это время картины, наполненные унынием и разочарованием: И. Хейфиц снимает фильмы «Вы чье, старичье?» (1988) и «Бродячий автобус» (1989), в которых превалирует ощущение безысходности; В. Трегубович – «Башню» (1987), камерный мрачноватый фильм с трагическим финалом; И. Маслеников – «Филиппа Траума» (1990) по мотивам повести Марка Твена «Таинственный незнакомец», рассказывающей о том, как люди лишаются веры и надежды.

Общественная атмосфера и сама жизнь в это время дают основание для подобного пессимистического взгляда на новую реальность: та двойственность, которую советские люди ощущали при сравнении партийных лозунгов с действительностью, в короткие сроки сменяется циничной однозначностью – на телевидении и в прессе открыто провозглашается и пропагандируется право сильного и удачливого; разрешается то, что ранее считалось табу; откровенно попираются традиционные принципы нравственности. Кино торопится передать на экране эти изменения, но это вызывает у аудитории не радость узнавания, а отторжение, потому что этика и эстетика новых российских фильмов чужды сложившемуся менталитету зрителя, привыкшего видеть на экране многогранные характеры, утверждение идей добра, справедливости, сострадания, в общем, всего того, что принято называть человечностью.

Кинематографисты не смогли или не пожелали понять, что в такое время общество особенно зыскует идеала, ради которого хотелось бы жить и созидать. В связи с этим уместно вспомнить строки из статьи Ф.М. Достоевского, посвященной памяти Жорж Санд: «Она основывала <...> свои убеждения, надежды и идеалы на нравственном чувстве человека, на духовной жажде человечества, на стремлении его к совершенству и к чистоте, а не на муравьиной необходимости. <...> И, может быть, не было мыслителя и писателя во Франции в ее время, в такой силе понимавшего, „что не единым хлебом бывает жив человек“». [15. С. 195]. Именно этого – ощущения идеала, основанного на нравственном чувстве человека и стремлении его к совершенству и чистоте, не хватало большинству фильмов 90-х и начала 2000-х. Вместо образов, поддерживающих в зрителе веру в победу добра, справедливости, проявление человеческих отношений, наполненных любовью и состраданием, зрителю предлагались мрачные картины жизни, эсхатологическое восприятие бытия и «скорбное бесчувствие».

Ресентимент, поддержанный госбюджетом

Доминирование в фильмах 1990-х негатива в восприятии прошлого в определенной мере было проявлением ресентимента¹, одной из характерных черт которого является озлобленность и недовольство человека существующим положением вещей, которое не позволило ему самореализоваться. Вначале это наглядно проявилось на Пятом съезде кинематографистов: выступления представителей Госкино и мосфильмовских корифеев то и дело прерывались нетерпеливыми аплодисментами, топотом ног, свистом и последующим вычеркиванием из списков кандидатов в новый состав Секретариата Союза кинематографистов ведущих мастеров советского кино.

В фильмах, выпущенных в 1990-е гг., советский период изображается преимущественно как существование, пронизанное страхом от тотального беззакония и террора; героями же картин о настоящем – в пику оптимизму соцреализма – все чаще становятся бандиты, проститутки, бомжи, маньяки и другие малопривлекательные личности.

Зрителю же хочется видеть в это нелегкое время хотя бы в кино что-то светлое, дающее веру и надежду. В результате возникает закономерный парадокс: успехом у зрителя пользуются не фильмы «о существующих недостатках, противоречиях, несовершенствах реальности», а картины, в которых искусственно моделируется ситуация, способная вызвать эмоциональный отклик зрителя. Неудивительно, что любимым персонажем в это время оказывается герой, поступки которого нарушают социальные и юридические нормы, но зато резонируют с желанием зрителя навести в стране порядок и восстановить справедливость.

Это прежде всего названный критиками «культовым» фильм «Брат» (реж. А. Балабанов, 1997). Картина построена по уже привычным в это время для отечественного зрителя голливудским схемам: некий молодой человек, побывавший на войне, лихо расправляется с попадающимися на его пути «нехорошими людьми». Ключнув на эту приманку, зритель уже не замечает, что суть драматургического конфликта фильма фактически соответствует ироничной русской поговорке «Вор у вора дубинку украл»: герой приезжает в Петербург, чтобы защитить от «плохих бандитов» «хорошего бандита» и, выручая из беды своего брата-киллера, вершит суд над «нехорошими людьми» по своему разумению. Причем все эти поступки (а фактически – преступления) даются ему легко и чуть ли не весело. Нельзя не согласиться с мнением критика М. Безенковой, что успех фильма А. Балабанова кроется в том, что в нем фактически создана некая «над-реальность, своего рода мифологическое пространство», близкое по структуре сказке или притче, и что «зрителю, уставшему от кинематографа болезни, подлости, предательства, именно этот фильм показался близким и родным» [16. С. 29].

Таким образом, зрителю оказалась гораздо ближе полусказочная история (в реальности подвиги героя закончились бы после первого эпизода, в котором он делает замечание группе чеченцев), чем унылая экранная правда, ко-

¹ Впервые слово «ресентимент» было использовано Фридрихом Ницше в 1887 г. В своей работе «К генеалогии морали» он указал на то, что человек испытывает это чувство по отношению к своему врагу или к тому, кого он считает виновником своих неудач. Фактически речь идет о ресентименте и в известном высказывании Зигмунда Фрейда «Когда человек громко ругает власть, это не крик о несправедливости власти, а история его несостоявшейся жизни».

тору в народе окрестили «чернухой». Зрительскую симпатию вызвал и фильм С. Говорухина «Ворошиловский стрелок» (1999), тоже об удачливом мстителе, силовыми методами утверждающем справедливость, не веря в то, что мерзавцы будут наказаны по закону.

Но очередной парадокс состоял в том, что фильмы такого рода тоже были, по сути, частью критическо-нигилистического направления, выражавшего недоверие государству и его властным структурам. При том, что в реальной жизни того времени было немало сотрудников силовых ведомств, фанатично боровшихся с организованной преступностью и героически погибавших в этой неравной борьбе, доминирующий в искусстве критический взгляд на действительность требовал создания на экране образа продажного «мента», «оборотня в погонах» или милиционера-садиста.

Произвела на зрителей впечатление и полусказочная история о валютной проститутке, которой выпал шанс найти заграничного мужа («Интердевочка», реж. П. Тодоровский), – в 1989 г. картина собрала самую большую киноаудиторию. Восприятие этого фильма лишний раз показало, насколько изменилась в обществе шкала ценностей: многие девочки восприняли обаятельную героиню Елены Яковлевой как своего рода идеал. Сама же актриса дала такое оригинальное объяснение столь странному феномену: «Это следствие неприятия того, что приходится „исхитряться“, чтобы прилично одеваться, вечно толкаться в очередях и еле дотягивать до получки или стипендии, жить в долгах... Проституция часто была для девочек формой протеста против демагогии и несправедливости, с которыми они сталкивались в жизни» [17. С. 324].

Что же касается основной кинопродукции, выпущенной за минувшие 30 лет, то ее можно определить как «промежуточное кино», т.е. кино, не интересное ни фестивальному зрителю, ни обычному посетителю кинотеатра, поскольку в таких фильмах нет ни выразительных образов, ни оригинальных сюжетов, ни тем, созвучных зрительскому ожиданию. Зато во многих картинах царит ощущение уныния, безысходности и депрессии, что дало основание авторам «Истории киноотрасли в России» сделать вывод: «Никто столь усердно не приближал катастрофическое падение отечественной кинематографии, как сами российские кинематографисты. И в первую очередь наш доблестный сценарно-режиссерский корпус. Приближали, прежде всего, своими фильмами. Именно тем, чего более всего и не желал видеть на перестроенном экране массовый зритель. Гималаями грязи, жестокости, ужаса, неверия ни во что. Изображением русского человека бездушным винтиком системы, идиотом, совком, беспомощным насекомым или, наоборот, звероподобной скотиной. Представлением о мире и жизни как о помойке, кладбище, сумасшедшем доме, тюрьме, из которой нам будто бы никогда не вырваться» [3. С. 1456–1457]. Уныло-серьезное повествование без тени улыбки и проблеска надежды становится фирменным знаком так называемых «авторских фильмов» или «кино не для всех». Ресентимент тут проявляется уже не в сведении счетов с прошлым или осуждении последствий «криминальной революции», а в неприятии в целом обычаев и нравов страны, в которой живут авторы этих фильмов. Русская провинция с ее гипертрофированными не самыми радостными приметами (грязь, неухоженность, бессмысленность существования, самодурство властей, ощущение безвременья и т.п.) в авторских филь-

мах часто представлена как обобщенный образ страны. Но именно такие фильмы становились призерами и наших, и международных фестивалей.

Инерция нигилистически-критического мироощущения нашла свое отражение и во многих фильмах начала XXI в., что дало основание ректору ВГИК В. Мальшеву выступить со статьей с красноречивым названием «Дарить надежду или погружать в депрессию?» [18]. Однако никакой реакции на эту публикацию не последовало – ни в киноведческой, ни в режиссерской среде.

Очередной же парадокс функционирования отечественной киноиндустрии состоит в том, что производство фильмов, оставлявших после просмотра гнетущее, депрессивное впечатление, долго поддерживалось финансово государственными структурами. Уже в 1989 г., после начала кинореформы, государство финансирует половину всей выпускаемой кинопродукции, несмотря на объявленный переход новых творческих студий на хозрасчет и самоокупаемость.

В 1996 г. в связи кризисным состоянием экономики в России было выпущено всего 35 фильмов, после чего кинематографисты вновь обращаются за помощью к государству, и снова им оказывается финансовая поддержка из госбюджета, хотя востребованность зрителем отечественных фильмов, порождающих ощущение пессимизма и депрессии, неуклонно продолжает падать.

С 2010 г. систематическую финансовую поддержку российскому кинематографу оказывают Минкульт РФ и Фонд кино. То есть продолжает существовать странная ситуация: финансирование большого количества картин осуществляется по социалистическому принципу – за счет государства, а их дистрибуция происходит по законам свободного рынка. Привыкнув к подобному положению дел, многие продюсеры изначально ставят своей задачей извлечение доходов *не от результатов* проката фильма в кинотеатрах и на платформах интернета, как это принято во всем мире, а *от процесса* создания фильма, и эта странная ситуация, к сожалению, пока что продолжает оставаться неизменной.

Культурная глобализация в виде голливудизации

Видя, что зритель предпочитает отечественным фильмам заполонившую экраны голливудскую продукцию, российские кинематографисты в начале 2000-х пытаются привлечь внимание зрителя расширением жанрового спектра. Первым делом они обращаются к комедии – жанру, наиболее любимому массовой аудиторией. Однако юмор в новых кинокомедиях сводится лишь к тому, чтобы вызвать у зрителя смех любой ценой – созданием нелепых ситуаций, пародированием известных образов, придумыванием реприз в духе юмора «Камеди клуб» и «Наша Russia».

В начале 2000-х гг. в поисках способов привлечения широкой зрительской аудитории российский кинематограф пытается осваивать и развивать жанры, стили, а также драматургические и изобразительные приемы у мастеров Голливуда. Появляются ранее не существовавшие в отечественном кино жанры – фэнтези, мюзикл, байопик, хоррор¹. Например, в жанре хоррор в начале 2000-х на российских студиях были сняты десятки фильмов во всех

¹ Анализ освоения этих жанров отечественным кино представлен в коллективной монографии «Проблемы жанрообразования в современном экранном искусстве: культурная глобализация и национальный менталитет». СПб.: РИИИ, ООО ИД «Петрополис», 2023.

известных его поджанрах – слэшер, джалло, фильмы о зомби, found footage и др. Основная масса этих картин была воспринята даже не очень требовательным зрителем скептически или с иронией, поскольку органичные для западного кино модели создания фильмов ужасов при наличии в них знакомых зрителю российских реалий смотрятся странно или нелепо. Успешными оказались лишь те фильмы ужасов, в которых использовались национальные фольклорные мотивы, фильмы, где действие происходит в далекие от нас времена, либо сюжеты городских легенд.

Из немногих фильмов, пытающихся освоить жанр мюзикл, наиболее удачным оказался фильм В. Тодоровского «Стиляги» (2008), но и он далек от уровня постановки музыкальных и танцевальных номеров, которые можно видеть в лучших голливудских образцах этого жанра.

Наиболее плодотворными в плане влияния культурной глобализации на оживление российского жанрового ландшафта оказались попытки создания российскими режиссерами фильмов в жанре фэнтези. Вероятно, успеху этого жанра способствовало изменение отношения общества к науке по мере того, как гасла надежда на то, что научно-технический прогресс будет способствовать улучшению жизни людей, а также особенности восприятия человеком усложняющегося на его глазах мира. Результатом этих изменений в мировоззрении стало то, что жанр научной фантастики сменился жанром фэнтези, в котором действие происходит или в вымышленном прошлом, или в настоящем с придуманными персонажами, обладающими сверхспособностями или являющимися посланцами параллельного мира. Как считают исследователи данного жанра, фильм с элементами безудержной фантазии, в отличие от серьезного реалистического фильма, требующего от зрителя соучастия и размышления, «обладает способностью утешать, уводить в мир грез и тем самым влияет на внутреннюю гармонию личности, снимая эмоциональное выгорание и способствуя сохранению психического равновесия» [19. С. 136].

Успех фильма «Ночной дозор» (реж. Т. Бекмамбетов, 2004), действие которого развивается в современной Москве, способствовал продолжению творческих поисков в этом направлении – следом снимается продолжение этого фильма – «Дневной дозор» (2005), затем фильм «Темный мир: Равновесие» (реж. О. Асадулин, 2013) и др.

В отличие от перечисленных картин, созданных в жанре, который кинокритики определили как «низкое фэнтези», жанр «высокого фэнтези», блестяще реализованный во «Властелине колец» (реж. П. Джексоном, 2001–2003) и в серии фильмов о Гарри Поттере (2001–2016), в России представлен картинками, которые скорее можно определить как героическое фэнтези. Это «Волкодав» (реж. Н. Лебедев, 2006), «Темный мир» (реж. А. Мегердичев, 2010), «Он – дракон» (реж. И. Джендубаев, 2015), «Сердце Пармы» (реж. А. Мегердичев, 2022).

Фантазийная тема быстро была подхвачена фильмами, использующими фольклорные элементы. Однако и традиционные образы русских былин, сказов и сказок оказались трансформированы в стиле западного постмодерна. Особенно ярко это проявилось в трехсерийной сказке «Последний богатырь» (реж. Д. Дьяченко, Walt Disney Pictures, «Yellow, Black and White»), в которой персонажи, собранные из разных русских сказок и былин, поменяли свое традиционное «амплуа». Например, бескорыстный Добрыня представлен

здесь как коварный завистник и предатель. Главный герой фильма – тоже странная личность: это сотрудник кол-центра, небескорыстно дурачивший доверчивых людей, оказавшись в сказочном мире, начинает вдруг бороться за правду и справедливость. В итоге незаметно, весело и озорно происходит размывание границ между понятиями добра и зла и навязывание иронического восприятия традиционных народных образов, что оказалось характерным и для популярного анимационного цикла о былинных богатырях (студия «Мельница»). Известный сюжет ершовской сказки о Коньке-Горбунке в одноименном фильме (реж. О. Погодин, Columbia Pictures, СТВ, 2021) свелся в основном к демонстрации компьютерных спецэффектов и к ряду не очень смешных гэгов, а в картине «Книга мастеров» (реж. В. Соколовский, Walt Disney Pictures, ТриТэ, 2009) сюжеты бажовских сказов представлены в стилистике голливудских блокбастеров, что дало основание одному из кинокритиков определить это как «лубочную бессвязную компиляцию из канонических ситуаций и примитивных гэгов <...> с местечковым юмором с Рублевки и распальцованным Кашеем» [20].

Еще в конце 1980-х кинокритик Ирина Шилова отмечала, что «отечественный кинематограф становится не столько интернациональным, сколько иностранным, овладевает уже отработанным за рубежом механизмом и манерами, бросается в крайности, игнорирует сущность отечественной культуры, ее гуманистических традиций» [21. С. 157]. В дальнейшем эта тенденция не только сохранилась, но и усугубилась.

Вольное или невольное использование характерных для Голливуда драматургических ходов и визуальных приемов оказалось свойственным даже заслуженно пользующимся популярностью у зрителя фильмам, рассказывающим о достижениях Советского Союза в космосе, спорте и искусстве. «Проблема в том, – отмечает А. Туманов, – что, создавая так называемое патриотическое кино, современные кинематографисты склонны злоупотреблять заимствованиями из зарубежного киноязыка. <...> Драматургия также больше похожа на драматургию большого голливудского кино <...> – история наша, а оформление в традициях голливудского кино» [22. С. 42]. Но если голливудский герой, чтобы реализовать свою сверхидею, борется с преступниками, коварными завистниками или шпионами, то в российских фильмах о советском прошлом преграды и препятствия, которые приходится преодолевать протагонисту, связаны в основном с ограничивающими его инициативу законами и требованиями или с косностью партийного и государственного руководства.

Отдельного исследования заслуживает такой феномен, как создание фильмов, апеллирующих к культурной и эмоциональной памяти зрителя в виде многочисленных ремейков и сиквелов популярных советских картин. Это «Ирония судьбы. Продолжение» (2007); «Карнавальная ночь 2, или 50 лет спустя» (2007); «Розыгрыш» (2008); «Человек с бульвара Капуцинок» (2009); «Служебный роман. Наше время» (2011); «Джентльмены, удачи!» (2012); «Кавказская пленница!» (2014); «Веселые ребята» (2014); «А зори здесь тихие» (2015) и др. Анализ причин, почему эти фильмы не имели сотой доли того зрительского успеха, который выпал на долю их первоисточников, был бы полезен для теории и для практики кинематографа.

Сегодня ситуация постепенно начинает меняться: впервые за четверть века количество просмотренных зрителем российских фильмов в 2021 г. достигло 30% от всего кинорепертуара, а в последние два года ряд отечественных фильмов имел значительный коммерческий успех.

Аттракционность и фантазийность как путь к зрительскому успеху

К сожалению, увеличению интереса к российскому кино способствовало не создание на экране глубоких многогранных образов или вызывающие живой отклик темы фильмов либо необычные сюжетные коллизии и содержательные диалоги, а чисто внешние способы привлечения внимания, основанные либо на активном использовании присущей постмодернизму игровой стихии, либо на создании на экране убедительного виртуального мира с помощью современных спецэффектов.

Что же касается понятия игры, то применительно к явлениям культуры и искусства, как отмечает Й. Хёйзинга [23], просматривается следующая тенденция: если в XIX в. и в первой половине XX в. игровой фактор почти во всех социокультурных явлениях заметно отступил на второй план, то сегодня, когда человечество, по мнению ряда философов, оказалось в некоем безыдейном пространстве, данный феномен вновь, как в Средние века, начал выходить на первый план. В арт-фильмах это нашло проявление в том, что в них присущая кинематографу убедительная, реальная фактура стала причудливо сочетаться с условным, порой откровенно фантазийным сюжетом, с использованием различных форм интертекстуальности, реминисценций, притчевости и символизма¹.

В «зрелищном кино» игра на экране подается в виде ряда фантазийных ситуаций и создании необычных, не существующих в природе образов. В коммерчески успешном «Холопе» некий специалист по созданию игровых ситуаций воссоздает с помощью современных технологий реалии прошлого века, в который богатый родитель отправляет свое зарвавшееся чадо на перевоспитание, а в уже упомянутом многосерийном фильме «Последний герой» протагонист через традиционный «портал» попадает из реального мира в сказочный. Причем никакой особой смысловой нагрузки такие фильмы не несут – трудно поверить в то, что «мажор», пройдя в ином веке серию испытаний, вдруг волшебным образом изменился, а в бывшем плуте из кол-центра после пребывания в сказочном мире пробудилась вдруг совесть.

Принцип игры предоставляет автору полную свободу устанавливать собственные правила, игнорируя какое бы то ни было сходство с реальной жизнью. Присущие реализму углубленное понимание личности человека, мотивированность поступков и психологическая проработанность характеров в произведениях постмодернизма заменены трактовкой человека как *homo ludens*. Поэтому в произведениях, в которых доминирует игровой фактор, часто отсутствуют душевность, эмоциональность, а порой и понятие морали и духовности отходит на второй план, – ведь игра сама по себе, согласно Й. Хёйзинге, хотя и есть деятельность духа, однако не причастна морали, в ней нет ни добродетели, ни греха.

¹ См.: Познин В.Ф. Особенности стилистики российских арт-фильмов начала XXI века // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2021. № 42. С. 109–123.

Как всегда бывает в коммерческом кино, увидев кассовый успех фильмов, основанных на сказочных или фантазийных сюжетах, отечественные продюсеры в последнее время начали наперегонки снимать варианты известных сказок («По щучьему велению», «Бременские музыканты», «Летучий корабль» и др.). Но даже чисто развлекательные возможности, которые представляет игровое начало, далеко не всегда используются авторами сполна. В широко разрекламированном фильме «Чебурашка», несмотря на то, что в написании сценария участвовали четыре человека, сюжет вторичен, а звучащие в фильме шутки, как правило, не смешны.

Нельзя не заметить также и то, что драматургия ряда современных картин построена по принципу компьютерных игр – персонаж должен преодолеть очередной уровень предлагаемых препятствий и прийти до финиша. Так, отечественный блокбастер «Т-34», повторивший многие голливудские наработки, по стилистике своей напоминает компьютерную игру «Танки», и, вероятно, по этой причине пользовался таким успехом у молодежного зрителя.

Кинодраматург Ю. Арабов еще в 1995 г., размышляя о будущем кинематографа, сказал, что „молодое кино“ будет все более удешевляться в связи с приходом в него видео... „Большое кино“, наоборот, будет дорожать с каждым днем и лет через пятнадцать – двадцать вплотную столкнется с „виртуальной реальностью“ и будет поглощено ею» [24. С. 262]. К сожалению, он во многом оказался прав: кино действительно разделилось на фильмы для большого экрана, т.е. для показа в кинотеатрах, и на фильмы для просмотра по телевидению или на платформах интернета. Сегодня посещение кинотеатров зрителями (в основном это молодежная аудитория) мотивируется прежде всего наличием в фильме поражающих воображение спецэффектов, создающих на экране не существующее в реальности пространство, что в общем также является одной из форм игры.

В набокковской «Защите Лужина» показано, как увлечение игрой может постепенно подменить реальную жизнь и привести к неспособности адекватного реагировать на окружающую действительность. Сегодня подобные ситуации нередко происходят благодаря неумеренной увлеченности молодых людей компьютерными играми и интернетом в целом. Фактически игра стала одной из форм эскапизма, желания уйти из не устраивающего индивидуума реального мира в иное, виртуальное пространство, где всегда интересно, весело и где легко удается осуществить все желания. Но это уже область исследования социальных психологов.

Кино для массового зрителя и «кино не для всех»

В последние два года отечественные фильмы с сюжетной игровой доминантой и широко используемыми спецэффектами успешно прокатываются в кинотеатрах. «Но результаты проката скорее являются количественными показателями, которые меньше говорят о влиянии фильма на массовое сознание, а больше об успехе маркетологов и прокатчиков» [22. С. 43]. Говорить же о высоком художественном уровне таких картин и их роли в формировании национальной самоидентификации не приходится. Эту функцию взяло на себя так называемое «авторское кино», или, как еще определяют такого рода картины, арт-фильмы.

В результате современное российское кино как часть общего социокультурного процесса разделилось на два неравных блока: в первом, большом блоке, доминирует понятие массовости, во втором, малом, – элитарности («кино не для всех»). Первое ориентировано на нетребовательного зрителя (поэтому часто оно вообще мало кому интересно), второе же претендует на художественное высказывание и особую стилистику, интересную лишь узкому кругу киноманов и критиков, считающих сложность или замедленность повествования, а также скрытый подтекст и закодированную символику главным критерием, определяющим настоящее киноискусство. В результате между понятиями «авторское» (или «элитарное») и «массовое» (или «коммерческое») возник непроходимый ров, который никто не спешит ликвидировать.

Следует отметить, что подобного рода разделение возникло еще в советское время. В 1970–80-е гг. творческая интеллигенция и кинокритика с презрением или в лучшем случае со снисхождением относились к жанровому кино как части массовой культуры, предназначенной для нетребовательного зрителя. Как ни странно, позиция ряда творческих работников и критиков относительно жанрового кино, по сути, корреспондировалась с мнением властных структур, курировавших систему киноиндустрии, – при том, что значительная часть творческой интеллигенции находилась в скрытой оппозиции по отношению к власти. Разница была лишь в том, что курирующие кино партийные и государственные деятели рассматривали фильм с идеологических позиций, а кинокритика – с эстетических, признавая киноискусством лишь те произведения, где ощущался формальный поиск или критический взгляд на реальность.

В недавно вышедшей книге В. Меньшова «Судьба протягивает руку» [25] режиссер вспоминает о том, как был воспринят его коллегами фильм «Москва слезам не верит», имевший огромный кассовый успех. Так, на одной из творческих встреч Михаил Ульянов на вопрос о причинах успеха картины В. Меньшова ответил, что зрители сами создали этому фильму рекламу, «принувшись массово на эту подменяющую реальную жизнь сказочку», а на традиционном собрании творческих работников «Мосфильма» Юлий Райзман бросил реплику о том, что «Москва слезам не верит» является позором для студии и что «Мосфильму» надо как-то обозначить свою позицию. В появившихся же в это время рецензиях также отмечалось, что такого рода кино представляет собой пошлую мелодраму, заигрывание со зрителем и т.п.

Корпоративная критика почему-то не желает понять, что всегда были и будут фильмы, которые с интересом и удовольствием смотрит большая аудитория, и которая состоит не только из нетребовательной публики, но и из эстетически развитого зрителя – точно так же, как литературную классику с удовольствием читают самые разные люди. Киновед Я. Маркулан в свое время предложила определять такого рода фильмы не термином «массовая культура», имеющим негативную коннотацию, а понятием «демократическая культура»¹. Именно к такой, демократической, культуре относились фильмы

¹ Как отмечала Я.К. Маркулан, «„массовое“ отнюдь не является синонимом „демократическое“. Чаще всего оно противостоит, занимает враждебную позицию по отношению к истинно демократическому искусству, цели и функции которого резко расходятся с целями и функциями массовой культуры» (Маркулан Я.К. Киномелодрама. Фильм ужасов. Л.: Искусство, 1978. С. 7).

И. Хейфица, Ю. Райзмана, С. Бондарчука, В. Шукшина, Г. Данелии, С. Росточки, В. Мельникова, Д. Асановой и многих других советских режиссеров.

После проведенных на волне перестройки кинореформ одной из существенных причин развития арт-кино становится не только объявленная творческая свобода, но и то, что новый отечественный кинематограф оказался вдруг не востребованным широкой аудиторией. В результате сценаристы и режиссеры начинают компенсировать отсутствие зрительского интереса созданием фильмов, рассчитанных на участие в зарубежных и российских кинофестивалях. Лишь единицы пытаются в это время создавать картины, в которых бы темы, созвучные ожиданиям зрителя, были сделаны на высоком художественном уровне.

К сожалению, идея, которую часто декларировал классик советского кино Иосиф Хейфиц на заре перестройки – о том, что «ножницы между серьезностью и интересностью надо смыкать, потому что если картина скучна по конфликту, заложенному в ней, то она будет работать вхолостую» [26], не нашла своего отклика в кинематографической среде, и проблема сближения того, что называется «авторским кино», с кино демократическим, воздействующим на разум и эмоции зрителя, до сих пор остается самой актуальной для отечественного кино.

Зрительское ожидание оправдывается в том случае, если он видит на экране внятную историю, в которой сочетаются узнавание, получение новой информации и эмоциональное переживание. Как показывает анализ, у советского зрителя, кроме комедий, детективов и мелодрам, большой популярностью пользовались картины, жанр которых можно определить как *киноповесть*. Национальному менталитету отвечают сюжеты, представляющие собой историю жизни человека, рассказ о его судьбе. Ведь даже русские народные песни – это часто истории из жизни людей. Появившиеся в современном русском кино такие фильмы, как «Остров», «Свои», «Простые вещи», «Неадекватные люди», «Аритмия», «Облако-рай» и др. дают надежду на развитие этой тенденции, которая может стать одним из путей возрождения контакта между создателями фильма и широкой киноаудиторией.

В западном кинематографе под влиянием вполне конструктивной постмодернистской идеи о «двойном кодировании», т.е. создании произведений, как ценимых элитарной публикой, так и самой широкой аудиторией, возникло такое явление, как арт-мейнстрим, предполагающее необычную историю, рассказанную выразительным киноязыком. Один из последних примеров этого – фильм Й. Лантимоса «Бедные-несчастные» (*Poor Things*), который в этом году удостоился четырех статуэток «Оскар» и имел успех у широкой зрительской аудитории.

Наше авторское кино, как правило, претендует на некое глубокое высказывание, на художественное воплощение некой идеи. В начале 2000-х фестивальными жюри были отмечены такие картины, как «Возвращение» (реж. А. Звягинцев, 2003), «Изображая жертву» (реж. К. Серебренников, 2006), «Эйфория» (реж. И. Вырыпаев, 2006), «Путешествие с домашними животными» (реж. В. Сторожева, 2007), «Юрьев день» (реж. К. Серебренников, 2008), «Дикое поле» (реж. М. Калатозишвили, 2008), «Кочегар» (реж. А. Балабанов, 2010) и др. По мнению ряда исследователей, авторское кино 2000-х, исполь-

зующее постмодернистские приемы, предлагает новую стилистику, сочетающую реализм и условность¹.

Некоторым особняком среди режиссеров авторского кино стоит Б. Хлебников, в фильмах которого доминирует реалистический подход к драматургическому и визуальному решению фильма. Тем не менее и он склонен через реалистические образы попытаться высказать некую большую идею. Так, в своем последнем фильме «Снегирь» (2023) режиссер решил показать, «что такое русский национальный характер». Вот как он объясняет в интервью, опубликованном в журнале «Сеанс», свой замысел: «Русские часто готовы на подвиг, потому что это прямая и понятная штука, ситуация, в которой надо действовать: закрыть пулемет, взорвать кого-нибудь (например, себя) или спасти кого-то. И это счастье посреди той бессмысленной жизни, которой люди чаще всего живут. Мне кажется, люди не готовы на подвиг вдолгую. На подвиг вкраткую – да, а на длинную приличную жизнь – нет. Это прям наша черта, на мой взгляд. Вокруг этой мысли мы все и построили» [14. С. 323]. То есть перед нами опять фильм, который обладает высокими профессиональными качествами, но, как и все наши авторские фильмы, носит критический и депрессивный характер, что уже давно набило оскомину у широкого зрителя.

В XXI в. культура потребления экранного продукта по сравнению с недавним прошлым значительно изменилась: сегодня можно посмотреть фильм не только в кинозале, но и на экране домашнего кинотеатра, обычного телевизора, на мониторе компьютера и даже на мобильном телефоне. Зритель также стал дифференцированным – по возрасту, по интересам, по вкусам. При этом каждый народ имеет свой особый менталитет и сложившиеся за многие десятилетия эмоциональные, культурные и ценностные установки.

Как можно было видеть, одна из существенных причин утраты постсоветским российским кинематографом коммуникативной привлекательности началась с внедрения Союзом кинематографистов СССР новой «базовой модели киноиндустрии», что в условиях общего кризиса и отсутствия протекционистских мер в отношении отечественного кино привело к результатам, обратным тому, что декларировалось. «Отечественное кино, исторически совершенно не приспособленное, не готовое к существованию в условиях открытого рынка, оказалось один на один с западным кинематографом, который всегда был рыночным и в результате длительной конкурентной борьбы выработал сравнительно эффективные способы овладения внимания зрительских аудиторий» [2. С. 185], отмечает М. Жабский.

Но это лишь один аспект сложной проблемы «Кино и зритель». Главная причина провала кинореформ заключалась в драматическом разрыве между мировоззрением кинематографистов и менталитетом зрителя. Обретя творческую свободу, многие талантливые сценаристы и режиссеры стали заниматься самовыражением, малоинтересным широкой аудитории, тем более что своего рода мейнстримом авторского кино 1990-х и начала 2000-х становится доминирование негативного мировосприятия, уныния и депрессивности, что не характерно ни для русского мировосприятия, ни для традиций национального театра и кино. Одной из существенных причин этого явления стало

¹ Об этом в статье: Познин В.Ф. Особенности стилистики российских арт-фильмов начала XXI века // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2021. № 42. С. 109–123.

стремление творческих работников отринуть ушедшие в прошлое догмы социалистического реализма, характерной чертой которого был социальный оптимизм, вера в будущее и в лучшие свойства человеческой натуры. Это можно определить как своего рода запоздалый ресентимент, сведение счетов с недавним прошлым, когда существовали негласные запреты и ограничения на ряд тем и способы их художественной трактовки.

Что же касается остального потока кинопродукции, дотируемой из госбюджета, то она в основной своей массе, за исключением нескольких работ, в течение 30 лет была представлена малоинтересными как для эстетически подготовленного, так и для обычного зрителя фильмами, которые дистрибьютеры даже не приобретали для проката в кинотеатрах.

Как показывает практика киноиндустрии, творческие студии и продюсерские центры способны существовать экономически в том лишь случае, если основной доход они получают от производства кинолент, ориентированных на массовую аудиторию. К сожалению, новый для России институт продюсерства, за редким исключением, пока что не отвечает этим требованиям. Провозглашенная в проекте новой «базовой модели кинопроизводства» идея самоокупаемости затрат на создание картин на практике обернулась полным провалом: государство вынуждено до сих пор в больших объемах финансировать отечественную киноотрасль. В результате производство фильмов в основной их массе приобрело иждивенческий характер: продюсеры стали заботиться не о том, как вернуть средства, затраченные на производство фильма, а о том, как найти возможность заработать на самом процессе кинопроизводства, и, к сожалению, подобная ситуация сохраняется до сих пор.

В последние два года после принятия в отношении России санкционных мер со стороны Запада засилье в кинотеатрах голливудских картин (их количество в сравнении с попадавшими на экран российскими фильмами в последние годы доходило до 80%), было приостановлено, что дало возможность нескольким отечественным фильмам стать лидерами кинопроката. В основном это картины сказочного и фантазийного характера с использованием всего арсенала современных компьютерных технологий, что отвечает сегодня запросам зрителя в самых разных странах.

К сожалению, фильмов высокого художественного уровня, отвечающих при этом запросам и вкусам отечественного зрителя, пока что немного. Между тем, как констатирует небезосновательно киновед М. Косинова, «российские зрители хотят смотреть кино про Россию, про себя сегодняшних. И понимать, что происходит с ними и со страной. Этот процесс называется самоидентификацией. И когда наше кино начнет вызывать самоидентификацию, его, наверное, вновь можно будет назвать «важнейшим из искусств» [27. С. 54]. То есть речь идет о том, что фильмы высокого художественного уровня, востребованные не только фестивальной, но и широкой зрительской аудиторией, появятся лишь в том случае, если будет преодолен существующий сегодня барьер, разделяющий авторское и зрительское кино.

Список источников

1. *Отечественный кинематограф: стратегия выживания* : науч. докл. / Л. Алова, В. Баскаков, О. Боброва и др. ; рук. и отв. ред. Д. Дондурей ; Науч.-иссл. ин-т киноискусства. М. : НИИ киноискусства, 1991 (1992).

2. *Жабский М.И.* Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись 1969–2005 гг. М. : «Канон» РООИ «Реабилитация», 2009.
3. *Караваев Д.Л., Фомин В.И.* История киноотрасли в России: управление, кинопроизводство, прокат. Отчет о научно-исследовательской работе. М. : НИИК ВГИК, 2012. С. 1352.
4. *Косинова М.И., Фомин В.И.* История российской кинематографии (1968–1991 гг.). М. : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2023.
5. *Летопись российского кино. 1981–1991* / авт. и рук. проекта В.И. Фомин. М. : РООИ «Реабилитация», 2016. 688 с.
6. *Медведев А.Н.* Только о кино // Искусство кино. 1999. № 8.
7. *Эпоха бездарей...* Так говорил о нашем времени Алексей Герман, которому 75 // Невское время. 27.05.2021.
8. *Брейтман А.С.* Традиционные ценности русской культуры в эпоху постмодернизма (на материале «нового» кино России) // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2004. Т. 4, № 7.
9. *Савельева Е.Н., Буденкова В.Е.* Кино эпохи коллективизма как зеркало национально-культурной идентичности // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 27.
10. *Масленников И.Ф.* Бейкер-стрит на Петроградской. СПб. : ИП Князев (Амаркорд), 2007.
11. *Валентин Черных.* «...И ничего, кроме правды // Советский экран. 1986. № 5.
12. *Пятый съезд кинематографистов СССР, 13–15 мая 1986 года.* Стенографический отчет. М. : Союз кинематографистов СССР. Всесоюзное бюро пропаганды киноискусства, 1987.
13. *Медведев А.Н.* Только о кино // Искусство кино. 1999. № 11.
14. *Думать о тех, за кого отвечаешь* / Интервью с Борисом Хлебниковым // Сеанс. 2023. № 24.
15. *Достоевский Ф.М.* Собр. соч. : в 15 т. Т. 13. Л. : Наука, Ленинградское отделение, 1988–1996.
16. *Безенкова М.В.* Становление канонических элементов в российском кинематографе первого десятилетия XXI века // Человек и культура. 2019. № 4.
17. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М. : Родина, 2022.
18. *Мальшиев В.С.* Дарить надежду или погружать в депрессию? О тенденциях осмысления жизни в современном российском кино // Вестник ВГИК. 2020. Т. 12, № 2.
19. *Гусарова С., Коноплев М.* Художественно-концептуальные и компенсаторные функции литературного жанра фэнтези // Наука и образование: Сохраняя прошлое, создаем будущее : сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. 15.03.2017 / под общ. ред. Г. Гуляева. Пенза : МЦНС «Наука и просвещение», 2017.
20. *Сахарнова К.* «Книга мастеров»: Герои русских сказок в стране Disney. Информационный портал для профессионалов кинобизнеса «Профисинема». URL: <https://www.proficinema.ru/questions-problems/reviews/detail.php?ID=69936> (дата обращения: 15.01.2024).
21. *Раззаков Ф.И.* Гибель советского кино. Тайны закулисной войны 1973–1991. М. : Эксмо, 2008.
22. *Туманов А.И.* Отечественный кинематограф и его значение в формировании национальной идентичности // Наука. Культура. Общество. 2021. Т. 27, № 3. С. 35–49.
23. *Хейзинга Й.* Homo ludens. Человек играющий. М. : Азбука, 2022.
24. *Арабов Ю.Н.* «Виртуальная реальность» поглотит кино // Киноведческие записки. 1995. № 28.
25. *Меньшов В.В.* Судьба протягивает руку. М. : Эксмо, 2023.
26. *Стенографический отчет «Обсуждение тематического плана на XII пятилетку. 18 марта 1986 года* // ЦГАЛИ СПб. Ф. 257. Оп. 37. Д. 28. Л. 117–155.
27. *Косинова М.И.* История взаимоотношений отечественного кинематографа со зрительской аудиторией // Культура и общество. 2014. № 4.

References

1. Alova, L., Baskakov, V., Bobrova, O. et al. (1991/1992) *Otechestvennyy kinematograf: strategiya vyzhivaniya* [Domestic cinema: survival strategy]. Moscow: Research Institute of Cinematography.
2. Zhabskiy, M.I. (2009) *Sotsiokul'turnaya drama kinematografa. Analiticheskaya letopis' 1969–2005 gg.* [Sociocultural drama of cinema. Analytical chronicle of 1969–2005]. Moscow: Kanon+; ROOI "Reabilitatsiya."

3. Karavaev, D.L. & Fomin, V.I. (2012) *Istoriya kinootrasli v Rossii: upravlenie, kinoproizvodstvo, prokat. Otchet o nauchno-issledovatel'skoy rabote* [History of the film industry in Russia: management, film production, distribution. Report on research work]. Moscow: NIIK VGIK.
4. Kosinova, M.I. & Fomin, V.I. (2023) *Istoriya rossiyskoy kinematografii (1968–1991 gg.)* [History of Russian Cinematography (1968–1991)]. Moscow: Kanon+; ROOI “Reabilitatsiya.”
5. Fomin, V.I. (2016) *Letopis' Rossiyskogo kino. 1981–1991* [Chronicle of Russian Cinema. 1981–1991]. Moscow: ROOI Reabilitatsiya.
6. Medvedev, A.N. (1999) Tol'ko o kino [Only about Cinema]. *Iskusstvo kino*. 8.
7. *Nevskoe vremya*. (2021) Epokha bezdarey... Tak govoril o nashem vremeni Aleksey German, ktoromu 75 [The Era of the Talentless... This is what Alexey German, who is 75, said about our time]. 27th May.
8. Breytman, A.S. (2004) Traditsionnye tsennosti russkoy kul'tury v epokhu postmodernizma (na materiale “novogo” kino Rossii) [Traditional Values of Russian Culture in the Postmodern Era (Based on the “New” Cinema of Russia)]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena*. 4(7).
9. Savelieva, E.N. & Budenkova, V.E. (2017) Movie-era collectivism as a mirror of national and cultural identity. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 27. (In Russian). DOI: 10.17223/22220836/27/22
10. Dobrotvorskiy, S.N. (2007) Kino, kotoroe my poteryali [Cinema That We Lost]. In: Maslennikov, I.F. *Beyker-strit na Petrogradskoy* [Baker Street on Petrogradskaya]. St. Petersburg: IP Knyazev, (Amarkord).
11. Chernykh, V. (1986) “...I nichego, krome pravdy” [“...And Nothing but the Truth”]. *Sovetskiy ekran*. 5.
12. Union of Cinematographers of the USSR. (1987) *Pyaty s"ezd kinematografistov SSSR, 13–15 maya 1986 goda. Stenograficheskiy otchet* [Fifth Congress of USSR Cinematographers, May 13–15, 1986. Verbatim report]. Moscow: Union of Cinematographers of the USSR. All-Union Bureau of Cinematography Propaganda.
13. Medvedev, A.N. (1999) Tol'ko o kino [Only about Cinema]. *Iskusstvo kino*. 11.
14. Khlebnikov, B. (2023) Dumat' o tekh, za kogo otvechaesh' [Thinking about Those for Whom You Are Responsible]. *Seans*. 24.
15. Dostoevskiy, F.M. (1988–1996) *Sobranie sochineniy v 15 t.* [Collected Works in 15 volumes]. Vol. 13. Leningrad: Nauka.
16. Bezenkova, M.V. (2019) Stanovlenie kanonicheskikh elementov v rossiyskom kinematografe pervogo desyatiletiya XXI veka [Formation of Canonical Elements in Russian Cinema of the First Decade of the 21st Century]. *Chelovek i kul'tura*. 4.
17. Kara-Murza, S.G. (2022) *Manipulyatsiya soznaniem* [Manipulation of Consciousness]. Moscow: Rodina.
18. Malyshev, V.S. (2020) Darit' nadezhdu ili pogruzhat' v depressiyu? O tendentsiyakh osmysleniya zhizni v sovremennom rossiyskom kino [Give hope or plunge into depression? On the trends of understanding life in modern Russian cinema]. *Vestnik VGIK*. 12(2).
19. Gusarova, S. & Konoplev, M. (2017) Khudozhestvenno-kontseptual'nye i kompensatornye funktsii literaturnogo zhanra fentezi [Artistic-conceptual and compensatory functions of the literary genre of fantasy]. In: Gulyaev, G. (ed.) *Nauka i obrazovanie: Sokhranyaya proshloe, sozdaem budushchee* [Science and Education: Preserving the Past, Creating the Future]. Penza: Nauka i prosveshchenie.
20. Sakharnova, K. (n.d.) “*Kniga masterov*”: *Geroi russkikh skazok v strane Disney. Informatsionnyy portal dlya professionalov kinobiznesa “Proficinema”* [“The Book of Masters”: Heroes of Russian Fairy Tales in the Land of Disney. Information portal for film business professionals “Proficinema”]. [Online] Available from: <https://www.proficinema.ru/questions-problems/reviews/detail.php?ID=69936> (Accessed: 15th January 2024).
21. Razzakov, F.I. *Gibel' sovetskogo kino. Tayny zakulisnoy voyny 1973–1991* [The Death of Soviet Cinema. Secrets of the Behind-the-Scenes War of 1973–1991]. Moscow: Eksmo.
22. Tumanov, A.I. (2021) Otechestvennyy kinematograf i ego znachenie v formirovanii natsional'noy identichnosti [Domestic Cinema and Its Significance in the Formation of National Identity]. *Nauka. Kul'tura. Obschestvo*. 27(3). pp. 35–49.
23. Huizinga, J. (2022) *Homo ludens. Chelovek igrayushchiy* [Homo Ludens, Man the Player]. Moscow: Azbuka.
24. Arabov, Yu.N. (1995) “Virtual'naya real'nost'” poglotit kino [“Virtual reality” will absorb cinema]. *Kinovedcheskie zapiski*. 28.

25. Menshov, V.V. (2023) *Sud'ba protyagivaet ruku* [Destiny Extends a Hand]. Moscow: Eksmo.

26. Anon. (1986) *Stenograficheskiy otchet "Obsuzhdenie tematicheskogo plana na XII pyatiletku. 18 marta 1986 goda"* [Verbatim report "Discussion of the thematic plan for the 12th five-year plan. March 18, 1986]. TsGALI SPb. Fund 257. List 37. File 28. pp. 117–155.

27. Kosinova, M.I. (2014) *Istoriya vzaimootnosheniy otechestvennogo kinematografa so zritel'skoy auditorией* [History of the relationship between domestic cinema and the audience]. *Kul'tura i obshchestvo*. 4.

Сведения об авторе:

Познин В.Ф. – доктор искусствоведения, профессор, ведущий научный сотрудник, заведующий сектором кино и телевидения Российского института истории искусств (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: poznin@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Poznin V.F. – Russian Institute of Art History (St. Petersburg, Russian Federation). E-mail: poznin@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 11.04.2024;
одобрена после рецензирования 28.04.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 11.04.2024;
approved after reviewing 28.04.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 78

doi: 10.17223/22220836/58/10

СТИМПАНК КАК ЗВУКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ В ФИЛЬМАХ

Полина Алексеевна Столбова

*Российский государственный институт сценических искусств,
Санкт-Петербург, Россия, stolbova.2001@mail.ru*

Аннотация. В работе рассмотрены подходы к созданию саунд-дизайна в определенном стиле с целью определения наиболее выгодных стратегий работы над звуковым оформлением фильма. Дан анализ произведений с целью определения характерных черт стиля, того, что составляет его звуковые особенности.

Ключевые слова: фильм, саунд-дизайн, стимпанк, звуковая картина

Для цитирования: Столбова П.А. Стимпанк как звуковое явление в фильмах // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 110–121. doi: 10.17223/22220836/58/10

Original article

STEAMPUNK AS A SOUND PHENOMENON IN FILMS

Polina A. Stolbova

*Russian State Institute of Performing Arts, Russian Federation,
Saint-Petersburg, stolbova.2001@mail.ru*

Abstract. The paper will consider approaches to creating sound design in a certain style in order to determine the most profitable strategies for working on the sound design of the films. The analysis of the works in order to determine the characteristic features of the style, what constitutes its sound features.

Steampunk is a subgenre of science fiction that includes retrofuturistic technology and aesthetics inspired by industrial steam engines of the 19th century. The combination of futuristic technology and the aesthetics of the Victorian era has proved to be a fascinating topic for both developers and players. The abundance of small details, the use of certain materials to create the texture of mechanized characters, their clothes, appearance – such things can refer to the attributes of steampunk aesthetics.

Steampunk is a well-defined style that performs an important plot-forming function, but in this case represents something much broader: each of the stories goes beyond the era of steam engines.

The soundtrack of the film performs an important function in immersing the player in digital reality, getting to know the world. The authors get the opportunity to present a higher-quality, integral project, an independent artistic solution, as close as possible to reality.

Thus, the visual style is complemented by a characteristic sound design. Such an example allows you to slightly change or expand the understanding and perception of the phenomenon. The image begins to sound, which means it acquires more realistic properties. The possibilities of the film allow you to fully immerse yourself in a special reality.

Keywords: steampunk, sound, alternative history, mechanisms, cinema

For citation: Stolbova, P.A. (2025) Steampunk as a sound phenomenon in films. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 110–121. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/10

Звуковое решение фильма

Киноиндустрия и ее взаимодействие с художниками и специалистами в области искусства становятся важной темой в контексте истории и теории культуры. Каждый кинопроект требует не только качественного визуального оформления, но и тщательно продуманного звукового сопровождения: диалогов, саундтрека, звуковых эффектов. С самого появления кинематографа фильмы стали формировать самостоятельную сферу музыкального контента, где каждый проект в зависимости от авторского замысла приобретает уникальное и узнаваемое звучание.

Современный режиссер все чаще стремится быть признанным как автор – не безымянный создатель визуальной оболочки, а творец нового мира. И даже если он не ставит перед собой цели поднимать экзистенциальные вопросы, как это бывает с любым подлинным художником, он просто не может их обойти.

Звук как физическая волна объективно существует и воспринимается слухом. В кино, несмотря на свою механическую природу, он становится неотъемлемой частью создаваемой реальности, особенно когда зритель полностью погружается в сюжет.

Аудиодизайн формирует настроение и атмосферу, делает происходящее на экране более реалистичным и живым, помогает зрителю лучше ориентироваться в пространстве кадра и усиливает развлекательную составляющую проекта.

Музыка в аудиовизуальных произведениях – выразительное средство, которое не только передает атмосферу, но и способствует раскрытию драматургии сюжета. Сегодня визуальные искусства предлагают все больше способов рассказа историй, и музыка становится их важной составляющей.

Восприятие звукового ландшафта субъективно: один и тот же звуковой фон может восприниматься по-разному разными слушателями. Тем не менее он включает в себя формально одни и те же элементы, которые могут быть зафиксированы с помощью звукозаписывающих технологий.

Разные взгляды на локацию позволяют интерпретировать ее с различных точек зрения. Звук тесно связан с эмоциями, особенно музыкальный, и оказывает значительное влияние на чувства и поведение человека.

Таким образом, звуковое оформление играет ключевую роль в погружении зрителя в экранную реальность и в знакомстве с ее внутренним миром.

Стимпанк как звуковое явление

Стимпанк (steampunk) давно стал устоявшимся стилем и завоевал множество поклонников. Краткая характеристика этого явления в контексте современной культуры может быть следующей: «Творческое общественное движение, которое черпает вдохновение из викторианской и довоенной истории, сочетая научную фантастику, современные ценности и чувство юмора» [1. P. 7].

Это явление актуально и привлекает приверженцев, стремящихся хотя бы на время уйти от реальности: «Стимпанк – это проект по созданию утопического прошлого, обещающее переосмысленное прошлое (и, следовательно,

настоящее и будущее), в котором технологии развиваются в сторону устойчивости, поддерживающей нашу окружающую среду и человеческие отношения» [2. Р. 25].

Стимпанк возник как литературное явление в 1880-х гг., но стал активно развиваться в 1890-х гг., когда технологическое развитие стало столь быстрым, что писатели едва успевали следовать за ним. К числу первых и наиболее известных стимпанковых романов относятся «Ночь морлоков» (Morlock Night, 1979) К.У. Джетера, «Врата Анубиса» (The Anubis Gates, 1983) Т. Пауэрса и «Машина различий» (The Difference Engine, 1990) Б. Стерлинга и У. Гибсона [3. С. 223]. Эти авторы стали одними из первых, кто попытался классифицировать и определить характер своего творчества.

Дж. Манн в своей «Энциклопедии научной фантастики» отмечает, что термин «стимпанк» происходит от слова «киберпанк» и представляет собой воплощение альтернативного мира Великобритании XIX в. [4. Р. 513]. Также его определяют как переосмысление викторианской эпохи в сказочном мире, где технологии развивались таким образом, что мир стал постапокалиптическим ландшафтом с паровыми двигателями, а искатели приключений и исследователи летают на дирижаблях и используют лучевые пушки для борьбы с пришельцами из других миров [5. Р. 11].

Стимпанк восходит как минимум к трем основным корневым системам: представлениям о социально-культурных изменениях XIX в., некоторым ключевым научно-фантастическим произведениям середины и конца XX в., а также эстетике панка и постпанка. Эти корневые элементы переплетаются в практике, формируя современную стимпанк-культуру [2. Р. 17].

Исследователи отмечают, что стимпанк можно рассматривать как синоним урбанистичности. В нем практически отсутствует природа, зато он наполнен типичными городскими пейзажами: кирпичными зданиями, трубами, булыжными мостовыми и воздухом, насыщенным дымом фабричных труб [6. С. 18].

В большинстве произведений жанра рассказывается о авантюристах, ученых или изобретателях, стремящихся исследовать и понять технологии парового времени. Особое внимание уделяется аксессуарам: карманным часам, зонтикам и тростям, цилиндрам и котелкам, очкам и украшениям из латуни или меди [7. С. 40].

Стимпанк переносит элементы эстетики пара в современность, предлагая мир, в котором пар и электричество остаются основными источниками энергии [2. Р. 9]. С.Н. Волков выделяет несколько характерных черт стиля стимпанк: ретроградный пессимизм, тоска по невозможному, романтизм викторианской эпохи, контрасты между изысканной одеждой и жесткой механикой, а также противоречивая эстетика стимпанковского мира, сочетающая несовместимое.

Особенностью является философия инженерного безумия, доведенного до гениальности [8. С. 106]. Еще одно интересное определение стиля: «Отполируйте свои бронзовые защитные очки, возьмите зонтики и трости-шпаги, приготовьтесь подняться на борт воздушного корабля, где вас встретят паровые официанты-автоматы, готовые предложить чай или спиртные напитки. Если захочется побаловать себя сигарами или кальянами, откройте окно» [9. Р. 2].

Саунд-дизайн в стимпанк-сюжетах

«Сказочный мир Жюль Верна» (1958) – один из самых ранних фильмов, снятых еще до того, как термин «стимпанк» был придуман. Его можно с уверенностью назвать классикой жанра. В фильме представлены научные творения в паровом стиле, например, корабли, подводные лодки, самолеты и техника. Эти элементы, наряду с альтернативным викторианским сеттингом, являются важной частью самого стиля.

Звуковое оформление фильма начинается с электронного музыкального инструмента, который включает в себя элементы оркестрового звучания. Музыка, в частности, имитирует отдельные звуки, например резкие удары фортепиано, отражающие поломку или неисправность механизма на экране.

Иллюстрации из книг Жюль Верна, используемые в фильме, также важны как визуальный и литературный элемент стимпанка. Интересно, что музыка с элементами активного движения (устойчивый ритм басов и легкая стремительная мелодия) сопровождает сцены с паровыми судами или дирижаблями, которые приводятся в движение с помощью педалей.

Ведущий инструмент напоминает клавесин, что можно интерпретировать как композиторский ход, пытающийся отразить дух эпохи. Здесь сочетаются электронные и традиционные звуки, что подчеркивает контраст между старинной и современной технологией.

Особое внимание в фильме уделяется локомотиву – ключевому визуальному и аудиальному образу стимпанка. Музыка точно имитирует выхлопы пара и движение колес, вращение шестеренок и «тю-тюх» – звук, который ассоциируется с локомотивом. Н.И. Ламохина отмечает, что «паровоз воспринимается как символ эпохи, двигатель исторического прогресса», а современное восприятие наделяет его эстетикой, создавая идеализированный образ [10. С. 40].

Музыка также имитирует движение автомобиля, его гудки. При встрече с летательными аппаратами звук становится более плавным, аккорды задают ритм, отражая не только работу механизмов, но и эмоции.

Вступление фильма создает четкий портрет эпохи, в которой ощущается дух приключений и движения как по воде, так и по воздуху. В процессе работы механизма звучат звенящие металлические звуки, а музыка переходит в продолжительный писк.

Также в фильме появляются победные, жизнеутверждающие мажорные аккорды, подчеркивающие значимость определенных событий. Постепенно музыка уступает место звуковым эффектам: появляется скрип металла, скрежет рычагов подводной лодки, что создает напряженную атмосферу. Напряжение усиливается, а звуковое оформление включает реальные звуки выстрелов, падения снарядов и взрывов.

«Машина времени» (1960) – еще один ранний пример, вдохновленный литературным наследием Герберта Уэллса, который стал основателем научно-фантастического жанра. Его работы успешно адаптировались в кинематографе, и фильм «Машина времени» можно отнести к эстетике стимпанка (несмотря на отсутствие самого термина в момент выхода ленты).

История ученого из викторианской Англии, который отправляется в постапокалиптическое будущее, запрыгнув в необычную машину времени, с гротескным дизайном и латунными элементами, является ярким примером стимпанк-атрибутики.

Для фильма характерен важный момент – рубеж XIX–XX вв., исторический период, который часто встречается в стимпанке. Война с бурами упоминается как важное событие, что отражает атмосферу эпохи.

Звуковое оформление картины, включая звук полета и межвременного портала, подчеркивает технологический и фантастический аспекты путешествия во времени. Музыка играет ключевую роль в создании атмосферы напряженности и неопределенности, усиливая ощущение масштаба происходящего.

«Город потерянных детей» (1995) – фильм, который полностью воплощает стиль стимпанк, тщательно сочетая альтернативный викторианский сеттинг, эксцентричные механизмы и мрачную сюжетную линию. Одним из выдающихся аспектов фильма является работа дизайнеров, включая Жана-Поля Готье, который занимался костюмами.

Первая сцена с игрушкой, использующей тарелки, напоминает музыкальный автоматон, а затем появляются все новые заводные игрушки. В фильме повсюду вращаются шестеренки, а персонажи погружаются в сумасшествие и безумие.

Музыка сопровождает движение механизмов, создавая напряжение, а старинные элементы, такие как винтажные громкоговорители, добавляют загадочности. Лабораторные сцены с многочисленными учеными и необычными устройствами создают атмосферу технологических экспериментов и открытий. Место действия – город рубежа XIX–XX вв. – также является ключевым элементом стиля.

Важным элементом становятся образы воров и мальчишек, напоминающих персонажей из «Оливера Твиста», что соответствует духу эпохи и стимпанковской эстетике [5. Р. 19]. Одежда персонажей включает плащи, очки и шляпы с окулярами, а общий дух фильма пропитан безумием и фантастическими идеями.

Музыка как воплощение мистики, тайны, надежды и стремления – симфонический оркестр создает атмосферу глобального мира. Диссонансы и постепенное движение вниз по гамме символизируют переход от успеха к неудаче, от счастья к упадку. Гудки в порту, звуки ударов и шагов по металлу, а также писк, напоминающий работу локаторов, создают атмосферу неизведанных территорий. Резкие медные духовые и струнные инструменты звучат как сомнение, а шаги в подземелье с мощным эхом усиливают ощущение глубины и темноты.

Следующий пример – «Лига выдающихся джентльменов» (2003). Экранизация произведения Алана Мура, созданная Стивеном Норрингтоном, представляет собой пример супергеройского стимпанка. Отряд литературных персонажей XIX в. встречается с образцами инженерной мысли, характерными для рассматриваемого стиля. События фильма разворачиваются в альтернативном викторианском Лондоне, где главные роли исполняют как супергерои, так и злодеи той эпохи.

Инженерная мысль в стиле стимпанк находит свое отражение в таких устройствах, как подводная лодка «Наутилус», шестиколесный автомобиль и многочисленные гаджеты.

Фильм представляет понимание времени – 1899 г. Он касается тем войны, используемого оружия, а также мира, стоящего на пороге нового времени и более совершенных технологий.

Звуковое оформление начинается с металла, цепей, перекручивающихся железных канатов и стрельбы, создавая ощущение угрозы. Симфонический оркестр передает масштаб происходящего, величие событий. Выдвижение механизмов, скрип металла, падение железных балок, использование этих элементов в боевых сценах, пролет пули по металлу, повороты ключей и замков, подъем цепей – все эти звуки проходят через фильм, формируя динамичную звуковую картину.

Милитари-эстетика, отсылающая к дизельпанку, подчеркивает взаимодействие ученых и военных. Это вынужденное сотрудничество разных сфер деятельности, важное для сюжета стимпанк-фильмов, становится важным элементом в истории. Фраза «Быстро доехали!» и упоминание Филеаса Фогга из «Вокруг света за 80 дней» (одного из значимых произведений для понимания стимпанка) дополняют контекст, создавая связь между персонажами, событиями и духом времени. Дамы в шляпах с вуалью, мужчины в костюмах и цилиндрах пытаются победить зло и спасти мир, используя более передовые средства. Звучание громогласных медных духовых инструментов и пронзительных скрипок сопровождает кульминационные моменты, где флейта как ведущий инструмент напоминает человеческий голос, выражая эмоции и напряжение.

«Вокруг света за 80 дней» (2004): изобретения Филеаса Фогга, безусловно, отражают элементы стимпанка. Время, в котором происходит действие, подкрепляет тему стиля, а начало фильма, с полетом в облаках и приземлением в Великобритании на рубеже веков, уже создает нужную атмосферу.

Музыка, сменяющая неопределенность на ясность, усиливает ощущение непрерывного движения – бег, лихорадочные интонации деревянных духовых, а также взмывающие в воздух раскаты струнных. Как и сам сюжет, который вначале кажется невозможным, но постепенно набирает уверенность, завершаясь жизнеутверждающим аккордом. Изобретения ученого-энтузиаста, шум моторов и паровых двигателей, «рискнуть жизнью, чтобы опровергнуть законы физики» – все это свидетельствует о высоком значении науки и технологий в фильме.

Самое страшное для героев – это запрет на создание новых устройств, что и становится основным движущим фактором сюжета. Паровая турбина, ее работа сопровождается звуком выходящего пара (напоминающим искры, но с более глухим звучанием). Разнообразие звуков, таких как звонкие и глухие удары металла, стук, лязг, движение пропеллеров и колес, а также выхлоп пара из машины и кораблей на угольном ходу создают яркий звуковой портрет стиля стимпанк.

«Хранитель времени» (2011) – этот фильм наиболее целостно реализует дизайн в стилистике стимпанка, начиная от обстановки парижского вокзала и заканчивая механическими устройствами, окружающими героев-энтузиастов [11. Р. 15].

Начало фильма сопровождается звуком движущегося поезда с характерными «тю-тюх»-гудками, а также звуками шестеренок и стрелок на циферблате, создавая аудиальную аннотацию стимпанк-сюжета. Вокзал, с его лязгом колес по рельсам и стремлением к часам, становится настоящим символом времени, создавая полное ощущение стимпанковской атмосферы. Мальчик, бегущий внутри огромного часового механизма, с его шагами, ко-

торые напоминают стук по железным залам и лестницам, а также звуковыми пейзажами из работы вращающихся механизмов, дополнительно усиливают это впечатление. Выход пара из труб и продолжительное эхо в огромных пространствах вокзала и улицы создают акустический эффект, который подчеркивает масштабность происходящего.

Значение литературы также важно в фильме, ведь именно в книгах герои находят радость и приключения, стремясь уйти от реальности в мир увлекательных открытий. Упоминаются Жюль Верн и особая ценность чтения.

Интересно, что музыка настойчиво напоминает о Париже, хотя каноническая локация для стимпанка – это Лондон или собирательный образ Великобритании. Связь с Лондоном все же присутствует, ведь именно там был создан автоматон, который чинят мастера-часовщики. Ремонт механизма включает многочисленные шестеренки и звуки отсчета времени, создавая необычную звуковую картину.

Исключительный пример – жестяная нога сотрудника полиции. Каждый его шаг сопровождается аккуратным скрипом. В дальнейшем появляется другой персонаж с механическими частями тела. Автоматон становится не только маркером стиля, но и важным сюжетообразующим элементом, играя роль помощника для юных мечтателей. Его работа сопровождается звуками вращающихся шестеренок и скрипом металла.

Этот фильм – настоящая квинтэссенция деталей стимпанк-мира. Обилие шестеренок, сосредоточение вокруг циферблата создают иллюзию управления временем. Маленький мальчик, окруженный огромными рычагами и колесами, в мире, который кажется сказочным и нереальным, открывает новый, удивительный мир, где реальность становится мечтой, словно она видится через гигантский циферблат.

В фильме «Шерлок Холмс: Игра теней» (2011) действие происходит в разгар викторианской эпохи, на фоне промышленной революции, когда паровая энергия достигает своей вершины. Зрителя встречает звук печатной машинки – символ того, что грядущая война неизбежна, а звуки набора текста создают атмосферу напряжения.

Эпоха рубежа веков раскрывается через готическую архитектуру, гармонично сочетающуюся с шумом проезжающих автомобилей. Паровозные гудки и звук пара, вырывающегося из труб, становятся характерными маркерами времени и стиля.

Визуальные и звуковые элементы фильма дополняют друг друга: одежда и окружение, а также места досуга создают ощущение настоящего прошлого. Одним из интересных звуковых символов является волынка, напоминающая о Великобритании, где происходит действие. Перестрелки сопровождаются звуками вылетающих пуль, их падения на металлические поверхности, а также звуками смены патронов и трения железных частей.

«Дикий, дикий Запад» (1999) переносит зрителя в эпоху Дикого Запада, одновременно знакомя с удивительными паровыми технологиями. Здесь можно увидеть такие устройства, как блокноты с пружинным механизмом, паровые танки, велосипеды и летательные аппараты. Начало фильма задает тон всей истории, с громогласными трубами и охваченными огнем объектами, создавая атмосферу приключений и свершения справедливости.

Одним из героев является персонаж с необычным слуховым аппаратом, напоминающим граммофон. Он издает металлический звук при его гибели и изменении направления.

В фильме звучат выстрелы и звуки пуль, задевающих металлические поверхности, а также движение поезда по рельсам, которое сопровождается звуками шагов лошади, скачущей галопом, – своеобразное сочетание традиционного и инновационного. Железный конь и реальная лошадь дополняют картину.

Особое внимание стоит уделить инвалидной коляске на парковом двигателе, которая производит звук колес, катящихся по каменному полу, а также издает шум выхлопа пара. Еще одной гордостью фильма является гигантский механический паук, рассекающий пустыню. В этих сценах слышны звуки сжатия пружин, взаимодействия с различными предметами, а также продолжительный гул работы рычагов и подъемных механизмов, создающих ощущение усилия и продолжительного действия.

«Ван Хельсинг» (2004) представляет собой симбиоз литературной готики и кинематографического стимпанка, где доктор Ван Хельсинг сражается с мрачными чудовищами. Неотъемлемым элементом стимпанка в фильме является арбалет-пулемет, который использует Ван Хельсинг. Это странное сочетание старых технологий и буйства промышленной революции. В этом контексте сумасшедший ученый, работающий с электричеством в таинственной лаборатории, а также его восторженные монологи о гениальности становятся яркими маркерами стимпанк-мира.

Звуковое оформление сопровождается искрящимися приборами, раскатами грома и пламенем свечей, создающими атмосферу мистики и напряжения. Важным элементом сюжета является инновационный арбалет, который звучит при падении его деталей, при выстреле слышно сочетание движущихся элементов, создающих эффект вылетающей стрелы.

Средневековая атмосфера, пылающие костры и темные замки перемешиваются с высокими технологиями и механическими изобретениями, что делает этот фильм ярким примером стимпанковской эстетики.

«Машина времени» (2002) – еще один яркий пример использования стимпанка в кино. Красивая золотая машина времени, состоящая из шестеренок, а также викторианская обстановка, в которой развивается история главного героя, становятся ключевыми элементами стиля. Первый звук, который слышит зритель, – это звонок будильника, а первый кадр фильма показывает циферблат – символ времени и его неизбежного течения.

Главный герой, стремящийся выйти за рамки возможного и дозволенного, работает в институте прикладной механики и создает принципиально новый аппарат – машину времени. Стремление к открытию, изобретениям и научным достижениям становится неотъемлемой частью стимпанк-мира. Лаборатория, заполненная колбами и опытными образцами, а также фразы о том, что следовало бы закончить работу, стали каноничными для истории стимпанка, особенно благодаря роману Герберта Уэллса.

В фильме также присутствуют автомобили на паровых двигателях, отправляющиеся в путь, и впечатляющие механизмы, в том числе величественная машина времени. Обилие шестеренок, датчиков и рычагов в конструкции этой машины вызывает интерес не только как визуальный элемент, но и с

точки зрения звукового оформления: вращение механизмов, ускорение и бурление, повороты стрелок часов создают яркое аудиовизуальное сопровождение.

Звук, создаваемый сцеплением механизмов, поворотами ключей и движением воздуха, словно сама материя начинает взаимодействовать с механизмом, а работа машины времени наполняет фильм по-настоящему атмосферным звучанием.

В «Небесном капитане» (2004) действие разворачивается в мире стимпанка и дизельпанка, перенесенном в Нью-Йорк 1939 г., где исчезают великие ученые. С первых секунд фильм вводит зрителя в атмосферу с помощью мощного симфонического оркестра и звука дирижабля, чьи пропеллеры усиливаются порывами ветра, а внизу – город, заполненный индустриальными звуками. Сюжет о пропавших ученых, работающих на нужды Первой мировой войны, разворачивается на фоне Нью-Йорка, что усиливает ощущение угрозы.

В фильме подчеркиваются звуки работы автоматов: трение железных конструкций, тяжелые шаги, которые накладываются на звуки взрывов и самолетов. Электрические заряды и металлические скрежеты добавляют ощущение прогресса, который, однако, угрожает миру. Визуально фильм выполнен в стилистике старых пленок, с желтоватым оттенком, размытыми облаками и тенями, что создает эффект эпохи и времени.

Особое внимание уделено звуковому оформлению локации строительства ковчега. Автоматы работают над созданием космического корабля, и звуки пропеллеров и включения двигателей отражают его постепенное движение. Газеты сообщают о том, как машины захватывают заводы и выводят из строя генераторы, что служит сигналом к восстанию автоматов.

Появление Небесного капитана сопровождается ревом пропеллеров и падением металлических деталей. Радио и улавливание волн становятся важными средствами для передачи информации, необходимой для спасения от восстания машин. Наука становится ключом к выживанию, помогая людям справиться с угрозой, которую они сами же и создали.

«Хроники хищных городов» (2018) переносят зрителя в мир, где гигантские движущиеся мегаполисы поглощают маленькие города ради ресурсов. В этом будущем паровые машины и механика правят миром. С первых минут фильм создает яркий звуковой и визуальный портрет стимпанка, где паровые двигатели, клубы дыма и металлические рычаги сопровождают гигантские города, движущиеся на угле.

Звук работы этих механизмов – не просто фон, а важный элемент, который подчеркивает разрушительную силу технологий. Мегаполисы, движущиеся на паровых двигателях, производят ужасающее впечатление, когда на фоне черного дыма отрываются и падают металлические детали. Скорость этих машин и их движение сопровождаются разными звуковыми эффектами в зависимости от их поведения: от грохота при столкновении с землей до скрежета металла, когда эти машины сталкиваются друг с другом.

Каждое движение – от стремительного старта до резкого торможения – имеет свой уникальный звук, который усиливает восприятие каждой сцены. Звон колес, стук поезда, звуки взаимодействия металла и земли создают богатый акустический ландшафт, который подчеркивает важность этих объектов для мира фильма.

Таким образом, звук становится неотъемлемой частью визуальной атмосферы. Звуки работы механизмов, металлические столкновения и индустриальные шумы помогают не только создавать ощущение времени и места, но и раскрывают главную тему фильмов – взаимодействие человека и технологии, которые могут как спасать, так и уничтожать.

Заключение

Стимпанк – это поджанр научной фантастики, который включает в себя ретрофутуристические технологии и эстетику, вдохновленную промышленными паровыми машинами XIX в. Это анахроничный жанр, в котором энергия пара является основным источником технологий. Часто действие стимпанка происходит в альтернативной истории, где промышленная революция пошла по иному пути, сделав общество одновременно футуристическим и викторианским.

Стимпанк как стиль кино включает в себя элементы старинных технологий, такие как дирижабли или кареты, в сочетании с современными техническими средствами. Сочетание технологий будущего и эстетики викторианской эпохи стало увлекательной темой как для режиссеров, так и для зрителей. Стимпанк продолжает завораживать своей уникальностью, создавая мост между прошлым и будущим. Звуковое оформление играет ключевую роль в создании атмосферы, погружая зрителя в этот мир.

Звуки в стимпанк-фильмах не просто дополняют визуальные образы, но и служат важным инструментом для более глубокого восприятия мира, отражая не только технологическое прогрессирование, но и атмосферу эпохи. Звуковое сопровождение в стимпанк-кинематографе выполняет важную функцию: помогает погрузиться в другой мир, дополняет визуальную картину, делая проект более целостным и реалистичным.

Каждое движение сопровождается характерным звуком, который помогает зрителю понять материал и механизмы, из которых состоит устройство, и при этом ощущать эпоху, в которой оно существует. Детали и механизмы, каждый из которых имеет свой звук, создают полноценную звуковую картину, способствующую глубокому погружению в мир стимпанка. Стиль стимпанк стал популярным в кино, и хотя визуально он может быть каноничным, звуковое оформление часто отличается в зависимости от сюжета.

Музыка и шумы могут сочетаться, иногда с акцентом на шумовые эффекты, а порой – без них, когда на первый план выходит оркестр. Музыка может передавать динамику событий (например, движение поезда на паровом двигателе) или создавать атмосферу интенсивного производства. Быстрая мелодия с плотными аккордами и энергичным темпом олицетворяет дух авантюризма и прогресса.

Звуки также можно разделить на несколько категорий, каждая из которых отражает особенности стимпанковской эстетики. Первая категория – это шумы производства, характерные для фабрик, портов, лабораторий. Эти звуки могут включать монотонные действия (например, вращение колес, скрип цепей, бурление в котле) или более разнообразные, как, например, взаимодействие материалов в процессе работы. Вторая категория – это звуки взаимодействия объектов, например, когда человек ударяет молотком по металлу или когда детали механизмов трутся друг о друга.

В этих звуках зритель может ощутить работу механизмов и взаимодействие людей с техникой.

Стимпанк-саунд можно выделить в зависимости от жанра и сюжета фильма. Например, в историях об инновациях и приключениях, где ключевыми являются механизмы и изобретения, звуки работы этих механизмов будут преобладать. В фильмах о восстании машин или сражениях с автоматами акценты будут сделаны на звуки выстрелов, взрывов и битв. В гражданских историях на фоне могут звучать перестрелки, выстрелы из пистолетов или мушкетов, что также становится важным элементом стиля.

Звуковое оформление всегда связано с пространством, в котором происходит действие. Локации, такие как лаборатории, фабрики, улицы, порты или вокзалы, имеют свои характерные звуки. Например, в лаборатории можно услышать звуки работы ученого, быстрые шаги, бурление химических веществ, а в порту – гудки, подъем тяжелых механизмов, скрежет цепей. В мире стимпанка, где пар и механизмы – неотъемлемая часть мира, звуковое оформление играет ключевую роль в передаче атмосферы и характерных особенностей эпохи.

Таким образом, визуальный стиль стимпанк дополняется характерным звуковым оформлением, которое помогает создать полноценную атмосферу. Звуки механизма, работающего на паровом двигателе, или звук шагов на металлической поверхности становятся неотъемлемой частью мира, делая изображение более живым и погружающим в другую реальность.

Список источников

1. *Tinker T.* The Steampunk Gazette. Publication date 2012 URL: <https://archive.org/details/steampunkgazette0000tink> (accessed: 31 October 2024).
2. *Clockwork rhetoric : the language and style of steampunk.* Publication date 2014. URL: https://archive.org/details/isbn_9781496809759/page/n9/mode/2up (accessed: 31 October 2024).
3. *Скороходько Ю.С.* Стимпанк как явление современной литературы // Вестник ННГУ. 2015. № 2 (2). С. 223–229.
4. *Mann G.* Steampunk [Electronic Resource] // The Mammoth Encyclopedia of Science Fiction. London : Constable & Robinson, 2001. 608 p.
5. *Druce N.* Making steampunk jewellery. Publication date 2016. URL: <https://archive.org/details/makingsteampunkj0000druce> (accessed: 31 October 2024).
6. *Выгонская Н.С., Алексеева Е.Н.* Основные элементы стиля стимпанк в декоративно-прикладном искусстве // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 12 (1).
7. *Прокопович Л.В.* Стимпанк: трансляция стиля из научной фантастики в дизайнерскую бижутерию // SR. 2016. №1 (23). С. 38–43.
8. *Волков С.Н.* Субкультурные тенденции в эпоху информационных технологий (на примере стимпанка) // Российский гуманитарный журнал. 2020. № 2. С. 104–114.
9. *San Francisco C.* Steampunk III : steampunk revolution Publication date 2012 Topics Steampunk fiction, American Publisher : Tachyon. URL: <https://archive.org/details/steampunkiiiistea0000unse/page/n3/mode/2up> (accessed: 31 October 2024).
10. *Ламохина Н.И.* Путешествие в прошлое: техника как фактор ностальгии // Вестник СПбГИК. 2020. № 2 (43). С. 38–43.
11. *Daniels E.* (Daniels-Henderson). Writing steampunk. Publication date 2011. URL: <https://archive.org/details/writingsteampunk0000dani/page/6/mode/2up> (accessed: 31 October 2024).

References

1. Tinker, T. (2012) *The Steampunk Gazette*. [Online] Available from: <https://archive.org/details/steampunkgazette0000tink> (Accessed: 31st October 2024).

2. Anon. (2014) *Clockwork rhetoric: the language and style of steampunk*. [Online] Available from: https://archive.org/details/isbn_9781496809759/page/n9/mode/2up (Accessed: 31st October 2024).

3 Skorokhodko, Yu.S. (2015) *Stimпанк как явление современной литературы* [Steampunk as a phenomenon of modern literature]. *Vestnik NNGU*. 2(2). pp. 223–229.

4 Mann, G. (2001) Steampunk. In: *The Mammoth Encyclopedia of Science Fiction*. London: Constable & Robinson.

5 Druce, N. (2016) *Making steampunk jewellery*. [Online] Available from: <https://archive.org/details/makingsteampunkj0000druc> (Accessed: 31st October 2024).

6 Vygonskaya, N.S. & Alekseeva, E.N. (2019) *Osnovnye elementy stilya stimпанк v dekorativno-prikladnom iskusstve* [The main elements of the steampunk style in decorative and applied arts]. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk*. 12(1).

7 Prokopovich, L.V. (2016) *Stimпанк: translyatsiya stilya iz nauchnoy fantastiki v dizaynerskuyu bizhuteriyu* [Steampunk: translation of style from science fiction to designer jewelry]. *SR*. 1(23). pp. 38–43.

8 Volkov, S.N. (2020) *Subkul'turnye tendentsii v epokhu informatsionnykh tekhnologiy (na primere stimпанка)* [Subcultural trends in the era of information technology (on the example of steampunk)]. *Rossiyskiy gumanitarnyy zhurnal*. 2. pp. 104–114.

9 San Francisco, C. (2012) *Steampunk III: steampunk revolution*. [Online] Available from: <https://archive.org/details/steampunkiiiitea0000unse/page/n3/mode/2up> (Accessed: 31st October 2024).

10 Lamokhina, N.I. (2020) *Puteshestvie v proshloe: tekhnika kak faktor nostalgii* [Journey into the past: Technology as a factor of nostalgia]. *Vestnik SPbGIK*. 2(43). pp. 38–43.

11 Daniels, E. (Daniels-Henderson). (2011) *Writing steampunk*. [Online] Available from: <https://archive.org/details/writingsteampunk0000dani/page/6/mode/2up> (Accessed: 31st October 2024).

Сведения об авторе:

Столбова П.А. – преподаватель факультета аудиовизуальных искусств Российского государственного института сценических искусств (Санкт-Петербург, Россия).
E-mail: stolbova.2001@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Stolbova P.A. – lecturer at of the Faculty of Audiovisual Arts of the Russian State Institute of Performing Arts (St. Petersburg, Russia). E-mail: stolbova.2001@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 02.11.2024;
одобрена после рецензирования 04.12.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 02.11.2024;
approved after reviewing 04.12.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 7.011

doi: 10.17223/22220836/58/11

ФИЛЬМ «НЕЧАЯННО» РЕЖИССЕРА ЖОРЫ КРЫЖОВНИКОВА КАК ФЕНОМЕН ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ: ОПЫТ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Юрий Валентинович Фёдоров

*Крымский университет культуры, искусств и туризма,
Симферополь, Россия, fedorov_juriy@mail.ru*

Аннотация. Исследование призвано определить причину деидеологизации фильма «Нечаянно» через взаимосвязь объективных исторических условий и субъективного фактора. Проанализированы: аксиологический базис киноконструкта, дуальность его художественной презентации, идейно-тематическая амбивалентность, смысловые инверсии и спорные этические установки, созданные в контексте постмодернистской чувствительности. В статье поднимаются вопросы этического осмысления Художником проблемных реалий современного социума.

Ключевые слова: киноконструкт, постмодернистская чувствительность, этическое осмысление, культурные концепты, духовность, аксиологический базис

Для цитирования: Фёдоров Ю.В. Фильм «Нечаянно» режиссера Жоры Крыжовникова как феномен постмодернистской чувствительности: опыт культурологического анализа // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 122–138. doi: 10.17223/22220836/58/11

Original article

THE FILM “ACCIDENTALLY” DIRECTED BY ZHORA KRYZHOVNIKOV AS A PHENOMEN OF POSTMODERN SENSITIVITY: THE EXPERIENS OF CULTURAL ANALYSIS

Yuri V. Fedorov

*Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol, Russian Federation, fedorov_juriy@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to a cultural study of the short film “Accidentally” directed by Zhora Kryzhovnikov (A. Pershina) (2014). Using the chosen analysis, the author focuses on the contradictory axiological basis of this film, establishes the duality of its artistic presentation, semantic inversions and controversial ethical attitudes created in the context of a specific form of worldview – postmodern sensitivity.

The relevance of the research lies in the rapidly increasing Western European poststructuralist conceptualization of cultural concepts, artistic images, and the adaptation of the main postulates of late modernity by a specific domestic film product. The director's postmodern pluralism and worldview relativism, which has become the main ethical and artistic basis of the film, artfully blurs the established concept of spirituality with its attributes, modes and a number of key categories of the human spiritual world.

The author of the article discovers controversial ethical zones of postmodern dehumanization (with its inherent value ambivalence), and then invites the reader to determine their cause through the interrelation of objective conditions and a subjective factor. When the basic

moral and ethical (axiological) criteria of a work of art are completely or partially leveled by the Author or veiled by the trends of postmodern mass culture, anxiety inevitably arises about the spiritual health of the society consuming such cultural products.

The article raises topical issues of postmodern reflection related to the Artist's ethical understanding of the problematic realities of modern society and their conceptual cinematic embodiment. Speaking about the variability of the creative idea of the film "Accidentally", the author outlines potentially possible ways to overcome dangerous zones of postmodern sensitivity associated with total absurdity, moral zeroing and a sense of social catastrophism. The article focuses on the role of the Director not only in the local film sphere, but also in the wide socio-cultural space of Russia, especially in difficult times for it.

Keywords: film structure, postmodern sensitivity, ethical understanding, cultural concepts, spirituality, axiological basis

For citation: Fedorov, Yu.V. (2025) The film "Accidentally" directed by Zhora Kryzhovnikov as a phenomenon of postmodern sensitivity: the experience of cultural analysis. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 122–138. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/11

В настоящее время отечественные философы, культурологи и искусствоведы фиксируют стремительно нарастающее западноевропейское постструктуралистское обесмысливание культурообразующих концептов и образов, тотальный плюрализм и мировоззренческий релятивизм, создающий иллюзию парадоксального отсутствия болезненных процессов в культуре и социуме. Постмодернистские этико-эстетические концепции, включая литературно-драматургический (сценарный) деконструктивизм, адаптируемый отечественными режиссерско-постановочными киноэкспериментами начала XXI в. нуждаются сегодня в более критическом подходе и расширенном культурологическом инструментарии.

Предлагаемое исследование имеет целью выявить характер и сущность кинопродукта, относящегося к постмодернистским экспериментам начала XXI в., и его роль в эволюционном процессе развития российской культуры. Автор определяет причину деидеологизации фильма «Нечаянно» режиссера Жоры Крыжовникова (А. Першина) (2014) через взаимосвязь объективных исторических условий и субъективного фактора. Проанализирована природа аксиологического базиса данного киноконструкта, установлена дуальность его художественной презентации, выявлена идейно-тематическая амбивалентность, установлены смысловые инверсии и спорные этические установки, созданные в контексте постмодернистской чувствительности. Охарактеризовано стилистическое и жанровое построение сценарного материала и реализация замысла режиссером-постановщиком, оператором и актерами.

Основные задачи работы включают комплексный анализ данной кинонаррации с обнаружением зон постмодернистской дегуманизации, определение их причин как результата сложной взаимозависимости социокультурной парадигмы того исторического периода и индивидуальной (режиссерской) трансфузии художественного отражения.

Основу методологии исследования составили теоретико-ценностный подход, сравнительно-исторический, системный и комплексный методы, позволяющие выявить специфику кинематографического процесса исследуемого периода и определить вклад конкретного режиссера в развитие российского кинематографа и отечественной культуры в целом.

В статье поднимаются актуальные вопросы постмодернистской рефлексии, связанные с этическим осмыслением Художника проблемных реалий современного социума.

Сегодня, когда безудержно размываются базовые критерии подлинного искусства, независимые эксперты фиксируют новые формы псевдотворческих мутаций и изощренных способов презентации реальности, названных «кластеризацией», «комбинаторикой симуляций», «клипизацией мышления» [1]. Способ, благодаря которому второсортность эклектики превращается в норму и мейнстрим, П. Вирильо назвал «пикнолепсией» с провалами сознания, «абсансами» [2].

Чужеродная социокультурная парадигма возобладали в нашей стране после крушения СССР. Персистентное состояние культуры сменилось мощными этико-художественными трансмутациями с ориентацией на сверхпотребление, антигуманизм, ликвидацию семейных ценностей и т.д. [3]. С этого момента зоны морально-нравственных рисков в общественном пространстве стремительно росли, а духовные демаркационные границы катастрофически стирались. По утверждению Э.В. Барковой, «сарказм без берегов» утвердился доминирующей эстетической категорией [4], а по убеждению профессора А.Д. Шоркина институциональный лик искусства радикально деформировался, культура стала «ауратической» и «находится на пороге эпилептических конвульсий, кризиса, катастрофы и гибели» [1. С. 4]. Социально-культурная турбулентность, усиливаемая негативными тенденциями глобализованного мира, помноженная на модные постулаты постмодернизма и деструктивные тренды массовой культуры, стала активно менять сознание молодых людей. Ученые, исследовавшие эти болезненные процессы, подчеркивали: «Искусство, литература и кино изображают какое-то вселенское нечто, к которому прежние измерения разума и культуры неприменимы» [5. С. 142].

Отечественная культурологическая рефлексия кинематографического постмодерна

Полноценный научный дискурс западноевропейского кинематографического постмодерна в нашей стране в начале нулевых заметно ослаб, хотя постулаты позднего модерна будоражили умы обеспокоенных киноведов и культурологов. Расколота на невнятные кластеры постсоветская реальность приводила к расфокусировке научно-исследовательского взгляда. Парадоксальный синтез психоэмоциональной нестабильности общества, социальной апатии и агрессивности на наших глазах переплавлялся в деструктивные театральные-кинематографические концепты и болезненные образы постмодернистского толка [6].

Уже в первом десятилетии XXI в. проблема роли кинематографического дискурса в мыслительной культуре приобрела особую актуальность. В условиях вестернизации нашей культуры предполагалось обострение потребности в четких критериях меры и нормы, прекрасного и безобразного, ясного понимания морально-нравственных аспектов любого художественного произведения независимо от вида и жанра [7]. В киноведении обозначился интерес к понятиям «девиантной» и «нормальной» личности, нравственной демаркации в киноискусстве, эстетическим мутациям и эсхатологическим настроениям. При этом в кинорежиссуре происходило активное переосмысление прошлых

изобразительных традиций, повествовательных моделей, устоявшихся жанровых конвенций и т.д. Установился тренд на смысловую полифонию, эстетизацию смерти, постмодернистскую тягу к отсылкам и цитатам, феноменологию ужаса, художественное осмысление демонологии, запредельных форм мистицизма и т.п. [8]. К сожалению, духовно-экологический контекст оказался слабо востребован киноэкспертами и отечественной киноиндустрией.

Комплекс исследований предшественников, занимавшихся изучением различных аспектов проблемы культурного кризиса и противоречивого художественного отражения, достаточно широк. Сюда входят и фундаментальные философско-культурологические труды Ф.В. Лазарева [5] и А.Д. Шоркина [1], глубочайшие исследования по философии культуры и современной западной философии П.С. Гуревич [9], генетико-антропологические исследования В.А. Кордюма [10] и А.В. Маркова [11], психологические изыскания в поле интерсубъективных ситуаций и проблемы демаркации здоровой и нездоровой творческой личности В.М. Розина [12], монографии о клинической психологии, по психоанализу, статьи о трансперсональной психологии, о механизмах защиты и личностных расстройствах, рассматриваемых через призму художественного дискурса, В.П. Руднева [13] и И.Н. Давыдовой [14], научные статьи по проблеме культурных девиаций П.Г. Мартысюка [15] и т.д.

Уже к концу первого десятилетия XXI в. мировое киноискусство оказалось крайне перенасыщенным сомнительными интенциями авторов и негативными проявлениями человеческой природы. «Насильственная смерть, злоба, агрессия, целый спектр фрустраций, деприваций, эгодистонности, промискуитета и прочих проявлений психозмоциональной природы героев, часто включая девиации самих творцов, искусно эстетизировались нюусмейкерами, режиссерами, сценаристами и упаковывались в привлекательные тренды массовой культуры» [6. С. 106]. Другими словами, опозтизированное насилие, героизированное зло и низменные человеческие страсти в привлекательных постмодернистских одеждах стали приносить западной киноиндустрии сверхприбыль.

Обращение к темным сторонам личности (в нулевые годы) ознаменовало новый интерес отечественного кинозрителя к хоррору, к таким поджанрам итальянских и американских фильмов ужасов, как слэшер, нуар, джалло и т.д. Эти тенденции молодого и экспериментального кинематографа были зафиксированы экспертами, но, не получив серьезную научно-аргументированную диагностику, не перешли в область культурологического анализа и уж тем более – мультидисциплинарных исследований.

Теперь обратимся к категории короткометражного отечественного кино, представляющего полноценный объект научного осмысления. Достойные премьеры с широким прокатом и заслуженным успехом нам, как правило, известны, а вот короткий метр с его различными аспектами художественности и специфической иерархией ценностей как-то ускользает из фокуса культурологической аналитики. В условиях дефицита подобных исследований российского короткого метра предлагаемая нами работа весьма актуальна, так как в современном культурном поле сомнительные рейтинги и сборы с успехом подменили процессы экспертизы и профессионального признания.

Наше внимание привлек отечественный фильм «Нечаянно» (2014) [16]. Автор сценария и режиссер-постановщик – Жора Крыжовников (А. Першин) –

создатель таких короткометражных фильмов, как «Счастливая покупка», «Проклятие», «Звоните ДиКаприо», полнометражных комедий «Горько», «Горько-2», сериала «Слово пацана» и т.д. Известное имя режиссера (со своей аудиторией и успешной карьерой) не должно лишить нас права на культурологический анализ его кинопродукта.

После успеха на кинофестивале «Кинотавр» (2014) и спокойного десятилетнего существования в интернете к фильму «Нечаянно» возник неожиданный интерес после трагических событий в Крокус Сити Холле (22.03.24). О нем заговорили в новом социальном контексте. Тема хладнокровных убийств и цены человеческой жизни, представленная в картине, сегодня широко обсуждается в студенческих кругах, на интернет-форумах и дискуссионных площадках. Феномен неожиданного интереса к этой ленте и явился импульсом для написания данной статьи.

Картина «Нечаянно» представляет собой 20-минутную историю, где все события происходят с одной семьей и в одной квартире. Сюжет предельно прост. В Новогоднюю ночь некий Коля заходит к пожилой соседке за солью и «нечаянно» наносит ей смертельный удар по голове молотком для мяса. Дальше его жена Катя, брат, мать и отец в квартире убитой, сидя за ее праздничным столом, обсуждают разные варианты утилизации тела. Затем все семейство хладнокровно убивает и ее сына – Юру, пришедшего отпраздновать Новый год с матерью. Теперь в квартире уже два трупа, но звучат новогодние куранты, и дружное семейство чокается шампанским, поздравляет друг друга и желает всем здоровья и счастья. После этого они решают сжечь квартиру и, заметая следы, уезжают на дачу. По дороге Коля еще сбивает пешехода Тимати, а папа прячет сбитого в багажник, чтобы затем сбросить с моста. Все снова садятся в машину и, смеясь, продолжают путь...

Теоретико-методологическое (культурологическое) основание исследования

Сказать, что фильм жесткий – ничего не сказать. Не будем вспоминать и ненавистное определение из 1980-х – «чернуха». Наша отечественная классика полна «невеселых» произведений. «На дне» А.М. Горького, «Власть тьмы» Л.Н. Толстого, «Мужики», «Старый дом», «Кошмар», «В овраге», «Спать хочется» А.П. Чехова вряд ли можно назвать «бодрящей» литературой. Да и произведения Г. Лавкрафта, Э. По, Б. Стокера, Д. Фаулза, Д. Симмонса, С. Кинга и других представителей западной литературы не призваны веселить читателя.

Кинокартина – дискуссионная и противоречивая – представляет любопытное культурное явление, которое для полноты и корректности наших выводов будет подвергнуто комплексному анализу. Первым используем общий режиссерский анализ с базовыми художественно-структурными элементами, применяемыми в театральном и кинематографическом искусстве.

Из множества методов культурологического анализа мы выберем культурантропологический и частично культурфилософский. Разумеется, у каждого из отмеченных подходов есть своя специфика, свой предмет анализа, свое «поле», которого и будем придерживаться, выделять и фиксировать. Особый интерес для нас будет представлять ряд культурных феноменов, так или иначе представленных (отраженных) в содержательной части фильма:

система ценностей, смыслов, традиций, норм, духовных ориентаций, форм отражения объективного мира и т.д. Говоря об отношении персонажей к миру, об их ценностном сознании и ценностном действии, нам придется обратиться и к аксиологическому анализу. Заметим также, что постструктуралистская природа исследуемого кинофеномена слабо поддается рационально-логическому и системному анализу, и потому нам не избежать и постмодернистского терминологического инструментария.

И вот наши предварительные результаты. В данном коротком метре необходимые для любого художественного произведения смыслообразующие компоненты, такие как ясная тема и идея, четкая сверхзадача, читаемая проблематика, система образов с определенной логикой существования и т.д., присутствуют формально, обозначены условно в контексте сюрреализма и постмодернистских постулатов.

Сюжетно-фабульная основа фильма представляет собой типичное для триллеров и фильмов ужасов сценарное построение. Стержневое абсурдистское наполнение вполне вписывается в природу жанра хоррор. Сюрреалистичное повествование (лишенное психологического обоснования экстраординарного поведения персонажей и их морально-нравственного содержания) давно утвердилось незыблемым постмодернистским условием для «полноценного» экранного ужаса.

Как известно, абсурд является определенным типом отношения к действительности, который эстетически осмысливается, иными словами, конституируется сознанием. Абсурд – это антропологический феномен: его в мире нет, но ему может соответствовать хаос, отсутствие видимых причинно-следственных связей. В данном случае сценарист-режиссер как проводник и инициатор абсурда преследует определенную художественную цель, и по конечному результату мы можем судить о тактике используемого бенефициаром абсурда. Если абсурдистское начало используется автором в целях исключительно запугивания, поражения и ошеломления, то динамика развития вскрывает его агрессивную природу. Когда абсурдистское построение носит откровенно разрушительный характер для зрительской, тщательно выстраиваемой и оберегаемой рациональности, то это требует дополнительного анализа природы используемого абсурда. (К этому вернемся чуть позже.)

Сюжетно-повествовательная канва шокирующе нереальна, иррациональна, как и требуется в литературных произведениях западного авангардизма. Другими словами, сценарная основа фильма представляет собой постмодернистскую концепцию нарратива с присущим ему «полемическим характером» как результатом наложения двух программ: субъекта и антисубъекта. Так автор избегает однозначности и уходит от бремени ответственности за свое повествование, которое должно стать самодостаточным, не имеющим никаких отношений с кем-либо за пределами своей сферы. Автор сценария переносит акцент своих художественных интересов с проблемы «произведения» как некоего целого, обладающего устойчивой структурой, на подвижность текста как процесса «структуриации». Прослеживая пути смыслообразования в деконструктивистском дискурсе, академик И.П. Ильин, цитируя Р. Барта, пишет: «Мы не ставим перед собой задачи найти единственный смысл, ни даже один из возможных смыслов текста... Наша цель – помыслить, вообразить, пережить множественность

текста, открытость процесса означивания. (...) Мы хотим увидеть, как текст взрывается и рассеивается в межтекстовом пространстве» [17. С. 288]. Таким образом, к сценаристу Ж. Крыжовникову, предлагающему зрителю всего лишь ощущение «открытости процесса означивания», не стоит предъявлять особые претензии.

Событийный ряд киноистории максимально спрессован, утрирован и однотипен: 1) убийство соседки, 2) коллективное убийство ее сына, 3) дорожное преступление, т.е. сбитый семьей убийц пешеход-Тимати. Причем степень значимости событий идет по нисходящей. Если преступление Коли имеет хоть какой-то психоэмоциональный шлейф, так как обсуждается семейным кругом, то молчаливое коллективное убийство Юры уже не вызывает ни у кого ни рассудочной, ни чувственной рефлексии, а наезд на Тимати воспринимается с откровенным смехом. Такая событийная цепочка (с затухающим психоэмоциональным наполнением) возможна лишь в контексте заданного сюрреалистического повествования.

Теперь – характеристика образов. Зрителю предложен типичный для постмодернистских произведений жирный оммаж к роману Ф.М. Достоевского, в котором герой также убивает старушку ударом по голове. Однако есть огромная разница между актерами этих историй. В отличие от Родиона Раскольников Коля не ощущает никаких угрызений совести. Тут рефлексия поступка полностью отсутствует. Для него это убийство рефлекторное, случайное. Пришедшие в гости родственники тоже не испытывают потрясения от убийства соседки. Катя и ее брат называют Колю дебилом и этим как бы все сказано. Для режиссера не имеет значения мотив преступления, для него важны общий настрой в семье и психологическая атмосфера после совершенных преступлений. Он усаживает семью убийц за чужой праздничный стол. Они едят, пьют, спокойно смотрят по ТВ новогоднюю программу, обсуждают седину Валерия Меладзе, ориентацию и карьеру Димы Билана и т.п.

Но возможна ли столь сходная реакция всех членов семьи на убийство и дальнейшее их однотипное поведение? Ведь именно индивидуальность психики как совокупность особенностей личности должна отличать людей друг от друга. В реальной жизни – да, но в данной драматургической конструкции режиссеру не интересен человек, с рождения обладающий уникальным набором физических и психических характеристик. Он намеренно отключает режим отчетливой презентации психологических качеств персонажей. Режиссер не об этом.

Принцип обнуления культурных концептов

В своей художественной презентации постановщик сознательно избегает любого смыслового пространства концепта «культурная идентичность» и уходит от его сущностных характеристик, так как самоосознающий субъект, способный осмыслить мир в параметрах Я, в заданном кинопостроении ему не нужен. Он фиксирует внимание на безграничной свободе личности, отсутствии острого восприятия «иного». Но именно это иллюстрирует крайне сложную ситуацию с самоопределением человека в посткультуре.

Тут необходимо отметить, что идеи смерти автора и смерти субъекта, ставшие мировоззренческими установками постмодернизма, сказались на

принципах изображения и понимания человеческой природы в современной культуре. Это частично проявилось в полной деструкции персонажа как психологически и социально детерминированного характера. Что мы и наблюдаем в исследуемом киноконструкте. Сложный комплекс рациональных установок и эмоциональных переживаний заменен симулякрами, ситуативными репрезентациями и масками, типичными для постмодернистского дискурса. Так автор отсылает нас к нарастающему кризису культуры, субъектности, кризису психофизической целостности и личности.

Режиссерское внимание сосредоточено на объединяющей семью кровожадности, запредельном хладнокровии, цинизме и бездушии. Постановщик сознательно выстраивает «обычный» порядок вещей в «обычной» семье, где преступления таковыми не считаются, а смерть – досадная оплошность. Так режиссером формируется картина новых (постчеловеческих) семейных (социальных) отношений, которую он интерпретирует терминами феноменологии ужаса. Мотивации и скрытые выгоды героев тут отсутствуют и многомерные конstellляции, используемые уже в новом жанре – постхорроре, в данной ткани фильма не просматриваются.

Заметим, что сознание человека – это форма отражения объективной реальности, органичное единство многочисленных психических процессов, участвующих в осмыслении объективного мира и своего собственного бытия. Психические реакции относятся к самой сложной форме отражения, так как включают процессы систематизации, обобщения, осмысления ощущений, имеют мотивационно-ценностный характер и т.д. У наших персонажей сознание проступает лишь в форме поиска выхода из опасной для них ситуации. Следовательно, для визуального ряда фильма с доминирующими актами насилия урезанное и специфическое проявление сознания героев вполне приемлемо в логике абсурда.

Теперь о режиссуре фильма, понимаемой как художественно-философское осмысление сценарного материала и методологии реализации концептуального замысла постановщика в своих многочисленных аспектах. Если бы для анализа использовался метод критического реализма, можно было бы сказать, что обедненной смыслами, обстоятельствами и характерами драматургической руде сценариста не удалось переплавиться в художественную образность и утонченную метафористику режиссера. Из многовекторной деятельности на съемочной площадке режиссура в основном свелась к работе с актерами по воплощению сценарной наррации, освобожденной от сочувствия, но с устойчивой суггестией страха и обреченности. Однако мы говорим о концепте постмодернистской чувствительности, следовательно, добиться от зрителя некритического восприятия своих убеждений и установок было для режиссера первостепенной задачей.

Если же он хотел погрузить реципиентов в глубокий транс с устойчивым алармистическим ожиданием, то с этой задачей, судя по зрительским отзывам, постановщик не справился. Заметим, что среди устрашающих мотивов, тем, образов и психотехнологий, используемых литературой ужаса, невостребованным Жорой Крыжовниковым оказался целый спектр возможностей. Тут и бестиарий отвратительных форм жизни, физические и психосексуальные перверсии героев, почти обязательные юнгианские и фрейдистские мотивы, отвращающая телесность, безропотное смирение, темы заточения и

погребения заживо, всеобъемлющая зрительская резиньция, переживания ужаса как сверхчеловеческой, супремативной силы и т.д. Так что о всеобъемлющей символике, непременно узнаваемой эстетике и максимально насыщенной поэтике фильма «Нечаянно» с причудливым сочетанием обязательных постмодернистских компонентов ужаса речь не идет. Автор в выборе художественных средств предельно лаконичен и не взыскателен.

Очевиден и операторский крайний минимализм. В палитре операторских возможностей и апробированных практик отсутствуют завораживающие локации, важные смысловые укрупнения, наплывы, сложные ракурсы, наложения, комбинированные съемки, парадоксальные световые и колористические решения, неожиданные контрапункты, двойная экспозиция, флэшбэки и т.д. Доминирует фронтальная мизансцена сидящей у телевизора семьи. (Именно он, по мысли режиссера, является главным генератором социокультурного зомбирования людей.) С этого ракурса снимается и сцена группового убийства Юры. К этому же телевизору через пару минут возвращаются довольные собой и жизнью люди-зомби. В непредсказуемом съемочном процессе оператор иногда становится лидером, предлагая режиссеру парадоксальные и исключительно выигрышные варианты работы камеры. Но в данной работе виден союз оператора и режиссера, их активный отход от излишней художественности и акцент на стилистике почти документального кино.

В картине присутствует интересный актерский потенциал: Т. Трибунцев, Ю. Александрова, Ю. Кузнецов, Н. Потапова, А. Паль, Г. Стаханова и С. Лавыгин. Но актерские работы можно назвать «ансамблевой невыразительностью», так как играть артистам практически нечего. При вопиющих предлагаемых обстоятельствах у персонажей отсутствуют пронзительные монологи, захватывающие диалоги и зоны обоснованного молчания. Нет глубокого психологического прожития, сложных пристроек, впечатляющих оценок и прочих актерских удач. Заметно, что была режиссерская установка «ничего не играть», а существовать в кадре максимально индифферентно, так как безэмоциональное существование героев воспринимается трагичнее в «банальной истории» «обычных людей» в «безнадежной стране»...

Как и требуется в подобной форме художественной презентации, жанр картины размыт и эклектичен. Это логично вытекает из сценарной идейно-тематической энтропии, содержащей элементы провокационности и абсурдности. Зато подобная художественная деструкция и маргинальность эклектики вполне вписывается в выбранный постструктуралистский контекст. У режиссера получилось нечто среднее между хичкоковскими страшилками, социальной сатирой, хоррором и черной комедией. Заметим, что одними из основных понятий постмодернизма является «пародийный модус повествования» и «пастиж» как редуцированная форма пародии. Жанровая невнятность, идущая под руку с симпатией к жестокости, экстриму и абсурдности, также является специфической формой «корректирующей иронии» (по отношению ко всем проявлениям жизни), а это один из главных признаков постмодернизма [17].

Природа основных художественных модусов фильма частично отсылает нас к феномену «Новой драмы» рубежа XX–XXI вв., характеризующему отказом от прежних представлений о драматургии и режиссуре. Эта специфиче-

ская драматургия, испытывающая влияние не только западной драматургии, но и ТВ, и интернета, демонстрировала предельные формы жестокости и представляла жизнь постсоветского общества исключительно со стороны недостатков, грубости, бедности, внутреннего уродства и тотальной фальши. Именно в ней наметился поиск отрицательной эстетики, непредметного потока сознания и абсурдных смысловых конфигураций [9].

Однако тренд постмодернистских киноэкспериментов касался и десакрализации смерти, эстетизации зла и порока, поэтизации греха и т.д. Режиссерский поиск включал и осмысление постструктуралистских теорий как концептуальной основы постмодернистской чувствительности, куда входили изощренные культурные детерминации, новые визуальные послылы, диффузия больших стилей, эклектичное смешение художественных языков, спорная эстетическая модальность, дефрагментация, жанровая размытость, интертекстуальность и т.д. [8].

Логика выбранного анализа приводит нас к определению сверхзадачи фильма, ведь режиссер, даже исповедующий идею смерти автора (ставшую топосом постструктуралистской и деконструктивистской мысли), движим желанием сказать что-то важное своим зрителям-соотечественникам. Ценностный базис любого фильма кроется в его идейно-тематическом послыле, проблематике, в совершаемых поступках и их комплексном осмыслении героями и зрителями. Однако действия персонажей нашей ленты основаны на бесчеловечности. Следовательно, аксиологическая основа фильма (при всей своей завуалированности) базируется на концепте человеческой агрессивности, бездушии и отсутствии нравственного начала. Этот смысловой импульс о произошедшем расчеловечивании и тотальном обнулении ценностных критериев современного общества в сценарно-режиссерском интертексте очевиден, хотя постановщик драпирует его в одежды черного юмора и постмодернистской иронии.

Вспомним, что уже к середине XX в. у исследователей культуры позднего модерна серьезную озабоченность вызывала симптоматика, в которой откровенно угадывалась тенденция к утрате благородства и к насаждению «упоения и дикости» (К. Ясперс). Новое сознание не способствовало сохранению традиций и соблюдению базовых этических норм, нравственных идеалов и ценностей. Еще А.Н. Бердяев проницательно заметил: «Происходит нравственный регресс, обнаруживаются все новые и новые формы человеческой звериности, и в формах более утонченных и отвратительных» [19. С. 285].

Как известно, немотивированное насилие – это чистый сюрреализм. (Сюрреалисты во главе с Андре Бретоном заявляли, что самый сюрреалистический акт из всех возможных – стрельба по уличной толпе.) Таким образом, бессмысленность убийства становится ключевым моментом в художественных поисках «обреченности бытия человека». Автор уводит зрителя от поисков ответа на запрос об этическом содержании человека и социума. Огромный пласт возможных морально-нравственных оценок: переживаний, угрызений совести, внутренних терзаний – на экране полностью отсутствует. Героям-убийцам задан абсолютно неприемлемый с точки зрения общественной психологии вектор поведения [20]. На клиническом бездушии всех участников страшных актов насилия и строится идея фильма. Это и есть до-

минирующий посыл, вписанный автором в сверхзадачу картины. Зритель не принимает такого художественного допущения, так как видит на экране не уголовников, не невменяемых маньяков с признаками морального уродства, а обычных людей. Но режиссер настаивает: запретельное зверство живет рядом с нами, находясь в человеческом обличье. Совершенно осознанно страшная история из плоскости экстраординарных преступлений (криминала), совершенных психопатическими личностями, переводится даже не в область социально-философской проблемы, а в сферу «эпического осмысления российского преступного бытия». Причем вуалируется жанром черной комедии-анекдота и трэша. Достаточно трудно интерпретировать эту авторскую идею иначе.

Согласимся, что такой сомнительный социальный жест художника, осуществленный в публичном пространстве культуры, заслуживает особого внимания. Веселой песней «Мечтатели» автор финалит историю преступлений семьи. (Его позиция предельно ясна.)

Варибельность режиссерско-постановочного замысла

Думается, что при достаточной режиссерской свободе (освобожденной от цензуры), даже включая систему самоограничений, любой творческий замысел потенциально вариативен. Данный кинотекст мог бы обрести приемлемую сверхзадачу и желаемый смысловой вектор, если бы его создатель, отказавшись от постмодернистской эстетики, реализовал свой замысел в апробированной кинематографической лексике (метафористике), скажем, в стилистике фильма-аллегии или фильма-предупреждения. Иными словами, автор мог бы иносказательно выразить идею о неминуемой тотальной деградации общества, когда в нем обнулено морально-нравственное содержание. Если в обществе исчезают фундаментальные человеческие ценности, включая духовно-этическое начало, оно обречено на вырождение.

Такой посыл более чем актуален. Что будет делать человек, убивший в контексте гипертрофированной бездушности общества (не обязательно российского)? Художественное исследование этого допущения вполне правомерно. Но тогда режиссер обязан дать зрителю некие опознавательные художественные маркеры, атрибуты, помочь ему понять свой замысел, снабдить кинематографический конструкт соответствующими внятыми вербально-визуальными и смысловыми паттернами, создать неповторимую и уникальную схему-образ, благодаря которой в режиме одновременности восприятия и мышления выявляются закономерности, существующие в большом обществе.

Однако постановщик проигнорировал такой художественный метод реализации замысла и осуществил свой концепт почти документальной (бытовой) зарисовки «нашей жизни», по сути, эмигрировав в область проблемных зон постмодернистской чувствительности и дегуманизации. Но даже в постмодернистской практике есть метанарративный дискурс, обеспечивающий функцию комментария повествователя о своем дискурсе. Этим целям служат описательный и оценочный дискурсы с эпитетами, сравнениями, при помощи которых нарратор дает свою оценку рассказываемой им истории и ее участникам. Но автор отказался и от такой возможности.

Однажды режиссер-драматург В. Сигарев, тоже выставяющий Россию не в самом приглядном виде, назвал свой обедненный ценностными смыслами фильм «Страна ОЗ» «занимательной этологией». Думается, что и постановщик Ж. Крыжовников видит себя этологом и предлагает свою версию кинематографического исследования «генетически обусловленного» поведения российских граждан.

Сцена коллективного убийства Юры неожиданно трансформируется из стилистики документального повествования в художественно-эпическое обобщение. Когда на жертву набрасывается уже вся семья, то преступление обретает черты глобальной социальной катастрофы. Режиссер говорит о «нравственном обнулении страны», мол, все происходящее с членами этой семьи не частный случай, не какой-то психологический казус, а типичная картина (слепок) нашей сюрреалистической жизни. Постановщик откровенно указывает на Россию, и не случайно использует новогоднее обращение к народу президента страны. Звучит его фраза: «Пусть рождаются дети! Пусть в каждом доме царит радость и счастье!», и на фоне этого текста происходит групповое убийство. Подобный смысловой контрапункт еще сильнее подчеркивает весь катастрофизм происходящего. Сквозь постмодернистскую дегидеологизацию отчетливо угадывается намек на национально-народный масштаб и роковую предопределенность.

Это внешний дискурс повествования. (Но есть еще внутренний дискурс, который мог бы транспонироваться в косвенную или несобственно-прямую речь, скажем, с внутренними монологами, предлагающими зрителю необходимый сегмент ориентации.) Но и такой потенциал остается невостребованным.

В способе существования и бытовых оценках персонажей картины просматривается конкретное человеческое содержание при полном отсутствии духовного и морально-нравственного наполнения. Герои, как стая хищников, набрасываются на жертву, а убив, садятся за стол и мирно беседуют. Катя просит решить проблему с трупами быстрее, так как ей завтра рано на работу. Убить, насытиться и спрятаться – всецело животные инстинкты, и вдруг работа, обычное общение, просмотр ТВ и моменты узнаваемой социализации. Зритель постоянно теряется, так как его лишают этических ориентиров, за которыми любые художественные концепты обесмысливаются. Согласимся, что установки «посмотрите на себя» и «представьте себе» принципиально разнятся, но постановщик настаивает именно на первой. Режиссер создает кинематографический постмодернистский континуум, черную дыру, в которой уничтожается все человеческое. Следовательно, рефлексии касательно нравственного императива, свойствах славянской души, традиционном православном милосердии, сострадании, понятии греха и прочих христианских заповедях в принципе неуместны...

Не случайно «Кинопоиск» [21] предлагает ряд критичных отзывов на фильм, в которых (помимо прочего) анализируется желание постановщика пересмотреть кодовые, ментальные, исторически сложившиеся мировоззренческие и поведенческие позитивные черты русского человека. Когда предлагается видение современной реальности как российского фантазмагорического, монструозного мира, полного насилия и агрессии под личиной приличия и

клановой (семейной) поруки, художественная ценность фильма невольно ставится зрителем под вопрос.

Используя постмодернистскую авторскую маску, сценарист-режиссер намеренно создал эффект повествовательного хаоса, фрагментарного дискурса о восприятии мира как разорванного, жестокого, лишённого смысла, закономерности и упорядоченности. Эта разрушительная практика постмодернизма помогает автору, как ему кажется, избежать «коммуникативного провала» и навязать свою интерпретацию. Она отличается ироническим характером; автор «явно забавляется своей авторской маской и ставит под вопрос самые понятия вымысла, авторства текстуальности и ответственности читателя» [17. С. 7]. Автор «прежде всего издевается над ожиданиями читателя / зрителя, над его „наивностью“, стереотипами его литературного и практически-жизненного мышления, ибо главная цель его насмешек – рациональность бытия» [17. С. 7].

Режиссер транслирует зрителю еще одну идею о том, что исторические и семейные традиции (встреча Нового года, праздничный стол, оливье и т.д.) давно стали рудиментами, что люди живут уже за гранью добра и зла, что смерть человека – рядовое явление, и убить сегодня может любой сосед, зашедший к тебе за солью. С одной стороны, это максимальное режиссерское концептуальное и доктринальное обнажение, а с другой – доминирование постмодернистской дегуманизации в фантазмагорической авторской киноматрице, где абсолютно отсутствует православное и экзистенциальное наполнение русской души. Но не следует искать то, чего не может быть (по определению) в кинопостмодернизме.

Авторская трансфузия художественного отражения реальности

В контексте актуальной спекулятивной философии представляется странной подобная авторская трансфузия художественного отражения (преломления) реальности. В ней обнаруживает себя не только один из аспектов постмодернистской чувствительности, заключающийся в ощущении мира как хаоса и абсурда с отсутствием каких-либо критериев ценностной и смысловой ориентации, но и отсутствие самого Человека в обнуленной духовно-нравственной парадигме.

«Право любого художника – отображать ту правду, которую он видит и осязает. Упрек может вызывать та позиция, которую занимает художник. Та цель, которую он преследует, создавая свои произведения» [18. С. 110]. Русские писатели часто изображали разные аспекты социальной катастрофы, но делали это, выстраивая так или иначе определенную систему (структуру) ценностей со свойственной ей динамикой и иерархическим строем. В постмодернистском массовом обществе, где размыто якобы самой жизнью высокое и низкое, доминирующей стала идея о ценностном хаосе. Однако ценностная иерархия вполне исторична и реальна, и если она игнорируется или профанируется писателем, то аксиологическая и художественная уязвимость его произведения, думается, многократно возрастает.

Искусство всегда нормативно, а любая творческая свобода не должна восприниматься буквально и элиминировать за нравственные скобки многочисленные безусловные ценности и подлинные идеалы. В этом и есть основ-

ная проблема постмодернистских кинопоисков «альтернативной режиссуры» поколения «post», ставящих под сомнение не только универсальность духовности с ее атрибутами и модусами, но и целый ряд ключевых ценностных категорий русского человека, таких как милосердие, сострадание, нравственность, любовь к ближнему и т.д. Тут уместно привести мысль М.А. Шкёпу: «Безобразное не может претендовать на выражение великих характеров, как не может обыденный рассудок питать величественный разум. Абсурдное же тяготение несчастного сознания к псевдоценностям современной цивилизации „возвысило“ современного индивида до статуса натурщика для нового Пикассо» [22. С. 434].

Разумеется, интерпретационный аспект данного исследования обусловлен индивидуальной позицией автора и его мировоззренческой оценкой культурной (исторической) значимости позднего модерна. По убеждению автора этих строк, постмодернизм вследствие своей деструктивной природы стал не лучшей методологической и духовно-этической базой для создания значимого кинематографического произведения. «Все мои исследования направлены на борьбу с идеей универсальной необходимости существования человека» (цит. по [23. С. 15]). Это мизантропическое признание М. Фуко явно нашло отклик в душе постановщика фильма, следовательно, результат его кинематографических усилий был предсказуем... Остается напомнить опасения наших отечественных философов о кризисе современной культуры, достигшем критической точки, идеологии самоуничтожения и суицида [1].

Известно, что культура формируется фондами ранее полученных достижений и обогащается встроенными средствами креативного прироста этих фондов. Они периодически пересматриваются обществом на предмет соответствия целому ряду духовных, нравственно-этических, эстетико-художественных критериев, наработанных человечеством за всю многотысячелетнюю историю. Время беспощадно отсеивает образчики псевдоискусства, а высочайшие образцы творческого гения становятся классикой на века, стремясь приблизиться к художественному абсолюту.

Известно также, что любое произведение создается творцом, исходя из его жизненного мира и горизонта. М. Хайдеггер справедливо утверждал, что именно в художнике исток творения. Следовательно, любые вымышленные миры, демонстрируемые в произведении искусства, созданы человеком и связаны с его личным переживанием реальности, иногда достаточно драматичным или даже трагичным.

К сожалению, творчество авторов, поставляющих в социум продукты сомнительных художественно-идеологических концептов и эгодистонных аллюзий, не выдерживающих испытание временем, – непопулярная тема [6]. Особенно это касается киноискусства, не только приносящего удовлетворение искушенным ценителям-экспертам, но и призванного формировать сознание поколений.

В стабильное для страны время фильм «Нечаянно» (получивший финансовую поддержку Министерства культуры РФ) воспринимался вполне логично в контексте кинематографического осмысления противоречивой западной духовно-этической парадигмы. Сегодня же он оказался крайне уязвим по ряду аспектов, и в первую очередь с точки зрения мировоззренческих и аксио-

логических позиций современного российского социума. Общество уже пересматривает субъектно-объектные отношения Художника и культуры и ту роль, которую играет личность режиссера не только в локальной киносфере, но и в социокультурном пространстве России.

В контексте специальной военной операции с чертами экзистенциальной и онтологической войны России с Западом необходимо рассматривать и запрос англосаксов на деградацию славянского мира. Он реализуется в том числе и творцами, встраивающими дезориентирующие аберрации подлинности и собственные проблемно-этические моменты в окружающую картину мира. И потому важно отделять зерна Истины, Духа и Нравственности от плевел пиара, токсичной художественной имитации и псевдоискусства. Равнодушие к этой проблеме может привести к каскаду непредсказуемых социокультурных потрясений...

Список источников

1. *Шоркин А.Д.* Институциональная изнанка культуры // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 17: Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. 2015. Вып. 2. С. 85–94.
2. *Вирильо П.* Машина зрения. СПб.: Наука, 2004. 144 с.
3. *Шелетин Л.А., Лисичкин В.А.* Третья мировая (информационно-психологическая) война. М.: Ин-т социально-политических исследований АСН, 2000. 304 с.
4. *Баркова Э.В.* Какой подход сохранит культуру и ее высокие ценности? // *Studia culturae*. Вып. 15. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2013. С. 7–12.
5. *Лазарев Ф.В., Литл Б.А.* Многомерный человек: онтология и методология исследования. Симферополь: СОНАТ, 2010. 263 с.
6. *Фёдоров Ю.В.* Вырождение: лики и маски современной культуры. Симферополь: Форма, 2020. 320 с.
7. *Бернацкий В.О., Литвина Д.В., Мезенцев Е.А.* Проблемы творчества в современном театре // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2015. Т. 2. С. 265–271.
8. *Бычков В.В., Бычкова Л.С.* XX век: предельные метаморфозы культуры // *Полигнозис*. 2000. № 2. С. 63–76; № 3, С. 67–85.
9. *Гуревич П.С.* Психоанализ личности. М.: Ин-т общегум. исследований, 2011. 400 с.
10. *Кордюм В.А.* Генетическое вырождение. URL: <https://zit-com.livejournal.com/92072.html> (дата обращения: 26.07.2024).
11. *Марков А.В.* Введение в эволюцию человека // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8UX9R1Zvajk> (дата обращения: 26.07.2024).
12. *Розин В.М.* Любовь и сексуальность в культуре, семье и взглядах на половое воспитание // Синтон – тренинг-центр. URL: <https://syntone.ru/book/lyubov-i-seksualnost-v-kulture-seme-i-vzglyadah-na-polovoe-vozpitanie/> (дата обращения: 26.07.2024).
13. *Руднев В.П.* Характеры и расстройтва личности: Патография и метапсихология. М.: Класс, 2002. 272 с.
14. *Давыдова И.Н.* Психология судьбы: метод. пособие. М., 2012. С. 196.
15. *Мартысюк П.Г.* Трансформация концепта культурной девиации в контексте общественного развития // *Человек. Культура. Образование*. 2024. № 2. С. 10–24.
16. Фильм «Нечаянно». Сценарий и режиссура Жоры Крыжовникова (2014). URL: <https://yandex.ru/video/preview/17597020037579603831> (дата обращения: 26.07.2024).
17. *Ильин И.П.* Постмодернизм. Словарь терминов. М.: Интрада, 2001. С. 384.
18. *Ветелина Л.Г.* «Новая драма» XX–XXI вв.: проблематика, типология, эстетика, история вопроса // Вестник Омского университета. 2009. № 1. С. 108–114.
19. *Бердяев А.Н.* О назначении человека. М.: Республика, 1993. 383 с.
20. *Гульман В.В.* Мотивация преступного поведения психопатических личностей. Криминальная мотивация. Нью-Йорк, 1959. 341 с.
21. *Кинопоиск.* «Нечаянно» (2014). Отзывы и рецензии. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/840367/reviews/> (дата обращения: 26.07.2024).

22. Шкепу М.А. Эстетика безобразного Карла Розенкранца / Ин-т проблем соврем. искусства Нац. акад. искусств Украины. Киев : Феникс, 2010. 448 с.

23. Хикс С. Объясняя постмодернизм. М. : Рипол-Классик, 2021. 320 с.

References

1. Shorkin, A.D. (2015) *Institutsional'naya iznanka kul'tury* [The institutional underside of culture]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 17. Filosofiya. Konfliktologiya. Kul'turologiya. Religiovedenie*. 2. pp. 85–94.

2. Virilio, P. (2004) *Mashina zreniya* [The Vision Machine]. St. Petersburg: Nauka.

3. Shelepin, L.A. & Lisichkin, V.A. (2000) *Tret'ya mirovaya (informatsionno-psikhologicheskaya) voyna* [The Third World (Information and Psychological) War]. Moscow: Institute of Social and Political Research ASN.

4. Barkova, E.V. (2013) *Kakoy podkhod sokhranit kul'turu i ee vysokie tsennosti?* [What approach will preserve the culture and its high values?]. In: *Studia culturae*. Vol. 15. St. Petersburg: St. Petersburg State University. pp. 7–12.

5. Lazarev, F.V. & Litl, B.A. (2010) *Mnogomernyy chelovek: ontologiya i metodologiya issledovaniya* [Multidimensional Man: Ontology and Research Methodology]. Simferopol: SONAT.

6. Fedorov, Yu.V. (2020) *Vyrozhdenie: liki i maski sovremennoy kul'tury* [Degeneration: Faces and Masks of Modern Culture]. Simferopol: Forma.

7. Bernatskiy, V.O., Litvina, D.V. & Mezentsev, E.A. (2015) *Problemy tvorchestva v sovremennoy teatre* [Problems of creativity in modern theater]. *Vestnik leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*. 2. pp. 265–271.

8. Bychkov, V.V. & Bychkova, L.S. (2000) *XX vek: predel'nye metamorfozy kul'tury* [The 20th century: The ultimate metamorphoses of culture]. *Polignozis*. 2. pp. 63–76; 3. pp. 67–85.

9. Gurevich, P.S. (2011) *Psikhoanaliz lichnosti* [Psychoanalysis of Personality]. Moscow: In-t obshchegum. issledovaniy.

10. Kordyum, V.A. (n.d.) *Geneticheskoe vyrozhdenie* [Genetic Degeneration]. [Online] Available from: <https://zit-com.livejournal.com/92072.html>. (Accessed: 26th July 2024).

11. Markov, A.V. (n.d.) *Vvedenie v evolyutsiyu cheloveka* [An introduction to human evolution]. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=8UX9R1Zvajk> (Accessed: 30th October 2021).

12. Rozin, V.M. (n.d.) *Lyubov' i seksual'nost' v kul'ture, sem'e i vzglyadakh na polovoe vospitanie* [Love and sexuality in culture, family and views on sex education]. [Online] Available from: <https://syntone.ru/book/lyubov-i-seksualnost-v-kulture-seme-i-vzglyadah-na-polovoe-vospitanie/> (Accessed: 26th October 2021).

13. Rudnev, V.P. (2002) *Kharaktery i rasstroystva lichnosti: Patografiya i metapsikhologiya* [Characters and Personality Disorders: Pathography and Metapsychology]. Moscow: Klass.

14. Davydova, I.N. (2012) *Psikhologiya sud'by* [The Psychology of Fate]. Moscow: [s.n.]. p. 196.

15. Martysyuk, P.G. (2024) *Transformatsiya kontsepta kul'turnoy devyatsii v kontekste obshchestvennogo razvitiya* [Transformation of the concept of cultural deviation in the context of social development]. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie*. 2. pp. 10–24.

16. Kryzhovnikov, Zh. (2014) *Nechayanno. Stsenariy i rezhissura Zhory Kryzhovnikova (2014)* [Accidentally. Screenplay and direction by Zhora Kryzhovnikov (2014)]. [Online] Available from: <https://yandex.ru/video/preview/17597020037579603831> (Accessed: 25th July 2024).

17. Ilin, I.P. (2001) *Postmodernizm. Slovar' terminov* [Postmodernism. Dictionary of Terms]. Moscow: Intrada.

18. Vetelina, L.G. (2009) “Novaya drama” XX–XXI vv.: problematika, tipologiya, estetika, istoriya voprosa [The “New Drama” of the 20th – 21st centuries: Problems, typology, aesthetics, history of the issue]. *Vestnik Omskogo universiteta*. 1. pp. 108–114.

19. Berdyayev, A.N. (1993) *O naznachanii cheloveka* [On the Purpose of Man]. Moscow: Respublika.

20. Gulman, V.V. (1959) *Kriminal'naya motivatsiya* [Criminal Motivation]. New York: [s.n.].

21. Kinopoisk. (2014) “Nechayanno.” *Otzyvy i rensenzii* [“Accidentally.” Reviews]. [Online] Available from: <https://www.kinopoisk.ru/film/840367/reviews/> (Accessed: 25th July 2024).

22. Shkepu, M.A. (2010) *Estetika bezobraznogo Karla Rozenkrantsa* [Karl Rosenkrantz's aesthetics of the ugly]. Kyiv: Feniks.

23. Hicks, S. (2021) *Ob'yasnaya postmodernizm* [Explaining Postmodernism]. Moscow: Ripol-Klassik.

Сведения об авторе:

Фёдоров Ю.В. – кандидат философских наук, заслуженный артист Украины, доцент кафедры театрального искусства Крымского университета культуры, искусств и туризма, академик Крымской академии наук, академик Международной академии экономических и социальных наук (Италия, Рим), член Союза театральных деятелей России (Симферополь, Россия). E-mail: fedorov_juriy@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Fedorov Y.V. – Crimean University of Culture, Arts and Tourism, (Simferopol, Russian Federation). E-mail: fedorov_juriy@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 05.08.2024;
одобрена после рецензирования 15.09.2024; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 05.08.2024;
approved after reviewing 15.09.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 7. 072. 3

doi: 10.17223/22220836/58/12

МОЖЕТ ЛИ ИИ КРИТИКОВАТЬ ИСКУССТВО?

Цзян Чаожань

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия,
chaoranjiang@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме наличия у ИИ возможности выступать в роли художественного критика. Актуальность исследования определяется тем, как ИИ постепенно вовлекается в анализ и оценку художественных произведений. Цель исследования заключается в выявлении особенностей возрастающей роли ИИ в художественной критике. Основным исследовательским методом в работе является философский анализ. Научная новизна заключается в исследовании целесообразности и легитимности участия ИИ в художественной критике.

Ключевые слова: художественная критика, искусственный интеллект (ИИ), произведение искусства, технология, субъективность

Для цитирования: Цзян Чаожань. Может ли ИИ критиковать искусство? // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 139–150. doi: 10.17223/22220836/58/12

Original article

CAN THE AI CRITICIZE ARTWORK?

Jiang Chaoran

St Petersburg University, St Petersburg, Russian Federation, chaoranjiang@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the problem of the possibility of artificial intelligence to act as an instance of art criticism. The relevance of the research is determined by the fact that AI is rapidly developing, gradually getting involved in the quality of analyzing and evaluating an artwork. At the same time, AI, using the technology of “deep learning”, the technical basis of which is constantly being improved, sets the trend of gaining independence from humans. In the future, AI may become an independent critic. The aim of the study is to identify in the increasing role of AI in art criticism. The main research method in this study is philosophical analysis. The scientific novelty consists in investigating the feasibility and legitimacy of AI participation in art criticism, as well as in identifying its philosophical and theoretical premises. The article notes that AI already has a relatively developed ability to analyze works of art. AI is evolving towards understanding its capabilities from initially quantifying works of art to form artistic and aesthetic evaluation in different genres of art: visual arts, music, poetry, etc. This is prompting critics, artists, musicians and poets alike to reflect on the relationship between art and technology and the impact of the latter on the perception of art itself. AI is taking its first steps in the field of art criticism, but it already surpasses critics in some moments, for example, in recognizing the same hands or faces in the works of the same artist, as well as in evaluating music according to several parameters, including pitch and rhythm.

Keywords: art criticism, artificial intelligence, art work, technology, subjectivity

For citation: Jiang Chaoran. Can the AI criticize artwork? (2025). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 139–150. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/12

Введение

«И все же отдадим себе отчет, мы уже живем в новой реальности – цифровой реальности, осознаем это или нет» [1. С. 88]. В. Савчук высказывает это суждение о мире, складывающемся после медиального поворота, и определяет цифровые медиа как конституирующее условие реальности. И далее он провозглашает тезис, заставляющий задуматься: «И наконец, настоящие сюрпризы нас ждут с развитием так называемых технологий дистанционного и машинного обучения (Machine Learning), искусственного интеллекта (ИИ) и робототехники... Такова заключительная точка в нереплексивном господстве цифрового разума» [1. С. 106]. Сегодня ИИ (и целый ряд связанных с ним высоких технологий, таких как Big Data, Machine Learning, Deep Learning и технологии нейронных сетей) стал передовым цифровым средством, существенно изменив человеческую жизнь [2. С. 63–64]. Понятие «ИИ» сегодня прочно укоренилось в системе философского, гуманитарного, социокультурного и других типов научного знания. Его появление в научном, философском, социокультурном дискурсе продемонстрировало становление новой парадигмы в понимании природы человека и общества, роли культуры в развитии человечества, в понимании поведения человека и различных социальных образований.

Согласно докладу «China's Artificial Intelligence Development Report, 2023–2024», ИИ является важной движущей силой нового витка технологической революции и промышленных изменений и представляет собой новую техническую науку, которая исследует и разрабатывает теории, методы, технологии и прикладные системы для моделирования, расширения и наращивания человеческого интеллекта [2. С. 110–111]. Технология ИИ в основном включает в себя такие ключевые элементы, как машинное обучение, интеллектуальный анализ данных, обработка естественного языка и взаимодействие человека и компьютера [2. С. 110]. Глубокое взаимодействие ИИ с культурой и искусством – важная тенденция нынешней эпохи цифровой экономики. С быстрым развитием науки и техники и ростом спроса на интеллектуальные и инновационные приложения технологии ИИ все больше проникают в различные области культуры и искусства, что демонстрирует тенденцию глубокой интеграции науки и техники в культуру и искусство. Благодаря технологиям глубокого обучения, машинного обучения и обработки естественного языка, ИИ может достичь автоматического написания, создания и оценки литературы, музыки, кино, искусства и других культурных произведений, так как в процессе развития он постепенно накапливает опыт анализа и оценки произведений искусства [2. С. 111], понимает принципы композиции произведений искусства с помощью машинного познания и улучшает качество оценки, участь у человеческих критиков [3. С. 77–78].

Современные исследования искусства ИИ в основном сосредоточены на создании искусства ИИ и ряде связанных с этим вопросов: является ли искусство, созданное ИИ, настоящим произведением искусства, является ли это творение механической копией или творением гения, сравнительное изучение субъективности ИИ и человека, генеративная роль высоких технологий в процессе создания искусства ИИ, вопросы защиты авторских прав, связанные с искусством ИИ, и т.д. [4. С. 54–58]. В указанных работах отмечается, что при всей продуктивности ИИ для социо-гуманитарных и культурологических

наук, философии, культуры и т.д. очень сложно дать ему достаточно точное определение, рассматривать данный феномен в рамках какого-то единого подхода. Также пока нет единого мнения о позиции субъективности ИИ [4. С. 56–58]. В то же время вопрос о том, может ли ИИ самостоятельно оценивать произведения искусства в качестве критика, обсуждался мало. Для исследователей эта тема вообще носит новаторский характер, а в незначительном количестве работ заметен перекосящий позиций авторов в негативную сторону, т.е. они считают, что роль ИИ в искусствоведении ограничивается аналитическим инструментом и что он не может быть настоящим критиком [3. С. 77–79].

Поэтому основной целью публикации является рассмотрение технологической и философской основы ИИ в качестве критика. Под этим автор будет понимать анализ ключевых технологических прорывов ИИ и их влияний на художественную критику. Определение роли ИИ в художественной критике также является задачей исследования. Для этого автор рассмотрит, что сегодня представляет собой ИИ не только как эффективный инструмент для художественной критики, но и как независимый критик, который обыгрывает человека в некоторых аспектах оценки и суждения об искусстве. Посредством философского анализа автор доказывает, что ИИ и человек на уровне субъективности находятся в состоянии конкуренции, но при этом не являются двумя противоположными субъектами. Это обусловлено тем, что ИИ преследует независимую субъективность по отношению к человеку, и тем, что в начальном процессе формирования субъективности ИИ человек играл роль Другого, тем самым необратимо интегрируя часть своего существования в субъект ИИ.

Технологические основы ИИ в качестве критика

ИИ способствует созданию не только цифрового искусства в самых различных жанрах, но и ряду цифровых критических процедур, которые вызывают широкие и глубокие социальные изменения. В области изобразительного искусства профессиональные программы цифровой критики еще не появились, но условия для создания «цифровых критиков» постепенно созревают. Художественная критика неразрывно связана с художественным творчеством, и технологии и опыт, накопленный в творческой практике, являются важной основой для построения системы критики ИИ. Например, в области музыки технология электронной композиции обеспечивает ряд процедур сэмплинга, кодирования и декодирования звука, что позволяет преобразовывать аналоговые звуковые волны в цифровые сигналы и превращать музыку с помощью цифровых технологий в цифровой носитель, который редактируется, хранится и распространяется в цифровой форме и становится объектом критического анализа [5. С. 117–119]. В 2017 г. Центр музыкальных технологий Georgia Tech в США создал робота-композитора, названного Шимоном, который анализирует музыку в режиме реального времени и который в конечном счете «освоил музыкальную семантику более высокого уровня», т.е. освоил музыкальное творчество и может теперь создавать новую музыку [6]. Раньше он мог только играть ноты, написанные человеком, но теперь Шимон, благодаря способности к самообучению (deep learning), стал способен импровизировать и самостоятельно сочинять музыку. Робот Шимон представляет собой важный прорыв в технологии ИИ, переход от чистого подражания к внедрению элементов самостоятельного творчества:

аудиоанализ в области музыки. На мой взгляд, критика здесь заключается в идентификации информации, содержащейся в произведениях искусства. Если ИИ хочет стать критиком, он должен обладать методами высокоточного распознавания информации и сравнительного анализа, и первым шагом в критике искусства ИИ является изучение искусства, созданного в прошлом. На этом этапе технология распознавания и анализа информации постоянно прогрессирует, а вместе с ней и технические предпосылки художественной критики, которая постепенно становится все более и более зрелой.

ИИ хорошо зарекомендовал себя и в изобразительном искусстве: в 2014 г. команда рекламного агентства из Амстердама (Нидерланды) разработала программное обеспечение, позволяющее проводить стилистический анализ картин Рембрандта и создавать с его помощью «произведения искусства» в стиле Рембрандта [7]. В 2018 г. «Портрет Эдмон де Белами», созданный тремя 25-летними французами с помощью технологии ИИ, подорожал на аукционе Christie's до \$432 500, что вызвало огромный шок в мире искусства и аукционов [8]. В 2019 г. был запущен продукт ИИ Microsoft Xiaoice, разработанный компанией Microsoft и ориентированный на взаимодействие пользователей. Microsoft Xiaoice провел персональную выставку «Вероятный мир» в Китайской Центральной академии искусств [9]. Вышеперечисленные примеры представляют собой типичные случаи вмешательства ИИ в создание произведений искусства в последние годы. Существует множество других примеров, и все они доказывают, что ИИ уже обладает относительно независимыми возможностями создания произведений искусства, которые достигли определенного художественного уровня. В процессе развития технологий создания произведений искусства посредством ИИ постепенно совершенствуются также и новые технологии обработки изображений на основе больших данных, такие как технология GAN (Генеративно-сопоставительная сеть) и технология глубокого обучения, что обеспечивает техническую возможность для разработки цифровых моделей художественной критики.

Цифровые формы музыкальной критики широко применяются на практике и достигли значительных успехов с точки зрения объективности. Например, 16 декабря 2017 г. на музыкальном канале Центрального телевидения Китая состоялась премьера масштабной программы музыкального конкурса «Grave Live», в которую была внедрена интеллектуальная критическая система «Xiaoke», объективно оценивавшая пение конкурсантов по шести параметрам: высота тона, диапазон, тональность, ритм, чувство языка и музыкальность [3. С. 77]. Многомерные характеристики голоса, извлеченные из сверточной нейронной сети (специальная архитектура искусственных нейронных сетей) музыкального робота Xiaoke, обладают, по данным Ван Цзиньцяо, свойством точной количественной оценки, а способность робота определять разницу в частоте звука в 30 раз превышает способность слуховых нервов человека, и при количественной оценке дифференциации информации о высоте тона ошибка не будет превышать одной тысячной [3. С. 77]. Послойная абстракция информации нейронной сетью помогает роботу Xiaoke количественно оценивать и анализировать информацию о различных деталях, от передачи высоты тона до певческих навыков и эмоционального выражения, что, в свою очередь, позволяет роботу относительно объективно изучать опыт людей-экспертов по оцениванию музыки.

В области изобразительного искусства еще одной цифровой медиатеchnологией, которая играет важную роль в создании системы цифровой критики, является технология баз данных. Благодаря таким процессам, как сбор, систематизация, цифровой анализ и архивирование данных об искусстве, важные события, постоянно происходящие в области современного искусства, записываются в цифровом виде и формируют электронные носители с возможностью поиска. Национальный исследовательский центр современного искусства Китайской национальной академии искусств создал две крупные базы данных – «Китайские современные художники» и «Выставки современного искусства Китая», основанные на четырех ежегодных выставках современного искусства, проводившихся в 2016–2019 гг., которые включают более 2 000 единиц данных на китайском и английском языках, охватывающих 34 репрезентативных современных китайских художника¹. Другой проект базы данных современного искусства – «Ежегодник китайского современного искусства», редактируемый Архивом современного искусства Китая (СМАА) при Пекинском университете с 2005 г., который был составлен по ежегодным выставкам [10. С. 1–1]. С помощью ИИ текущее состояние китайского современного искусства было полностью зафиксировано и помещено в электронный архив, который становится незаменимым и важным ресурсом для формирования более точной оценки при отборе на номинацию лучших деятелей современного китайского искусства.

Визуальный анализ и установление подлинности произведений искусства занимают центральное место в художественной критике. Методы машинного обучения, правильно применяемые экспертами, знающими контекст, могут улучшить и расширить традиционный визуальный анализ для решения проблем аутентичности произведений искусства. Например, ученые создали компьютерную программу проверки подлинности картины Рафаэля, которая включает знаточество (тщательный визуальный анализ композиции, стиля, мазков кисти, штриховки и т.д.) и компьютерные алгоритмы, основанные на машинном обучении, которые становятся все более эффективными в анализе мазка художника, распределения пигментов и холста картины. В этом контексте такие методы, как кластеризация и нейронные сети, дали многообещающие результаты [11]. Кроме того, эти исследователи использовали собственную модель глубокого распознавания лиц для извлечения черт лица из изображений старинных портретов и сравнения степени их сходства. Они провели анализ сходства лиц на картине «де Бреси Тондо» («Мадонна с младенцем», которую ряд искусствоведов считает работой Рафаэля) и картине Рафаэля «Сикстинская мадонна». Проведенное компьютерной программой сравнение лиц подтвердило, что «де Бреси Тондо» и «Сикстинская мадонна» были написаны одним и тем же художником, т.е. Рафаэлем, около 1512–1513 гг. Это важный результат, поскольку он подтверждает, что Рафаэль написал «Тондо» в качестве предварительного этюда для «Сикстинской мадонны». Выводы, представленные в данной статье, указывают на большой потенциал ИИ для непредвзятого научного анализа произведений искусства, имеющих важное историческое значение [12]. Приведенные выше примеры являются убедительным

¹ База данных еще не доступна для общественности и находится в стадии разработки, тестовый сайт находится по электронному адресу. <https://test.nrcca.org.cn/>. В настоящее время она доступна только через внутреннюю сеть, а официально будет открыта для публики после завершения работ.

доказательством того, что ИИ уже обладает относительно действенными средствами анализа произведений искусства, а технологическая база совершенствуется семимильными шагами. ИИ движется от количественной к эстетической оценке искусства, что вызывает интерес у теоретиков искусства [13].

Битва за субъективность

Стремительное развитие ИИ дает нам основания полагать, что в будущем станет возможно цифровое распознавание изображений и их семантическое прочтение, в результате этого революционного прорыва ИИ обретет качество критика и, возможно, даже превзойдет человека в точности оценки произведения. В этом случае возникает вопрос в том, сможет ли ИИ устранить исключительность человека в области искусства: создавать произведения искусства и критиковать их, т.е. оценивать их на основании «автономного сознания». В современном контексте критика и обсуждение искусства всегда основывались на концепции, согласно которой «художник является субъектом художественного производства, а критик – субъектом художественной критики», что указывает на незыблемую субъектную позицию человека в искусстве [4. С. 57]. Современное понимание субъективности ИИ можно свести к двум точкам зрения: расширение человеческой субъективности и отказ от человеческой субъективности. Первая выражена в знаменитом тезисе Маклюэна: «Мы быстро приближаемся к финальной стадии расширения человека вовне стадии технологической симуляции сознания, когда творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества примерно так же, как ранее благодаря различным средствам коммуникации были расширены вовне наши чувства и наши нервы» [14. С. 5]. Маклюэн определяет «финальную стадию технологического развития» (которая, судя по всему, будет стадией ИИ) как расширение человеческого сознания, продолжающее расширение человеческого тела в механическую эпоху и расширение центральной нервной системы в электрическую эпоху, что означает, что субъективность ИИ происходит от расширения человеческой субъективности. Шон Кьюбитт (Sean Cubitt) описывает взаимоотношение человека и робота так: «Мы рассматривали отношения между человеком и машиной как инструментальные и протезные (подчиняя и подгоняя машины под требования человеческой инстинктивности), и даже более того, поскольку мы создали их по образу идеально изолированного индивида, мы отказали нашим компьютерам в использовании перевертышей (здесь, сейчас, ты, мы...), которые могли бы превратить их рабство в партнерство» [15. Р. 35]. Кьюбитт критикует то, что человеческий интеллект доминирует в развитии ИИ.

Исследователи, придерживающиеся второй точки зрения, полагают, что ИИ всегда стремится к независимости и пытается с помощью автономных итераций, таких как «обучение без контроля» (unsupervised learning), стать независимым субъектом. Например, Джеймс Баррат утверждает, что «мощный машинный разум в принципе ни на что не похож. Созданный людьми, он, несмотря на это, будет стремиться к самоидентификации и свободе от человека» [16. С. 19]. На данный момент ИИ уже обрел, пусть и неполную, субъективность, поскольку он воспроизводит способ восприятия, приближенный к человеческому.

Художественная критика – это производство дискурса [17. С. 62–64], а субъективность критика заключается в способности производить дискурс на основе сложившихся критериев оценки художественных образов. Цифровые медиа транскрибируют изображения в двоичные строки символов, закодированные как комбинации цифр 0 и 1, они позволяют преобразовать визуальные образы в символический язык. Полагаю, что основная задача ИИ в художественной критике заключается в том, чтобы приобрести возможность создавать осмысленные критические высказывания независимо от вмешательства человека. Изначальная возможность смысла кроется в двусмысленности языка, т.е. в оговорке или даже ошибке. Как утверждает А. Латыпова, «если говорить о языковом поле человека, ошибка также может быть понята неоднозначно: это нарушение структур языка, которое, с одной стороны, может работать в экспериментальных проектах и развивать язык, а с другой – может разрушать строй языка и коммуникацию» [1. С. 183]. Далее исследовательница пишет, что «глитч оказался удивительно гибким и адаптивным явлением, нашедшим место в разных практиках повседневности. Конверсия ошибки – следствие развития цифровых технологий через их же сбои. Перемена отношения к ошибке фиксируется не только в том, что она воспринимается как конструктивный элемент, но и в том, что появляется в некотором смысле стремление к ней, поиски чего-то выходящего за рамки устоявшейся схемы, что позволит ее укрепить и развить» [1. С. 191–192]. По сравнению с традиционными цифровыми медиа «системы технологий искусственного интеллекта и искусственных нейросетей довольно сложны, чтобы обеспечить необходимое пространство „черного ящика“, где реализуются стратегии медиа, неуловимые человеком» [1. С. 201]. Ошибки в системах ИИ не только являются разрушительными элементами в создании информации, но и способствуют важной динамике в генерации новой информации, как Латыпова пишет в заключении: «Цифровой разум нуждается в ошибках, хотя и стремится к их искоренению, дабы привести все в упорядоченное состояние. Однако сама природа цифрового разума порождает ошибки, поскольку реализуется и проговаривает себя через новые медиа, цифровые, сетевые, облачные технологии, нейронные сети и искусственный интеллект и т.п., работа которых не просто периодически сопровождается ошибками, но которые модифицируются, меняются и становятся совершеннее через ошибки» [1. С. 203].

Случайные изменения в символической системе ИИ способствуют созданию новых значений. Хотя они рассматриваются как ошибки, они придают ИИ первоначальную, относительно независимую творческую способность и отличают его от простого подражания. По словам Жака Рансьера, «есть смысл в том, что его, кажется, не имеет, загадка в том, что кажется самоочевидным, заряд мысли в том, что поначалу можно принять за бесцветную деталь» [18. С. 11]. Возникновение смысла требует нарушения привычки, а ошибка – это самая распространенная возможность для создания нового смысла. В речи осуществляется селекция определенных лингвистических единиц, а также комбинация этих единиц в языковые единства большей сложности. Двойственность символа делает продуктивной лингвистическую систему, иными словами, символы комбинируются для создания нового смысла [19. Р. 90–92]. В результате цифровой революции цифровые медиа перестали быть механическим воспроизведением образов объектов, как,

например, фото- и ксерокопирование, а стали предметом удвоения и воспроизводства самих себя в процессе коммуникации. Процесс удвоения цифровых медиа сопровождается искажениями из-за того, что большое количество двоичных строк часто копируется, хранится и распространяется, что не исключает ошибки (сбой, глюк, баг и т.д.), порождающие широкий спектр двусмысленностей, которые в итоге приводят к изменению смысла. В процессе удвоения цифровые медиа приобретают продуктивную природу, отходя от чисто объектного статуса. Однако эта субъективность основана на случайном механическом производстве и далека от сознательного акта творения. Как описывает ситуацию знаменитое предположение «если дать обезьяне пишущую машинку и неограниченное время, она создаст все классические литературные шедевры в истории человечества» [20. С. 71], ИИ получил возможность творить с нуля, кодируя и декодируя двоичный язык, но у него еще не сформировалось «автономное сознание», которое необходимо для оценивания и качественного анализа различных возможностей, генерируемых случайным образом в соответствии с его потребностями, и которое, естественно, необходимо для ценных суждений. Поэтому я полагаю, что в результате практики и развития следующий этап формирования субъективности ИИ заключается в интерпретации модели человеческого сознания, на основе которой он сможет подражать ему посредством «глубокого обучения», а также постепенно избавиться от участия человека и сформировать самосознание вначале с его помощью, а затем и превзойдя его, как это было, к примеру, в обучении компьютера шахматной игре [3. С. 70–74].

Художественная критика является не объективным познанием в чистом виде, а индивидуальным суждением с сильной субъективностью. Тьерри де Дюв дает определение художественной критики: художественная критика – это эстетическое суждение, цель которого – назвать произведение искусством [21. Р. 32]. Критик основывает свое суждение как на визуальном опыте просмотра произведений искусства, так и на уникальном чувстве. В аспекте эмоций система семантического распознавания оказывает важную помощь ИИ в становлении его как критика. Система фильтрации социальных сетей, используемая в настоящее время на практике, может выявлять оскорбительные и неуместные комментарии в интернет-СМИ, а технология распознавания микровыражений лица позволяет определить, какую эмоцию испытывает субъект. Например, Wiki применяет ИИ для очистки онлайн-среды [22]. ИИ подтвердил наличие оскорбительных высказываний, проанализировав данные о комментариях в Википедии за 2014 г., доказав, что он уже обладает способностью распознавать человеческие эмоции. Еще один пример способности ИИ понимать эмоции – система ИИ, разработанная компанией Open AI, которая предсказывает вероятный следующий символ на основе существующего текста. Команда исследователей обнаружила удивительное появление «нейронов эмоций» в системе ИИ, которые настолько хорошо предсказывают значения настроений, что могут классифицировать отзывы как негативные или позитивные [23]. В настоящее время механизм распознавания эмоций ИИ еще не развит, а является лишь имитацией человеческого механизма эмоций, но у нас есть основания полагать, что ИИ сможет постепенно усовершенствовать понимание эмоций путем самостоятельного обучения и действительно стать «машиной с эмоциями».

Процесс развития субъективности ИИ – это также соревнование с человеком, поскольку погоня за субъективностью бесконечна, а ее конечная цель – реализовать единственную, чистую субъективность, т.е. субъективность без человека. Для психолингвистов человеческий мозг можно сравнить с компьютером, но он должен стать концептуальным суперкомпьютером, который появится только в будущем – существующие в настоящее время еще не достигли такого уровня. Как заметил Эмерсон Пью: «Если бы мозг был так прост, что мы смогли бы его изучить. То мы были бы так просты, что не смогли бы» [24. С. 11]. В высказывании Эмерсона о сложности мозга скрыто беспокойство по поводу вызовов единой субъективности: биологической основой психической деятельности человека является биоэлектрическая проводимость и химическая передача, но люди всегда защищают свой статус субъектов, отказываясь признать, что сознательная деятельность может быть редуцирована до физико-химических процессов. Например, нейрофизиолог Джозеф Боген утверждает, что сознание субъективно и что искать сознание – все равно что искать ветер; можно увидеть только его последствия [25]. Цель Богена – подчеркнуть сложность человеческого сознания и, что более важно, защитить человеческую субъективность. Если сущность сознания не может быть исследована на уровне биологии, то, естественно, невозможно разработать ИИ с автономным сознанием по образцу человека. Современный ИИ обладает способностью к самостоятельному обучению и не требует детального пошагового контроля со стороны человека. Человеку достаточно предоставить исходные данные, а ИИ может осуществить «обучение без контроля» и автоматически оптимизировать систему оценки в процессе обработки данных. С этой точки зрения вполне вероятно, что в будущем ИИ приблизится к человеческому сознанию или даже превзойдет его в некоторых аспектах, и спор за субъективность будет продолжаться всегда.

В области художественной критики одной из целей критиков является борьба за авторитетную позицию, поэтому художественная критика – это соревнование за дискурсивную власть различных субъектов. Если ИИ достигнет независимой субъективности и станет «настоящим» критиком, то важным вопросом будет то, как занять метакритическую позицию, т.е. должны ли люди критиковать ИИ, или ИИ должен быть самокритичным? При нынешнем положении дел стремление к дегуманизации в процессе обучения ИИ и поощрение учеными самооптимизации ИИ в значительной степени реализованы на практике. Однако важную позицию занимает «зеркальная метафора», предложенная Жаком Лаканом, который считал, что в раннем детстве у человека формируется сознание, и он обретает способность «познавать себя», но на начальном этапе познания себя, т.е. во время наблюдения за собственным образом перед зеркалом, в зеркале всегда проецируется взгляд другого человека. И именно скрытый образ других помогает субъекту осознать процесс познания себя, и другие уже подсознательно подразумеваются в сознании субъекта на начальном этапе формирования сознания [26. Р. 55–56]. Для ИИ, как бы высоко ни развивалась его субъективность, существование людей представляется Другим в зеркальной метафоре Лакана и уже давно стало его неотъемлемой частью. Поэтому спор между людьми и ИИ за субъективность далеко не завершен, более того, он с самого начала обречен быть бесконечным – даже если одна сторона полностью уничтожит другую и установит совершенно новый мир, обе стороны уже давно интегрированы в существова-

ние друг друга и не могут быть разделены. Как следует из предложения Лакана о том, что «бессознательное – это речь другого» [26. Р. 10], человеческая фигура всегда может быть найдена в критике искусства, созданной ИИ, где мы осознаем другой способ бытия в форме бессознательного.

Заключение

Проблема критической функции ИИ находится на стыке истории искусства, художественной критики и цифровой культуры. Она включает в себя эстетические и этические вопросы, порождаемые развитием актуальных цифровых технологий, и отражает ряд важных прорывов, совершенных ИИ в области художественной практики и художественной критики. Перспективы ИИ в художественной критике анализируются как с философской, так и художественной точки зрения.

Таким образом, можно утверждать, что ИИ в качестве художественного критика проявляет себя, например, в механизмах поиска в базах данных по искусству, которые могут фильтровать произведения искусства, отвечающие требованиям, основанным на потребностях человека, и включать в процесс поиска суждения, что можно рассматривать как форму критики. Анализируя и имитируя человеческое познание и эмоции, самообучаясь, ИИ обретает черты субъективности, а человеческая субъективность оказалась расколота, что вызвало спор о субъективностях человека и ИИ. С когнитивной или эстетической точки зрения критические работы, созданные ИИ, являются формой рефлексии искусства, а программисты делегируют ИИ надындивидуальный способ критики.

Кроме того, важно учитывать, что с увеличением как количества произведений искусства, так и все новых видов искусства, в которых проявляет себя ИИ, вопрос о том, как оценивать искусство ИИ, становится все более актуальным, а технология анализа, на которую опирается ИИ-критик, тесно связана с техническими средствами, накопленными в процессе создания искусства ИИ. ИИ как художник и ИИ как критик имеют одну и ту же базовую логику. Поэтому я считаю, что главная перспектива ИИ-критика заключается в критике произведений искусства, созданных ИИ, т.е. ИИ постепенно реализует самокритику в сфере искусства и в сфере цифровых технологий. Очевидно, что многие вызовы, порожденные ИИ в качестве критика, нуждаются в дальнейшем глубоком исследовании.

Список источников

1. *Критика* цифрового разума / гл. ред. В. Савчук. СПб. : Академия исследования культуры, 2018. 295 с.
2. 工业和信息化蓝皮书：人工智能发展报告（2023–2024）. 蒋艳主编. 北京：社会科学文献出版社, 2024. [Синяя книга промышленности и информатизации: доклад о развитии искусственного интеллекта (2023–2024) (2024) / гл. ред. Цзян Янь. Пекин : Шэхуэй кэсюе вэньсянь чубаньшэ]
3. 刘建平. 文艺批评：人工智能及其挑战 // 学术界. 2021. № 5. Р. 70–80. [Литературная и художественная критика: искусственный интеллект и его проблемы // Сюешу Цзэ. 2021. № 5. С. 70–80.]
4. 郑耀东. 边界的突破与扩展：对人工智能美术创作的理性审思 // 艺术百家. 2021. № 6. Р. 54–59. [Разрушение и расширение границ: рациональные размышления о художественном творчестве ИИ // Иьшу Байцзя. 2021. № 6. С. 54–59.]
5. 刘洁. “无人的音乐”——从编码器到人工智能作曲的主体异位 // 天津社会科学. 2022. № 2. Р. 117–121. [«Музыка без человечества» – субъективное отчуждение от кодировщиков до композиции ИИ // Тяньцзинь Шэхуэй Кэсюе. 2022. № 2. С. 117–121.]

6. Сыров С. Робот-композитор Шимон. 2017. URL: <https://22century.ru/computer-it/51283> (дата обращения: 22.10.2024).
7. Васильков А. ИИ как цифровой Рембрандт. 2016. URL: <https://www.computerra.ru/180213/ai-as-digital-rembrandt/> (дата обращения: 22.10.2024).
8. Первую картину интеллектуальной машины продали почти за полмиллиона долларов. 2018. URL: https://arhive.com/zh/news/3666~Pervuju_kartinu_intellektual'noj_mashiny_pro dali_rochti_za_polmilliona_dollarov (дата обращения: 22.10.2024).
9. *Industrial Art*: Microsoft AI Xiaoice has solo exhibition in Beijing. 2019. URL: <https://news.cgtn.com/news/356b544e794d4464776c6d636a4e6e62684a4856/index.html> (дата обращения: 22.10.2024).
10. 中国当代艺术年鉴2016. 朱青生主编. 广西: 广西师范大学出版社, 2018. [Ежегодник современного искусства Китая 2016 (2018) / гл. ред. Чжу Циншэн, Гуанси: Гуанси шифань дасяо чубаньшэ.]
11. Ugail H., Stork D., Edwards H., Seward S., Brooke C. Deep transfer learning for visual analysis and attribution of paintings by Raphael // *Heritage Science*. 2023. № 268. doi: 10.1186/s40494-023-01094-0
12. Ugail H., Edwards H., Benoy T., Brooke C. Deep Facial Features for Analysing Artistic Depictions – A Case Study in Evaluating 16th and 17th Century Old Master Portraits // 2022 14th International Conference on Software, Knowledge, Information Management and Applications (SKIMA), Phnom Penh, Cambodia. 2022. P. 198–203. doi: 10.1109/SKIMA57145.2022.10029439
13. Ma zhe, Xiang Zhenzhen, Su Jianbo. Robust visual servoing based Chinese calligraphy on a humanoid robot // *High Technology Letters*. 2016. № 1. P. 30–37.
14. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешнее расширение человека. М. : Жуковский, 2003. 464 с.
15. Cubitt S. Digital aesthetics. London : SAGE Publications Ltd, 1998.
16. Баррат Дж. Последнее изобретение человечества: Искусственный интеллект и конец эры Homo sapiens. М. : ООО «Альпина нон-фикшн», 2015. 274 с.
17. 彭锋. 当下作为话语生产的艺术批评 // *艺术百家*. 2013. № 2. P. 61–64. [Художественная критика как дискурсивное производство в настоящем // Иьшу Байцзя. 2013. № 2. С. 61–64.]
18. Рансьер Ж. Эстетическое бессознательное. СПб. ; М. : Machina, 2004. 128 с.
19. Hockett F., Hockett D. The origin of speech // *Scientific American*. 1960. № 3. P. 88–97.
20. Борель Э. Вероятность и достоверность. М. : Наука, 1969. 111 с.
21. De Duve T. Kant after Duchamp. Cambridge : MIT Press, 1998.
22. Bernard M. The Amazing Ways How Wikipedia Uses Artificial Intelligence. 2018. URL: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/08/17/the-amazing-ways-how-wikipedia-uses-artificial-intelligence/> (дата обращения: 22.10.2024).
23. Radford A., Jozefowicz R., Sutskever I. Learning to Generate Reviews and Discovering Sentiment // arXiv. 2017. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.01444>
24. Магрини М. Мозг. Инструкция пользователя. М. : АСТ, 2017. 191 с.
25. Черниговская Т. Ариадны или Пирожные Мадлен: Нейронная сеть и сознание // *В мире науки*. 2012. № 4. С. 40–47.
26. Lacan J. *Ecrits: the first complete edition in English*. New York : W.W. Norton & Company, 2006.

References

1. Savchuk, V. (ed.) (2018) *Kritika tsifrovogo razuma* [Critique of Digital Ration]. St. Petersburg: Akademiya issledovaniya kul'tury.
2. Jiang Yan. (ed.) (2024) *Blue Book of Industry and Informatization: Report on the Development of Artificial Intelligence (2023–2024)*. Beijing: Shekhuey kesyue ven'syan' chuban'she. (In Chinese).
3. Liu Jianping. (2021) Literary and art criticism: artificial intelligence and its challenges. *Xueshu Jie*. 5. pp. 70–80. (In Chinese).
4. Zheng Yaodong. (2021) Boundary Breaking and Expansion: Rational Reflections on AI Art Creation. *Yishu Baijia*. 6. pp. 54–59. (In Chinese).
5. Liu Jie. (2022) “Music without human” – Subjective Alienation from Encoders to AI Composition. *Tianjin Shehui Kexue*. 2. pp. 117–121. (In Chinese).
6. Syrov, S. (2017) *Robot-kompozitor Shimon* [Robot-compositor Shimon]. [Online] Available from: <https://22century.ru/computer-it/51283> (Accessed: 22nd October 2024).
7. Vasilkov, A. (2016) *II kak tsifrovoy Rembrandt* [AI like digital Rembrandt]. [Online] Available from: <https://www.computerra.ru/180213/ai-as-digital-rembrandt/> (Accessed: 22nd October 2024).

8. Anon. (2018) *Pervuyu kartinu intellektual'noy mashiny prodali pochti za polmilliona dollarov* [The first painting of a smart robot sold for nearly half a million dollars]. [Online] Available from: https://arhive.com/zh/news/3666~Pervuju_kartinu_intellektual'noj_mashiny_prodali_pochti_za_polmiona_dollarov (Accessed: 22nd October 2024).

9. Anon. (2019) *Industrial Art: Microsoft AI Xiaoice has solo exhibition in Beijing*. [Online] Available from: <https://news.cgtn.com/news/356b544e794d4464776c6d636a4e6e62684a4856/index.html> (Accessed: 22nd October 2024).

10. Zhu Qingsheng. (2018) *China Contemporary Art Yearbook 2016*. Guangxi: Guangxi shifan daxue chubanshe. (In Chinese).

11. Ugail, H., Stork, D., Edwards, H., Seward, S. & Brooke, C. (2023) Deep transfer learning for visual analysis and attribution of paintings by Raphael. *Heritage Science*. 268. DOI: 10.1186/s40494-023-01094-0

12. Ugail, H., Edwards, H., Benoy, T. & Brooke, C. (2022) Deep Facial Features for Analysing Artistic Depictions – A Case Study in Evaluating 16th and 17th Century Old Master Portraits. *2022 14th International Conference on Software, Knowledge, Information Management and Applications (SKIMA)*. Phnom Penh, Cambodia. pp. 198–203. DOI: 10.1109/SKIMA57145.2022.10029439

13. Ma zhe, Xiang Zhenzhen & Su Jianbo. (2016) Robust visual servoing based Chinese calligraphy on a humanoid robot. *High Technology Letters*. 1. pp. 30–37.

14. McLuhan, M. (2003) *Ponimanie media: Vneshnie rasshirenie cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Translated from English. Moscow: Zhukovskiy.

15. Cubitt, S. (1998) *Digital aesthetics*. London: SAGE Publications Ltd.

16. Barrett, J. (2015) *Poslednee izobretenie chelovechestva: Iskusstvennyy intellekt i konets ery Homo sapiens* [Our Final Invention: Artificial Intelligence and the End of the Human Era]. Moscow: Al'pina non-fikshn.

17. Peng Feng (2021) Art Criticism as Discourse Production in the Present. *Yishu Baijia*. 2. pp. 61–64. (In Chinese).

18. Ranciere, J. (2003) *Esteticheskoe bessoznatel'noe* [The Aesthetic Unconscious]. Translated from French. St. Petersburg; Moscow: Machina.

19. Hockett, F. & Hockett, D. (1960) The origin of speech. *Scientific American*. 3. pp. 88–97.

20. Borel, E. (1969) *Veroyatnost' i dostovernost'* [Probability and Credibility]. Moscow: Nauka.

21. De Duve, T. (1998) *Kant after Duchamp*. Cambridge: MIT Press.

22. Bernard, M. (2018) *The Amazing Ways How Wikipedia Uses Artificial Intelligence*. [Online] Available from: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/08/17/the-amazing-ways-how-wikipedia-uses-artificial-intelligence/> (Accessed: 22nd October 2024).

23. Radford, A., Jozefowicz, R. & Sutskever, I. (2017) *Learning to Generate Reviews and Discovering Sentiment*. arXiv. 2017. [Online] Available from: <https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.01444> (Accessed: 22nd October 2024).

24. Magrini, M. (2017) *Mozg. Instruktsiya pol'zovatelya* [Brain. User's Manual]. Translated from English. Moscow: ACT.

25. Chernigovskaya, T. (2012) Ariadny ili pirozhnye Madlen: Neyronnaya set' i soznanie [Ariadne or Madeleine's cakes: The neural network and consciousness]. *V mire nauki*. 4. pp. 40–47.

26. Lacan, J. (2006) *Ecrits: the first complete edition in English*. New York: W. W. Norton & Company.

Сведения об авторе:

Цзян Чаожань – аспирант кафедры культурологии, философии культуры и эстетики Института философии Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: chaoranjia@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Jiang Chaoran – Saint Petersburg University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: chaoranjia@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 10.07.2024;
одобрена после рецензирования 09.03.2025; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 10.07.2024;
approved after reviewing 09.03.2025; accepted for publication 15.05.2025.

Научная статья

УДК 316.7+304.3

doi: 10.17223/22220836/58/13

РОЛЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПРОЦЕССАХ ВЫЖИВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА КАК СУБЪЕКТА КУЛЬТУРЫ

Татьяна Витальевна Чапля

*Новосибирский государственный педагогический университет,
Новосибирск, Россия, chap_70@mail.ru*

Аннотация. В статье проведен анализ видов потребления в социокультурной динамике с позиций теории символического интеракционизма и теории связи мотивов, ценностей потребления с социальной структурой общества. В работе предложены три вида потребления: прагматическое, демонстративное и эгоистическое с позиций их роли в процессах адаптации человека к окружающей среде, выстраивания социальных отношений («Мы», «Мы – Они», «Я – Другой», «Я – Я»), а также динамики статуса вещей в культуре потребления.

Ключевые слова: потребление, потребительство, идентификация, культура потребления, общество потребления

Для цитирования: Чапля Т.В. Роль потребления в процессах выживания человека как субъекта культуры // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 151–163. doi: 10.17223/22220836/58/13

Original article

THE ROLE OF CONSUMPTION IN THE PROCESSES OF HUMAN SURVIVAL AS A SUBJECT OF CULTURE

Tatyana V. Chaplya

*Novosibirsk State Pedagogical University,
Novosibirsk, Russian Federation, k chap_70@mail.ru*

Abstract. The mankind existence suggests the constant process of transformations and changes of those things that were created by nature and the invention of technologies and methods to survive, that become a supra-biological experience of human existence.

Consumption is directly related to the everyday life of a particular society, the values and value orientations of consumers and their personal, group and public interests, which necessitates their scientific analysis and explanation.

Consumption processes have repeatedly become the subject of scientific interest from a variety of angles. Starting with M. Weber, consumption began to be analysed as an expression of status differences, a demonstration of prestige. T. Veblen points out that consumption is a way to preserve and form an opinion about oneself as a person belonging to a certain status or group. P. Bourdieu also writes about the consolidation and maintenance of status differences through consumption. J. Baudrillard speaks about forming a consumer culture that is based on subtle differences in the social hierarchy.

I.V. Pechkurov, Ya. M. Roshchina, S.V. Borodulina and others develop concepts of “economic identity” and “consumer identity”. K.V. Arkhangelskaya, L.A. Zaks consider consumption as a way of self-identification and a mechanism of identity construction.

The purpose of this article is to analyze the types of consumption in the context of sociocultural history, to identify the forms and connections of consumption with the type of

subject in the context of accepting the role of “Other,” as well as to analyze the dynamics of the relationship between the consumer and the product (thing) in the history of culture.

The author identifies and analyzes three types of consumption: pragmatic, demonstrative and selfish. Pragmatic consumption differs by the rationalism and greater stability in relation to the list of consumed goods. Its aim is to survive and maintain vital interests. It is associated with the formation of a sense of “We”, belonging to the same culture, same lifestyle, possessing a collective “I”.

Demonstrative consumption is distinguished by its focus on others, the desire of a person to show himself to others, to tell others about himself, therefore it is aimed at others and has an extroverted nature. Relationships here are built on the “We-Others” principle. They are static in nature, since the class system fixed the boundaries between social groups. This type of consumption is aimed primarily at drawing boundaries.

Since the second half of the 19th century, consumption has become variable, especially in modern culture, since there can be many such “Others” depending on the situation, free choice (where I myself decide who I will be with today).

Selfish consumption is personal in nature. It is the most emotionally charged and less rational of all, and represents a system of a person’s relationship with himself “I-I”.

Keywords: consumption, consumerism, identification, consumer culture, consumer society

For citation: Chaplya, T.V. (2025) The role of consumption in the processes of human survival as a subject of culture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 151–163. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/13

Существование человечества предполагает постоянный процесс преобразований и изменений того, что создано природой, и изобретение в связи с этим технологий и способов выживания, которые становятся надбиологическим опытом бытия человека. Согласно философу и писателю С. Лему, «культуру образует эффективная циркуляция содержания всего, что отобрано чередой поколений...» [1. С. 390]. В данном контексте потребление можно рассматривать как одну из стратегий выживания, которая связана не только с производством чего-либо, но и с употреблением уже существующего или произведенного. При этом каждому историческому периоду присущи свои способы, мотивы и цели потребления, которые напрямую связаны с существующими видами социальных отношений, социальных групп и связей между ними, ценностями и стилями жизни. Потребление отражает непосредственную связь с повседневной жизнью того или иного общества, ценности и ценностные ориентации потребителей и их личные, групповые и общественные интересы, что вызывает необходимость их научного анализа и объяснения.

Процессы потребления неоднократно становились предметом интереса социологов, культурологов, экономистов, психологов и т.д. Начиная с М. Вебера, потребление стало анализироваться с точки зрения выражения статусных различий, демонстрации престижа, принадлежности к определенной сословной группе. Подобного рода группам присущи, с точки зрения М. Вебера, определенный стиль жизни, ценности, религия и как результат формируются особые механизмы поддержания данного стиля жизни и механизмы сохранения дистанции с другими группами, которые затрудняют проникновение для других внутрь престижной группы. «С точки зрения практических целей стратификация по статусам идет рука об руку с монополизацией идеальных и материальных товаров и возможностей» [2. С. 265].

Т. Веблен указывает на то, что потребление является способом формирования мнения о себе как о человеке, принадлежащем определенному статусу, коллективу. Потребление для него – это «стремление избежать неблаго-

склонного внимания и толков и жить на уровне общепринятых канонов благопристойности как по виду, количеству, так и по пристойному употреблению своего времени и сил» [3. С. 185].

О закреплении и поддержании статусных различий посредством потребления пишет П. Бурдье [4], утверждая, что люди оценивают себя с позиции доступности для них определенных товаров и услуг, а также по своему положению относительно процесса производства. При этом различия закрепляются как по вертикали (они передаются по наследству), так и по горизонтали (непосредственные практики потребления на уровне повседневной жизни, это находит выражение в имиджевом существовании).

Рассматривая потребление в современной культуре, Ж. Бодрийяр говорит о формировании культуры потребления, которая основана на тонких различиях в социальной иерархии, которые уже не передаются по наследству, а определяются уровнем культуры и воспитания, типом труда и ответственности, а также возможностью участвовать и оказывать влияние на принятие решений. В современной культуре, считает Бодрийяр, субъект воспринимает свое положение в структуре социума не как нечто, заданное извне, а как результат своего собственного, самостоятельного выбора, что рассматривается как проявление свободы [5].

В контексте работ Ж. Бодрийяра потребление служит основной единицей, вокруг которой строятся современная коммуникация и система социальных отношений, следовательно, оно выступает в роли моральной ценности, а также «обеспечивает порядок знаков и интеграцию группы» [5. С. 108]. Потребление становится процессом, принуждающим каждого субъекта к определенной системе дифференциации, принятой в той или иной культуре, в том или ином обществе или группе. Г. Зиммель, рассуждая о моде, косвенно касается потребления с позиций идентификации с группой и проведения границ между выше- и нижестоящими [6], продолжением его идей стало целое направление в экономической и социологической литературе, разрабатывающей понятия «экономическая идентичность» и «потребительская идентичность» (И.В. Печуров, Я.М. Рощина, С.В. Бородулина и др.). В современной литературе можно выделить различные подходы к потреблению: А.А. Желнина анализирует потребление с точки зрения текста, обращенного к другим, к окружающим [7], С.И. Ворожейкин пишет о потреблении как о «стремлении достичь действительного или символического членства в группе», речь идет о потреблении как механизме идентификации, в рамках которого происходит коммуникация и представление себя другим [8. С. 59]. По мнению О.Г. Ечевской, потребление можно рассматривать как механизм «формирования социальных различий самими участниками социального взаимодействия» [9. С. 131]. К.В. Архангельская, Л.А. Закс считают потребление способом самоидентификации и механизмом конструирования идентичности субъектом путем представления ее составляющих окружающим. Такое происходит благодаря наличию в процессе потребления демонстративно-символических характеристик, потому что именно они сигнализируют остальным о «личностных, социальных и культурных характеристиках „человека потребляющего“» [10. С. 130]. Как специфический вид деятельности, связанный с процессами приобретения, использования и утилизации потребительских объектов, анализирует потребление А.В. Овруцкий [11].

О.С. Токмачева пишет о потреблении с точки зрения социальной полезности, благодаря которой «центральными категориями в современном потребительском поведении становятся социальные представления об образе жизни, культурные аспекты потребления, возможность приобщиться к имиджу благополучного, морально удовлетворенного человека» [12. С. 93]. Проблемы потребительского поведения и факторов, его определяющих, занимаются А.Г. Горлова, А.А. Рыжих. Виды потребительского поведения с психологических позиций стали предметом интереса О.С. Посыпановой. Она предлагает различать циклические, маргинальные, стереотипные и спонтанные потребительские акты, а также аффективный, когнитивный и мотивационно-волевой компоненты потребительского поведения, которые составляют основу потребительского стиля, присущего определенной культуре, группе или отдельным субъектам [13].

Целью данной статьи является анализ видов потребления в контексте социокультурной истории, выявление форм и связей потребления с типом субъекта в контексте принятия роли другого, а также анализ динамики взаимоотношений между потребителем и товаром (вещью) в истории культуры.

Методологическую основу работы составили: 1) теория символического интеракционизма, позволяющая выстроить анализ в координатах от «Мы» к «Я», и в контексте формирования идентичности как на социальном, культурном, так и личностном уровне; 2) концепции М. Вебера, Т. Веблена и П. Бурдьё, построенные на основе связи потребления с существующей социальной структурой общества и позиций субъектов и их групп внутри нее в контексте потребительских практик и потребительского поведения.

Говоря о потреблении, стоит начать с выяснения того, что есть потребность. Самое простое определение – это нужда в чем-то. То есть это момент переживания неудовлетворенности текущим положением дел, осознания, в чем именно субъект испытывает нехватку, и выбор способа устранения или удовлетворения своей нужды. Осознание потребности – это всегда момент ценностного отношения личности к самой себе, к другим, к окружающему миру. Следовательно, «потребление – это процесс воспроизводства человека как социализированного субъекта, носителя социокультурного кода соответствующего общества и его ценностно-нормативного сознания» [14. С. 12].

В современной литературе можно встретить различие в понятиях «потребление» и «потребительство». Зарождение этого феномена О.Ф. Филимонова связывает с периодом формирования буржуазного образа жизни, возникновением понятия «деловой образ жизни», требующего соответствующей презентации [15]. Главное отличие потребления от потребительства, на которое указывают большинство авторов (А.Н. Ильин, О.С. Посыпанова, Л. Свендсен и др.), это его мотивационная составляющая: при потреблении его двигательным механизмом выступает необходимость в удовлетворении потребностей, связанных с процессом выживания, тогда как во втором случае это скорее символическая составляющая, когда есть потребность в презентации себя другим, в итоге формируется потребление ради потребления.

Каждому историческому периоду соответствуют свой стиль потребления, его способы, мотивы и содержание, все это вместе образует потребительское поведение, включающее в себя определенные мотивы, ценности, приемы и способы принятия решений о приобретении товаров и услуг.

С точки зрения экономики О.С. Посыпанова предлагает различать три компонента потребительского поведения: когнитивный («мнения, суждения, сравнения, рациональные оценки товаров и услуг»), мотивационно-волевой («желание и стремление купить или использовать товар / услугу»), аффективный («эмоции, чувства, эмоциональные оценки товаров и услуг» [13. С. 10]). В данной работе автор предлагает выстроить типы потребления с точки зрения их функциональных особенностей и в социокультурной последовательности формирования. Оговоримся сразу, что переход от одного типа потребления к другому не означает отказа или исчезновения предыдущего, на наш взгляд, развитие идет по включению в процесс потребления новых мотивационных механизмов, новых функций и расширению круга участников.

В качестве видов потребления в социокультурной истории предлагается различать три: прагматический, демонстративный и эгоистический. Теперь о каждом подробнее.

Прагматический вид потребления, на наш взгляд, является не только одним из важных, но и самым первым по времени возникновения. Его существование и развитие приходится на период зари человеческой истории и отвечает, в первую очередь, на потребность выживания человека как биологического вида. То есть он связан со временем адаптации человека к окружающей среде как ареалу проживания. Освоение территории проживания, закрепление на месте означало обеспеченность ресурсами, позволявшими кормиться и защищаться в данной местности. При этом включенность человека в природу, в окружающую среду и в процессах потребления и обмена тоже приобретала черты ее ритмов и носила сезонный характер. Выработка программ выживания в среде приводит к складыванию определенного стиля жизни, присущего всем членам человеческого коллектива, который находит свое выражение в пищевых привычках, одежде, типе жилища, его структуре и обустройстве и т.п. Параллельно акты потребления закрепляются и в религиозной и ценностной системе данного коллектива. Определенные типы пищи становятся доступны только богам, кормление которых связывается с магическими обрядами, сама пища делится на праздничный и будничный стол, так закладываются основы будущей иерархии, закреплённой в актах доступности определенных предметов и вещей, что впоследствии станет частью и механизмом, регулирующим процессы потребления в обществе. Также можно сказать, что подобный процесс стал отправной точкой формирования определенных иерархий, основанных на определенных смыслах, которые перерастают в символы вещей и предметов потребления. «С этой точки зрения и бытовые вещи и „высокие“, священные вещи (символы веры, памяти и т.д.) имеют то общее, что настолько близки человеку, что открывают и сохраняют в нем человеческое начало» [16. С. 27–28].

На этапе преобладания прагматического вида потребления можно констатировать, что оно носит скорее коллективный характер, чем индивидуальный, хотя бы в силу того, что ресурсов не так много и способов их получения тоже. В данном случае речь идет о коллективной потребности в выживании и, соответственно, коллективном субъекте, ее осознающем и ищущем пути и способы ее удовлетворения. В такого рода обществе и процесс социализации предполагает знакомство и включение ребенка в коллектив через научение потреблять то, что принято, тем самым формируется коллективное «Мы»,

которое и закрепляется в складывающемся стиле жизни, направленном, в первую очередь, на выживание.

По мере развития технологий, форм и видов деятельности ассортимент предметов и товаров потребления, конечно, расширяется, но независимо от времени в каждый период у каждого коллектива, большого и маленького (семья), сохраняется прагматический вид потребления, который обеспечивает повседневную жизнь и выражается в присущем данному коллективу стиле жизни. Как правило, к такому типу потребления относится повседневный набор продуктов питания и товаров первой необходимости. Сегодня уже можно говорить о том, что такое потребление приобрело черты индивидуальности, что связано с личными предпочтениями в выборе определенных товаров, но тем не менее в большинстве случаев это все-таки семейные традиции, которые закрепляются в сознании и в системе предпочтений в процессе социализации и проходят с нами через всю жизнь. Как отмечает А.В. Харламов, «люди реализуют себя, вступая в отношения с другими, где само наличие межсубъектных взаимодействий оказывается условием для самореализации» [17. С. 11].

Если говорить об отношении к предметам потребления, то в ходе эволюции оно тоже менялось. В условиях раннего времени, когда количество предметов потребления было ограниченным, они отличались долговечностью, переходили из рук в руки по наследству и, соответственно, «вещь становилась частью личности, привычным условием образа жизни, идентичности, символизирующим жизненный путь не только данного человека, но и его социального окружения... Вещи определялись... историей, служили ее итогом („все, что нажили“») [18. С. 62]. Вещи можно было воспринимать как коллективную историю той или иной семьи, рода и т.д., а вещи тем самым приобретали статус «социальной жизни».

Роль культуры здесь заключается в том, что она придает окружающему миру осмысленность, она маркирует отдельные его части, что выражается в том числе и в производстве определенного рода товаров и услуг. Культура не только изобретает технологии производства товаров в необходимом количестве, но и придает им определенный статус «как вещи определенного рода» [19. С. 134], имеется в виду символический характер вещей, их функциональное предназначение, эмоциональный статус, связь с определенными событиями, благодаря которым вещь может приобрести уникальный характер, характер ценности для определенного субъекта или субъектов, не имея при этом никакой цены с точки зрения ее стоимости.

Второй вид потребления – демонстративное, термин впервые введен Т. Вебленом. Главный отличительный признак данного вида потребления – его направленность на других, именно здесь происходит формирование отношений по принципу «Мы – Они», «Я – Другой / Другие». Возникновение и развитие демонстративного потребления можно связать с успешным развитием культуры и общества, когда были выработаны и показали свою эффективность определенные технологии и способы экономической деятельности по удовлетворению человеческих потребностей не только биологических, но и социальных. Вполне можно провести параллель, что развитие данного вида потребления также связано с углублением социальной дифференциации и иерархизации в обществе и культуре. Если на уровне прагматического по-

ребления человек начинал с адаптации к природе, то на уровне демонстративного потребления идет уже адаптация к историческим условиям существования, к формам организации жизни на уровне социальной структуры, властной, политической, и доступа к экономическим благам в зависимости от своего положения внутри такого общества. «Пространство демонстративного поведения – это поле систематического производства ценностей престижа и статуса как знаков в конкретной социокультурной среде» [20. С. 193].

В силу того, что человек не может существовать в однородном, «не размеченном мире», это заложено в нем на уровне биологии (бинарность восприятия), он обязательно создает порядок, который закрепляет определенные моменты (это соответствует статичным процессам), позволяя сохранять устойчивое положение в мире. Параллельно человек также придает этому порядку определенные смыслы, символы, закрепляющие его ценностные установки по отношению к этому порядку, основывающиеся на понятиях «престижа», «почестей». Таким образом, в основе организации социальной жизни всегда лежат процессы различения и схождения, проведения границ, дистанцирования от Других, закрепления за каждым субъектом, группой своего места в этой иерархии. Как правило, такая дистанцированность находит свое закрепление в материальных символах, доступности определенных благ, определенного стиля жизни, материальных ресурсов. Как пишет М. Вебер, «помимо специфической статусной почести, которая всегда основывается на дистанции и исключительности, мы обнаруживаем все разновидности материальной монополии» [2. С. 265]. Проведение границ на социальном уровне порождает специфические способы их обоснования, примером чего могут служить право рождения, придворный этикет, отношение к физическому труду (Т. Веблен), доступность товаров определенного вида и качества (шелк, золото, серебро и т.п.), определенных поведенческих практик, особого стиля жизни. Можно констатировать, что подобный порядок развивается с момента возникновения первых городов и идет по нарастающей вплоть до буржуазных революций XIX в. Например, в царской России «считалось, что, появляясь в дорогой одежде, женщина демонстрирует, что она не занята ни в одной форме производительного труда и что у ее мужа достаточно денег, чтобы содержать ее по последнему слову моды» [21. С. 116].

После слома сословного строя, основанного на праве рождения, с конца XIX в. начинается период демократизации всех форм жизни, но человек в любом случае находит способ установить новые способы ранжирования, свойственные новым историческим условиям существования. Теперь эти принципы иерархизирования носят более мягкий характер, но от этого их не становится меньше, а напротив, количество и сила их воздействия на человека усиливаются, хотя внешне сохраняется иллюзия самостоятельного выбора своей траектории жизни. Происходит смена сословных перегородок новыми – профессиональными, по интересам и т.п. С одной стороны, теперь каждый получил возможность покупать предметы роскоши, которые раньше были доступны ограниченному кругу лиц и первоначально их приобретение зависело только от дохода. Постепенно сфера торговли придумала кредиты и рассрочку, что окончательно разрушило границы между разными сословными группами, основанными на финансовом положении. Теперь все стало зависеть от личных предпочтений и готовности следовать тому стилю жизни, ко-

торый для субъекта является желанным и ценным, от того, насколько он готов ущемлять себя в удовлетворении одних потребностей (в первую очередь, прагматических, витальных), чтобы соответствовать той группе, к которой он стремится. Следуя утверждению З. Баумана, мы живем в условиях «текущей современности», что находит свое подтверждение и в сфере потребления. На уровне социальных отношений, когда для субъекта становится невозможным зафиксировать себя в мире, вечно меняющемся, и он вынужден существовать в условиях непрерывного выбора и перевыбора, для него главное – успеть купить новый гаджет, посмотреть новый фильм. Само понятие «Другие» и дистанцирование от них тоже носит характер переменной, и те, кто в одних ситуациях выступают как «Другие», завтра становятся «Своими».

Вещи тоже теряют статус чего-то постоянного, существующего вне времени, того, чем можно было гордиться с точки зрения истории и времени владения. В меняющемся социальном мире они приобретают роль знаков, соответствующих определенной социальной роли, социальному статусу в определенной ситуации и для определенного круга лиц. Так героиня серии книг о шопоголике Софи Кинселлы Ребекка Блумвуд, отправляясь на конференцию, покупает газету «Файнэншиал таймс», объясняя свои действия следующим образом: «Во-первых, она красивого цвета. Во-вторых, стоит всего 85 центов. В-третьих, если войти в комнату, держа под мышкой „Файнэншиал таймс“, все сразу начинают относиться к тебе чрезвычайно серьезно. С „Файнэншиал таймс“ в руках можно нести какую угодно ерунду, и никто не подумает, что ты легкомысленная дуручка. Напротив, все сочтут тебя настоящей интеллектуалкой с широким кругозором» [22. С. 12]. В данном отрывке описан момент того, как в современной культуре потребления важно не то, что есть, а то, что кажется. Журнал становится знаком и характеристикой личности человека, его профессиональных качеств; то, что описывал Ж. Бодрийяр, говоря об игре символов и превращении мира в симулякр. Вещь приобретает статус пропуска в мир людей с широким кругозором, давая героине определенные преференции со стороны других, малознакомых людей, и работает на ее имидж в профессиональной среде.

Современное потребление является ценностью само по себе, значимым становится не факт владения вещью, которой ты будешь пользоваться, а сама покупка как таковая. Важно показать другим, что ты можешь себе это позволить, покупки могут остаться не распакованными после приобретения, потому что их так много, что субъект просто забывает об их существовании. Поэтому вещей не бывает много, это своеобразное состязание с современной промышленностью: успеть купить больше, чем успеют произвести, желание попробовать все, обладать всем. В культуре потребления вещь меняет свой статус. «Вместо символа статуса, биографии, идентичности возникают символы ранга, богатства. Становится возможной установка „я могу себе это позволить“... вещи начинают отражать претензии и возможности своего хозяина... намечается новая тенденция – развеществление вещи» [18. С. 63].

Современная ситуация в отношении к вещам и их приобретению показывает их новый смысл, они теперь помогают не только устанавливать границы между «своими» и «другими», но и движение от «других» к «своим». Возвращаясь к героине С. Кинселлы Ребекке Блумвуд, при переезде ее в Америку, в частности в Нью-Йорк, она, пытаясь освоиться в новом для себя городе,

делает одно наблюдение и заодно пытается оправдать свою покупку словами: «К тому же я заметила, что все женщины в Нью-Йорке носят стильные сумочки известных дизайнеров, так что эта покупка очень поспособствует моей акклиматизации в городе» [23. С. 124]. Здесь можно также заметить, что вещи приспособляются к конкретной задаче (включение в новый стиль жизни, в новое пространство), их теперь можно приобретать и демонстрировать в зависимости от стоящих задач и желаний. «Отношение к вещам становится более ситуативным, они рассматриваются как помощники, партнеры по социальному взаимодействию. Вещь превращается в функциональный компонент обычной, рутинной деятельности человека, их заменяемость становится регулярной (вплоть до одноразового использования) [18. С. 63]. Такое ситуативное отношение к приобретаемым вещам меняет и режим их существования, если раньше, в силу дефицита, вещи накапливались по мере смены поколений и служили годами, то теперь их невозможно копить, они теряют свою ценность, как только меняются условия их использования. Тем самым они теряют свою актуальность, утрачивают статус получения удовольствия, новизны и общедоступности. Как отмечает Е.А. Поддячая, такое потребление начинает влиять на «допуск» человека в различные социальные сообщества и приращение социального капитала [24].

Поэтому такого рода размытость жизни, существование в условиях подвижности границ и невозможности придать своему окружению черты стабильности порождают новый способ их установления: вещи начинают цениться за свою высокую цену (вещи класса «люкс»), которые могут быть доступны очень ограниченному кругу потребителей, но они быстро переходят благодаря массовому производству в статус вещей для всех (они теряют статус новинок, и цена падает), либо приобретают ценность вещи антикварные, которые также обладают высокой стоимостью и ценностью в силу ограниченного количества и как следствие малодоступности.

И третий вид потребления мы назвали эгоистическим – это потребление, связанное с получением удовольствия от приобретения какой-либо вещи, причем оно может быть не связано с владением чем-то ценным в глазах референтной группы и не обладать высокой стоимостью, а иметь личностную окрашенность.

Поход по магазинам для некоторых категорий потребителей – это не только возможность что-то купить, но и пережить определенные эмоции, связанные с приобщением к чему-то новому, к вере в возможность найти именно то, что тебе нужно, и это окажется для тебя доступным. Ребекка Блумвуд так описывает свое состояние при посещении магазина: «Понимаете, первое посещение любого магазина – это всегда событие. Всякий раз, когда я переступаю порог нового магазина, появляется это волнение, надежда и даже, можно сказать, вера, что именно этот магазин и окажется лучшим в мире, в нем будет все-все-все, и необыкновенно дешево» [23. С. 123].

Героиня Кинселлы страдает шопоголизмом и являет собой яркий пример современного отношения к потреблению, когда оно из разряда необходимого (прагматического потребления), направленного на выживание, превратилось в процесс непрерывного получения удовольствия от покупок, обладания брендовой вещью, от желания читать зависть в глазах других. Ребекка оправдывает свою покупку дорогого шарфика от «Денни и Джордж»: «Какие могут

быть сомнения? Я должна купить его. Непременно. С ним мои глаза кажутся больше, стрижка – дороже, и вообще я выгляжу по-другому. И носить могу его с чем угодно, и люди станут говорить обо мне: „Вон та девушка в шарфе от „Денни и Джордж“» [22. С. 14].

После совершения столь желанной покупки Ребекка описывает свои эмоции и переживания, сравнивая их с физиологическими ощущениями, которые испытывает каждый из нас получая желаемое, долгожданное, то, что для нас окрашено нашими личными, субъективными переживаниями: «Вот оно, мгновение счастья – когда пальцы обхватывают ручку блестящей, хрусткой сумки и все содержимое этой фирменной упаковки переходит в мое полное владение. На что похоже это чувство, возникающее в такой момент? Это все равно, что голодать несколько дней, а потом откусить большущий кусок горячего тоста с маслом. Или проснуться утром и осознать, что сегодня суббота. Да что там, такие мгновения сравнимы с лучшими моментами секса. Ничто больше не существует – все мысли и чувства сконцентрированы на этом чудесном ощущении. На одном чистом эгоистическом удовольствии» [22. С. 25].

Уровень эгоистического потребления – это потребление именно знаковой, символической составляющей вещи, он из всех видов потребления самый менее рациональный, самый менее осознаваемый, это всегда реализация чистого удовольствия.

Оно, конечно, не существует в чистом виде, по приведенным фрагментам видно, что оно включает в себя все три вида потребления, героиня пытается оправдать свою трату и с рациональной точки зрения (она покупает по распродаже, она говорит о престижном статусе, который предписывается обладателю столь дорогой вещи), но все это есть лишь следствия тех переживаний, которые она испытывает от владения данным шарфиком. В данной ситуации можно говорить, что покупка есть реализация отношения «Я – Я», когда индивид обращен к себе, к своим чувствам и действует, исходя из собственных установок и ценностей.

Таким образом, в статье были выделены и проанализированы три вида потребления: прагматическое, отличающееся рационализмом, наибольшей устойчивостью в плане перечня потребляемых товаров, оно, в первую очередь, направлено на выживание, поддержание витальных интересов и связано с формированием чувства «Мы» как людей одной культуры, одного стиля жизни, обладающих коллективным «Я». Демонстративное потребление отличается ориентированностью на других, желанием показать себя другим, рассказать им своим внешним видом о себе, поэтому направлено на других и носит экстравертивный характер. Отношения здесь выстраиваются по принципу «Мы – Другие» и носят статичный характер вплоть до второй половины XIX в., так как сословный строй закреплял границы между социальными группами, меняя его на динамичный, свойственный культуре конца XIX в. и особенно второй половине XX в., так как таких Других теперь может быть много в зависимости от ситуации, свободного выбора (сам решаю, с кем я буду сегодня). Третий вид – эгоистическое потребление, которое носит личностный характер, оно наиболее эмоционально окрашено и менее рационально из всех и представляет собой систему отношений человека с самим собой «Я – Я».

Список источников

1. Лем С. Философия случая. М. : АСТ : АСТ Москва : Трауит книга, 2005. 767 с.
2. Вебер М. Основные понятия стратификации // Политология. Хрестоматия. М. : Гардарики, 2000. С. 256–273.
3. Веблен Т.Б. Теория праздного класса. М. : Прогресс, 1984. 367 с.
4. Бурдьё П. Различие: Социальная критика суждения. М. : РОССПЭН, 2004. 680 с.
5. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М. : Республика. Культурная революция, 2006. 269 с.
6. Зиммель Г. Мода // Избранное. Т. 2: Созерцание жизни. М. : Юрист, 1996. С. 266–291.
7. Желнина А.А. Социокультурное значение пространств потребления в постсоветском городе (на примере торговых центров Санкт-Петербурга) // Вестник СПбГУ. Серия 12. 2010. Вып. 1. С. 330–334.
8. Ворожейкин С.И. Потребление как способ конструирования социальной идентичности // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2015. № 2. С. 57–61.
9. Ечевская О.Г. Практики потребления и различия в контексте социально обусловленных оправданий бедности и богатства // Регион: экономика и социология. 2010. № 1. С. 129–148.
10. Архангельская К.В., Закс Л.А. Потребление брендов как практика самоидентификации современного человека // Известия УрГЭУ. 2011. № 5 (37). С. 128–132.
11. Овруцкий А.В. Социальные модели потребления // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 5. С. 55–64.
12. Токмачева О.С. Торговые центры: подходы к определению сущности и классификации с учетом российской специфики // Вестник РЭУ. 2012. № 7. С. 91–98.
13. Посытанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Калуга : Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. 296 с.
14. Щавель С.А. Синдром потребительства и стиль жизни // Социологический альманах. 2019. № 10. С. 8–21.
15. Филимонова О.Ф. Публичное пространство города. Саратов : Саратовский источник, 2017. 185 с.
16. Тихомирова Е.Е. Вещный мир культуры // Культурно-антропологические исследования. 2022. № 1. С. 24–31.
17. Харламов А.В. Солидарность и проблема морали: социально-философский анализ современных концепций // Вестник Удмуртского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2023. Т. 33, № 1. С. 5–14. doi: 10.35634/2412-9550-2023-33-1-5-14
18. Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. 2000. № 1/2. С. 61–69.
19. Копытофф И. Культурная биография вещей: товаризация как процесс // Социология вещей : сб. статей. М. : Изд. дом «Территория будущего», 2006. С. 134–166.
20. Печуров И.В. Аксиология престижа и статуса в практиках демонстративного поведения в российской социальной действительности // Гуманитарий юга России. 2018. Т. 7, № 1. С. 192–200.
21. Рьюен К. Покупка одежды в царской России: развитие культуры потребления // Социальные и гуманитарные науки. 1996. № 3. С. 111–116.
22. Кинселла Софи. Тайный мир шопполика. М. : Эксмо, 2009. 409 с.
23. Кинселла Софи. Шопполик на Манхэттене. М. : Эксмо, 2016. 441 с.
24. Поддячая Е.А. Актуализация проблемы виртуального социального капитала: метаанализ публикаций // Вестник Томского государственного университета. 2023. № 491. С. 74–81. doi: 10.17223/15617793/491/9

References

1. Lem, S. (2005) *Filosofiya sluchaya* [Philosophy of Chance]. Moscow: AST: AST Moskva: Trayuit kniga.
2. Weber, M. (2000) *Osnovnyye ponyatiya stratifikatsii* [Basic Concepts of Stratification]. In: Vasilik, M.A. & Vershinin, M.S. (eds) *Politologiya. Khrestomatiya* [Political Science. A Reader]. Moscow: Gardariki. pp. 256–273.
3. Veblen, T.B. (1984) *Teoriya prazdnogo klassa* [Theory of the Leisure Class]. Moscow: Progress.
4. Bourdieu, P. (2004) *Razlichie: Sotsial'naya kritika suzhdeniya* [Difference: Social Critique of Judgment]. Translated from French. Moscow: ROSSPEN.

5. Baudrillard, J. (2006) *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury* [Consumer Society. Its Myths and Structures]. Translated from French. Moscow: Respublika. Kul'turnaya revolyutsiya.
6. Simmel, G. (1996) *Izbrannoe* [Selected Works]. Vol. 2. Translated from German. Moscow: Yurist. pp. 266–291.
7. Zhelnina, A.A. (2010) Sotsiokul'turnoe znachenie prostranstv potrebleniya v postsovetском gorode (na primere torgovykh tsentrov Sankt-Peterburga) [Sociocultural Significance of Consumption Spaces in a Post-Soviet City (Based on the Example of St. Petersburg Shopping Centers)]. *Vestnik SPbGU. Seriya 12. 1.* pp. 330–334.
8. Vorozheykin, S.I. (2015) Potreblenie kak sposob konstruirovaniya sotsial'noy identichnosti [Consumption as a Way of Constructing Social Identity]. *Vestnik RGGU. Seriya Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedenie. 2.* pp. 57–61.
9. Echevskaya, O.G. (2010) Praktiki potrebleniya i razlicheniya v kontekste sotsial'no obuslovlennykh opravdaniy bednosti i bogatstva [Consumption and Distinction Practices in the Context of Socially Determined Justifications of Poverty and Wealth]. *Region: ekonomika i sotsiologiya. 1.* pp. 129–148.
10. Arkhangel'skaya, K.V. & Zaks, L.A. (2011) Potreblenie brendov kak praktika samoidentifikatsii sovremennogo cheloveka [Consumption of brands as a practice of self-identification of a modern person]. *Izvestiya UrGEU. 5(37).* pp. 128–132.
11. Ovrutskiy, A.V. (2010) Sotsial'nye modeli potrebleniya [Social models of consumption]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki. 5.* pp. 55–64.
12. Tokmacheva, O.S. (2012) Torgovyie tsentry: podkhody k opredeleniyu sushchnosti i klassifikatsii s uchetom rossiyskoy spetsifiki [Shopping centers: approaches to defining the essence and classification taking into account Russian specifics]. *Vestnik REU. 7.* pp. 91–98.
13. Posypanova, O.S. (2012) *Ekonomicheskaya psikhologiya: psikhologicheskie aspekty povedeniya potrebitel'ey* [Economic psychology: psychological aspects of consumer behavior]. Kaluga: KSU.
14. Shchavel, S.A. (2019) Sindrom potrebitel'stva i stil' zhizni [Consumerism syndrome and lifestyle]. *Sotsiologicheskii al'manakh. 10.* pp. 8–21.
15. Filimonova, O.F. (2017) *Publichnoe prostranstvo goroda* [Urban Public Space]. Saratov: Saratovskiy istochnik.
16. Tikhomirova, E.E. (2022) Veshchnyy mir kul'tury [The material world of culture]. *Kul'turno-antropologicheskie issledovaniya. 1.* pp. 24–31.
17. Kharlamov, A.V. (2023) Solidarnost' i problema morali: sotsial'no-filosofskiy analiz sovremennykh kontseptsiy [Solidarity and the problem of morality: A socio-philosophical analysis of modern concepts]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika. 33(1).* pp. 5–14. DOI: 10.35634/2412-9550-2023-33-1-5-14
18. Golofast, V.B. (2000) Lyudi i veshchi [People and things]. *Sotsiologicheskii zhurnal. 1/2.* pp. 61–69.
19. Kopytoff, I. (2006) Kul'turnaya biografiya veshchey: tovarizatsiya kak protsess [Cultural biography of things: commodification as a process]. In: Vakhstein, V.S. (ed.) *Sotsiologiya veshchey* [Sociology of Things]. Moscow: Territoriya budushchego. pp. 134–166.
20. Pechkurov, I.V. (2018) Aksiologiya prestizha i statusa v praktikakh demonstrativnogo povedeniya v rossiyskoy sotsial'noy deystvitel'nosti [Axiology of prestige and status in the practices of demonstrative behavior in Russian social reality]. *Gumanitarniy yuga Rossii. 7(1).* pp. 192–200
21. Reuen, K. (1996) Pokupka odezhdy v Tsarskoy Rossii: razvitie kul'tury potrebleniya [Buying Clothes in Tsarist Russia: The Development of Consumer Culture]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. 3.* pp. 111–116.
22. Kinsella, S. (2009) *Taynyy mir shopogolika* [The Secret World of a Shopaholic]. Translated from English. Moscow: Eksmo.
23. Kinsella, S. (2016) *Shopogolik na Mankhettene* [Shopaholic in Manhattan]. Translated from English. Moscow: Eksmo.
24. Poddyachaya, E.A. (2023) Actualizing the virtual social capital phenomenon: A meta-analysis of science sources. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal. 491.* pp. 74–81. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/491/9

Сведения об авторе:

Чапля Т.В. – кандидат социологических наук, доктор культурологии, профессор кафедры теории, истории культуры и музеологии Новосибирского государственного педагогического университета (Новосибирск, Россия). E-mail: chap_70@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Чаплыга Т.В. – Pedagogical University of Novosibirsk (Novosibirsk, Russian Federation).
E-mail: chap_70@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 18.01.2024;
одобрена после рецензирования 29.01.2024; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 18.01.2024;
approved after reviewing 29.01.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 791

doi: 10.17223/22220836/58/14

ПАСТИШ КАК ЯДРО ТРАНСМЕДИЙНОГО СТОРИТЕЛЛИНГА НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ О БЭТМЕНЕ ДЖОЭЛА ШУМАХЕРА

Георгий Маркович Шишков

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия, peevez@yandex.ru*

Аннотация. Данная работа посвящена визуальной эстетике как повествовательному инструменту, который создает определенную трансмедийную связь между разными произведениями и эпохами на примере фильмов Джоэла Шумахера «Бэтмен навсегда» и «Бэтмен и Робин». Цель работы – определить, как культурный и эстетический потенциал фильмов Шумахера с помощью пастиша не только совершенствует миф о Бэтмене в кинематографе, но и создает своим визуальным повествованием связь с другими произведениями, представляя собой наиболее каноническую и совершенную интерпретацию этого мифа.

Ключевые слова: пастиш, кэмп, Бэтмен, Джоэл Шумахер, трансмедиа, трансмедийный сторителлинг, популярная культура, конвергентная культура, супергерои

Для цитирования: Шишков Г.М. Пастиш как ядро трансмедийного сторителлинга на примере фильмов о Бэтмене Джоэла Шумахера // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 164–172. doi: 10.17223/22220836/58/14

Original article

PASTICHE AS THE CORE OF TRANSMEDIA STORYTELLING ON THE EXAMPLE OF JOEL SCHUMACHER'S BATMAN FILMS

Georgii M. Shishkov

*National Research Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation,
peevez@yandex.ru*

Abstract. This paper focuses on visual aesthetics as a narrative tool that creates a certain transmedia connection between different works and eras, using Joel Schumacher's *Batman Forever* (1995) and *Batman and Robin* (1997) as examples. Batman is a modern myth that has evolved over 80 years, during which time a great deal of content has been released through different media (including film adaptations), across a variety of genres and styles. Schumacher's films, on the one hand, are ideological and narrative continuations of Tim Burton's films ("*Batman*", 1989; "*Batman Returns*", 1992) and, on the other hand, visually refer to the aesthetics of the so-called "camp" – a transformed vulgar grotesque oriented to the tastes of the mass audience, and, accordingly, to the cult series of 1966 ("*Batman*", 1966), made in a similar style.

The problem of the study is that superhero works are not consistent with each other on a narrative level (which is the core of transmedia storytelling according to Henry Jenkins), thus not allowing for a complete understanding of the superhero myth. The aim of this paper is to determine how the cultural and visual-aesthetic potential of Schumacher's films through pastiche not only perfects the myth of Batman in cinema, but also creates a connection with other works through its visual narrative, representing the most canonical and perfect interpretation of this myth.

Through the pastiche, as a stylistic and visual imitation of several previous works and a link to the contemporary era, Schumacher showed the involvement of his films not only with Batman as a myth, but also with the corpus of other texts about the superhero, thus creating a transmedia connection between Batman films. Thus, pastiche, as a combination of certain elements of different works on a visual level, can be the core of transmedia storytelling, something around which the connection between works and different eras is made.

Keywords: Pastiche, Camp, Batman, Joel Schumacher, Transmedia, Transmedia Storytelling Popular Culture, Convergence Culture, Superheroes

For citation: Shishkov, G.M. (2025) Pastiche as the core of transmedia storytelling on the example of Joel Schumacher's Batman films. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 164–172. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/14

Введение

Супергерои занимают значимое место в массовой и популярной культурах, принимая на себя функцию полноценного современного мифа [1. С. 177–178]. На протяжении более 80 лет Бэтмен и сопровождающие его сюжеты кардинально менялись как трансмедийно, т.е. посредством разных медианосителей [2. С. 153] (комиксы, игры, фильмы), так и жанрово, отличаясь разным характером и визуальным стилем. Так, в кино Бэтмен воплощался в 5 разных жанрах: сериал 1943 г. был политической пропагандой военного времени, фильм и сериал 1966 г. были кэмповой комедией, самопародией на Бэтмена, дилогия Тима Бертона носила более серьезный, мрачный тон с элементами готики, гротеска и фантастики, трилогия Кристофера Нолана была реалистическим триллером, фильм Мэтта Ривза – нуарный детектив.

Отдельное место занимает дилогия Джоэла Шумахера, которая, с одной стороны, являлась идейным и нарративным продолжением фильмов Бертона, но с другой – принадлежала к совершенно иному жанру и визуальному стилю. После провала фильма Бертона «Бэтмен возвращается» ввиду его чрезмерной мрачности [3] перед Джоэлом Шумахером стояла задача сделать следующие фильмы – «Бэтмен навсегда» («Batman Forever», 1995) и «Бэтмен и Робин» («Batman and Robin», 1997) – более ориентированными на детскую и семейную аудиторию [4. Р. 2].

Фильмы Шумахера достаточно спорные: «Бэтмен навсегда» обладает средними оценками (5,4/10 на IMDb [5]), а «Бэтмен и Робин» получил крайне низкие отзывы (3,8/10 на IMDb [6]) и обрел репутацию худшего супергеройского фильма [7]. В результате фильмы Шумахера выпадают из фокуса академического внимания. Можно говорить о том, что визуально-жанровый потенциал фильмов Шумахера не выявлен, чаще всего их просто ставят в один ряд с произведениями 1966 г. [8]. При этом их относят к эстетике так называемого кэмп [3. Р. 9] – трансформированного вульгарного гротеска, ориентированного на вкусы массового зрителя [9]. Здесь возникает исследовательский вопрос: чем именно являются фильмы Шумахера – чистым кэмпом или пастишем – особым видом комбинации и имитации (в данном случае кэмп), обусловленной социокультурным контекстом [10].

В последние несколько лет в среде фан-сообщества все чаще возникают дискуссии о выпуске режиссерской версии фильма «Бэтмен навсегда» [11], что показывает новый виток интереса к фильмам Шумахера и становится актуальностью данного исследования. Также актуальность подтверждается тем,

что исследование стиля как ключевого повествовательного элемента может стать развитием и реактуализацией теории трансмедийной согласованности.

Американский исследователь медиа Генри Дженкинс вывел теорию трансмедийного сторителлинга – создание единого масштабного канона посредством множества произведений на разных медианосителях [2. С. 153]. Недостаток подхода Дженкинса в том, что в качестве центрального связующего звена – ядра трансмедийного сторителлинга – он учитывает исключительно нарратив, что в случае с супергероями (не только DC, но Marvel и пр.) не работает из-за отсутствия единого нарративного канона. Фильмы о Бэтмене также свидетельствуют об этой проблеме, поскольку они не являются согласованными по отношению друг к другу в плане сюжета, характера героев и т.п. Так, ввиду множественности интерпретаций миф о Бэтмене является несогласованным и хаотичным, не существует единого, целостного и канонического представления об этом герое. Здесь видна проблема исследования: произведения о супергероях, в том числе фильмы, должны как-то взаимодействовать друг с другом, перенимать определенные черты сторителлинга не только на нарративном, но и на аудиовизуальном уровне, чтобы полноценно воплощать супергеройский миф, но модель трансмедийного сторителлинга, которая могла бы обеспечить такую взаимосвязь, не подходит ввиду несогласованности большого количества супергеройских произведений на нарративном уровне и недоработанности потенциально подходящей концепции.

Цель данной работы – определить, как культурный и визуально-эстетический потенциал фильмов Шумахера не только совершенствует миф о Бэтмене в кинематографе, но и создает своим визуальным повествованием связь с другими фильмами.

Кэмп и пастиш

Принято считать, что фильмы Шумахера являются кэмпом [4. Р. 4]. Сьюзен Зонтаг, американский критик, толкует кэмп как «определенный вид эстетизма», одними из главных элементов которого являются «развенчание серьезности» (при том, что «Кэмп – это искусство, которое ставит целью быть полностью серьезным») и передача «чувствительности эпохи» [9]. Так, кэмп – это эстетика времен постмодерна, которая за счет своей показательной искусственности, несерьезности и «чрезмерности» служит средством самоидентификации и может затрагивать достаточно серьезные темы и проблемы общества в контексте эпохи.

При этом значимость кэмпа кроется в нахождении глубокого смысла: «В зазоре между намеренной серьезностью и получившейся самопародийностью и родится настоящий кэмп, значимость и художественная ценность которого состоит в двойственности интерпретации, возможности извлечь из произведения более глубокий смысл, нежели тот, что лежит на поверхности» [12].

Здесь стоит отметить, что стиль кэмпа уже присутствовал до Шумахера в предыдущих фильмах о Бэтмене. Искусствовед и кинокритик Н.А. Цыркун отмечает, что культовому сериалу и полнометражке 1966 г. предшествовал фильм художника Энди Уорхола «Бэтмен Дракула» («Batman Dracula», 1964), который считается первой кинолентой в стиле кэмп [12]. Этим фильмом Уор-

хол в свое время подарил Бэтмену новую визуально-эстетическую форму, которую и перенял сериал 1966 г.

Этот сериал (и связанная с ним полнометражка) обладал кэмповой чертой развенчания, представляя собой скорее насмешку над супергероем, в которой на первый план выходили «искусственность, стилизованность нарочито эстетизированного мира нового комикса, в котором отразилась та особая чувствительность эпохи» [12] и, конечно же, слэпстик – буффонада, утрированно-комическая манера актерской игры.

Факт того, что Бэтмен принимал форму кэмп до фильмов Джоэла Шумахера, а сам Шумахер совместил кэмп с актуальной его эпохе стилистикой Бэтмена 90-х г., позволяет говорить о том, что фильмы Шумахера представляют собой пастиш – определенную комбинацию / имитацию, которая, в отличие от пародии, чувствует оригинал [13. Р. 1]. Феномен пастиша не определен до конца – существует множество интерпретаций и подходов к изучению этого феномена, а термин используется без разбора. Например, российский филолог и специалист по постмодернизму И.П. Ильин понимает пастиш как «редуцированную форму пародии» [14. С. 189], а американский философ Фредрик Джеймисон охарактеризовал его «как основной модус постмодернистского искусства» [14. С. 190].

Английский профессор киноведения Ричард Дайер пытался найти место пастиша как аудиовизуального стиля среди разных методов комбинации и имитации [10. С. 21]. Так, Дайер, изучив множество научных парадигм, определяет пастиш как особую имитацию, подражание, которое отсылается к контексту комбинирования, т.е. использует подражание в качестве создания наглядной преемственности между произведениями разных авторов и эпох [10. С. 41–42]. Так, мы понимаем, что пастиш, в отличие от других видов комбинации, потенциально создает собой связь между разными произведениями и их эпохами.

Кэмп у Шумахера

Перед тем как анализировать фильмы как пастиш, стоит указать, как именно элементы кэмп (как часть пастиша) используются Шумахером. Warner Bros. дали абсолютно кэмповое задание Шумахеру «развенчать серьезность» предшественника. Кэмп, в отличие от предшествующего мрачного стиля Бертона, присущ вызывающий, яркий и кричащий стиль: «отличительный знак кэмп – дух экстравагантности... это женщина, закутанная в платье, сделанное из трех миллионов перьев» [9]. Так, яркий и «кричащий» визуальный стиль фильмов «Бэтмен навсегда» и «Бэтмен и Робин» сам собой сообщает о присутствии кэмп.

Выполняя заказ студии, Джоэл Шумахер искренне использовал свой авторский потенциал, каждый элемент фильма «Бэтмен навсегда» был обоснован его авторским видением. Например, нововведение в виде сосков у костюмов Бэтмена и Робина, которые чаще всего ругает массовая аудитория [4. Р. 3–4]. В одном из интервью Шумахер раскрыл, что он ставил перед собой цель подчеркнуть сверхчеловеческое супергероев с помощью их сопоставления с идеальными греческими статуями [15], что подчеркнуло статус супергероев как современного мифа на визуальном уровне.

Помимо визуальной «яркости», Шумахер также использовал слэпстик. Оба фильма Шумахера отличаются ярко выраженной буффонадой, которая особенно заметна в актерской игре Томми Ли Джонса и Джима Керри, исполнителей ролей антагонистов. Такой элемент вновь выносит миф о Бэтмене на уровень произведений 60-х гг., когда тот являлся пародией на самого себя. Это позволяет нам говорить о том, что к Бэтмену вернулись присущие кэмпу ирония и отношение ко всему в кавычках [9].

Следующий элемент – искусственность: «Все, что является кэмпом – люди и предметы – содержит значительный элемент искусственности» [9]. Как раз и люди, и предметы (декорации и окружение) показаны в фильмах максимально ненастоящими и искусственными. Все персонажи (за исключением самого Бэтмена) очень упрощены и объективизированы как визуально, так и нарративно. Они – стереотипы, каждый наделяется конкретной функцией, рамки которой не нарушаются. Это видно по персонажу Чейз Меридиан (Николь Кидман) – любовный интерес героя и дама в беде на показательном «ярлыковом», т.е. искусственном уровне. Декорации – сочетание бертоновского готического монументализма и кэмповых неоновых-кислотных оттенков, что также выглядит демонстративно неестественным и гротескным.

Тем не менее кэмп подразумевает многоуровневость, двойственность интерпретации и наличие глубинного смысла, что в фильмах Шумахера строится на фундаментальном исследовании Бэтмена как персонажа, чего раньше в кинематографе не было. Лейтмотивом «Бэтмен навсегда» являются внутренние терзания Брюса Уэйна (Вэл Килмер) и его приход к компромиссу с Бэтменом как своим альтер-эго. Шумахер раскрывает этот конфликт на разных уровнях: визуально подчеркнутая разница между Уэйном как обычным человеком и Бэтменом как античным сверхчеловеком; попытка отказа Уэйна от Бэтмена и последующее принятие на нарративном уровне; взаимодействия со своими двойниками в лице Робина (Крис О’Доннелл) и Двуликого (Томми Ли Джонс) на уровне взаимоотношений персонажей. Шумахер как режиссер не только рассказывает о лейтмотиве, но, в первую очередь, кинематографично показывает, используя визуальную эстетику кэмп в качестве инструмента эффективного эмоционального воздействия на массового зрителя. Бэтмен Шумахера серьезен, но эта серьезность не воспринимается на первый взгляд, потому что этот Бэтмен всегда «слишком», что напрямую коррелирует с мыслями Зонтаг.

Подводя промежуточные итоги, можно предположить, что диалогия Джоэла Шумахера работает как кэмп, чему свидетельствуют двойственность интерпретации, визуальный стиль, слэпстик, демонстративная искусственность и множество других факторов, которые скрывают за собой серьезный анализ Бэтмена.

Пастиш на кэмп

Как было сказано ранее, Бэтмен уже сталкивался с кэмпом в 60-е гг. Отсюда кэмповый Бэтмен Шумахера обречен быть вторичным. Однако тот факт, что фильмы Шумахера помимо кэмп сохраняют элементы стилистики Бертона, позволяет предположить, что Шумахер создавал не полноценный кэмп, а пастиш на разные произведения о Бэтмене и их стиль, включая кэмп.

Когда перед Шумахером встала задача переработать Бэтмена эпохи 90-х, которую создал Бертон, он решил обратиться к опыту прошлых произведений, а не привнести Бэтмену совершенно новую стилистику, как это позже сделают Нолан и Ривз. Фильмы Шумахера заимствуют множество элементов сериала 1966 г., начиная (само)пародией, слэпстиком и абсурдом, заканчивая техническими и визуальными подражаниями эпохе сериала, и сочетают их с релевантными для эпохи Шумахера аудио-визуальными решениями и канонами – созданные Бертоном, например, общие черты костюма Бэтмена. Так через пастиш, в котором сочетаются несколько версий Бэтмена, создается четкая трансмедийная связь между разными эпохами и произведениями о Бэтмене, что делает киномиф об этом супергерое более целостным.

Говорить именно о пастише наглядно позволяет саундтрек Эллиота Голденталя, который тот написал под руководством Шумахера. Саундтрек – достаточно важная часть киноязыка, поскольку через звуковое сопровождение и музыку выстраивается настроение сцен фильма. В то время, когда в фильмах Бертона звучала возвышенная музыка Дэнни Эльфмана, которая заимствовала части классического музыкального эпоса (например, *Dies Irae* в треке «Descent Into Mystery») без конкретной контекстной связи, Голденталь осознанно не претендовал на такой статус. Он писал музыкальный пастиш на музыку эпохи Бэтмена-66 – джазовые вставки второй половины XX в., не характерные для 90-х гг. Более того, в одном интервью композитор рассказал, что придумывал тему Бэтмена на основе гипотетической мелодии, которую поют дети во время игры [16].

Также в некоторых треках встречается пастиччо – «феномен в музыке, когда элементы разного происхождения (написанные разными композиторами, в разных стилях) сводятся вместе» [10. С. 28]. Голденталь не просто подражает эстетике, а смело вставляет куски из заглавной темы сериала 66 г., как, например, в треке «Themes From Batman Forever» на 02:23 и 02:31. Тем самым Голденталь с помощью комбинации детской песни и жанровой эстетики музыки 60-х выводит саундтрек на метауровень, с одной стороны, подчеркивая пастиш на одном из важных уровней киноязыка, с другой – демонстративно иронизируя над коммерческим подходом студии.

Помимо этого, пастиш проявляется во введении в сюжет персонажа Робина (Крис О'Доннелл). Визуальный образ этого персонажа, который появлялся в сериале 1966 г., не подходил по стилистике фильмам Бертона. Тем не менее его появление в фильме «Бэтмен навсегда» впервые с 1966 г. воплотило культовый комиксный тандем Бэтмен – Робин на больших экранах, воссоздав значимый элемент мифа о Бэтмене эпохи 90-х гг. Говорить именно о пастише на сериал 1966 г. нам позволяет следующий момент: в фильме обыгрывается известная фраза Робина из сериала 1966 г. «Holy [something]» («Святое [что-то]»), которую тот произносил в качестве эмоционального восклицания и реакции на происходящие события в слэпстиковой манере. В одной из кульминационных сцен Робин произносит фразу-каламбур «Holy rusted metal» (где holy означает не только святой, но и дырявый), что служит интертекстуальной насмешкой над самопародийным элементом из прошлых произведений.

Фильмы Шумахера с помощью пастиша на сериал 1966 г. смотрят на миф Бэтмена не через новый жанр, а через трансформацию жанра. Эстетика

кэмп, появившаяся на заре постмодернизма, была реактуализирована под реалии 90-х, результатом чего стало появление у нового фильма о Бэтмене контекста совершенного мифа супергероя.

Вывод

Джозл Шумахер пытался не просто взглянуть на Бэтмена с совершенно нового ракурса, а вернуться к определенной устаревшей парадигме, через реактуализацию которой можно было бы взглянуть на Бэтмена по-новому. На тот момент такое переосмысление, безусловно стильное, постмодернистское, но вызывающее, было в итоге отвергнуто, что, впрочем, не лишает произведения Шумахера описанных достоинств. Кэмп позволил Шумахеру раскрыть достаточно сложный краугольный конфликт Бэтмена на доступном для массового зрителя уровне. Также стилистика кэмп помогла Шумахеру выполнить запрос студии на семейный характер ленты.

С помощью пастиша как стилистического и визуального подражания нескольким предшествующим произведениям и связи с современной эпохой Шумахер показал сопричастность своих фильмов не только с Бэтменом как мифом, но и с корпусом других текстов о супергерое, создав тем самым трансмедийную связь между фильмами о Бэтмене. Так, пастиш как сочетание определенных элементов разных произведений на визуальном уровне, может являться ядром трансмедийного сторителлинга, тем, вокруг чего осуществляется связь между произведениями и разными эпохами. Это делает фильм «Бэтмен навсегда» (но в спорной степени фильм «Бэтмен и Робин») наиболее объективным, совершенным и каноничным фильмом о супергерое, который ко всему прочему благодаря своей кэмповой самопародийности не претендует на статус единственно верного канона, допуская, но обязательно подразумевая с помощью пастиша наличие иных интерпретаций. Такая связь между фильмами хоть и носит довольно абстрактный и даже ризомный характер, но все-таки объединяет их, образуя более-менее целостное единое представление о Бэтмене как мифе.

Список источников

1. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. с англ. С. Серебряного. СПб. : Симпозиум, 2005. 503 с.
2. Дженкинс Г. Конвергентная культура / пер. с англ. А. Гасилина. М. : Группа компаний «РИПОЛ классик», 2019. 384 с.
3. A Closer Look: Batman Returns' Impact on Children (July 1992) // YouTube.com. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KWxrHz-JORE> (дата обращения: 18.03.2024).
4. Zaglewski T. Neon Knight Forever: The Legacy of Joel Schumacher's Batman Duology. Bloomsbury Publishing, 2024.
5. *Batman Forever* // IMDb. URL: https://www.imdb.com/title/tt0112462/?ref_=vp_close (accessed: 17.03.2024).
6. *Batman and Robin* // IMDb. URL: https://www.imdb.com/title/tt0118688/?ref_=tt_sims_tt_i_1 (accessed: 17.03.2024).
7. Fear D. From giant Japanese do-gooders to Marvel-ous web-slingers, we look back at the top 10 superhero movies // MSN. URL: <https://web.archive.org/web/20080130104943/http://movies.msn.com/movies/superhero> (accessed: 18.03.2024).
8. *Batman and Robin – Nostalgia Critic* // Channel Awesome. Видеохостинг YouTube.com. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=22KQnBakvHQ> (accessed: 31.03.2024).
9. Зонтаг С. Заметки о кэмпе // Библиотека. URL: <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%97/zontag-sjyuzen/izbrannie-esse-1960-70-h-godov/6> (дата обращения: 16.03.2024).

10. Дайер Р. Пастिश / пер. с англ. И. Кушнareвой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 344 с. doi:10.17323/978-5-7598-2368-1
11. *Фанаты* Джозла Шумахера требуют выпустить режиссерскую версию «Бэтмен навсегда» // Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/4002285/> (дата обращения: 18.03.2024).
12. Цыркун Н. Вселенная супергероев. Американский кинокомикс. История и мифология. «Очи черные» и бэтнаручники: кинокомикс и эстетика кэмп // Искусство кино. URL: <https://kinoart.ru/texts/ochi-chernye-i-betnaruchniki-kinokomiks-i-estetika-kempa> (дата обращения: 18.03.2024).
13. Hoesterey I. *Pastiche: Cultural Memory in Art, Film, Literature*. Indiana University Press, 2001.
14. Ильин И. Постмодернизм. Словарь терминов. М. : Интрада, 2001.
15. *The Making of 'BATMAN & ROBIN' | Behind The Scenes* // YouTube.com. URL: https://www.youtube.com/watch?v=B5wsfhvoD_A&t=2946s (13:12-13:50) (accessed: 18.12.2022).
16. *The Music of 'Batman Forever' by Elliot Goldenthal* // YouTube.com. URL: https://www.youtube.com/watch?v=A-SU16_-aEc (accessed: 18.12.2022).

References

1. Eco, U. (2005) *Rol' chitatatelya. Issledovaniya po semiotike teksta* [The Role of the Reader. Studies in the Semiotics of the Text]. Translated from English and Italian by S. Serebryanyy. St. Petersburg: Simpozium.
2. Jenkins, G. (2019) *Konvergentnaya kul'tura* [Convergent Culture]. Translated from English by A. Gasilin. Moscow: RIPOL klassik.
3. YouTube.com. (1992) *A Closer Look: Batman Returns' Impact on Children (July 1992)*. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=KWxrHz-JORE> (Accessed: 18th March 2024).
4. Zaglewski, T. (2024) *Neon Knight Forever: The Legacy of Joel Schumacher's Batman Duology*. Bloomsbury Publishing.
5. IMDb. (n.d.) *Batman Forever*. [Online] Available from: https://www.imdb.com/title/tt0112462/?ref_=vp_close (Accessed: 17th March 2024).
6. IMDb. (n.d.) *Batman and Robin*. [Online] Available from: https://www.imdb.com/title/tt0118688/?ref_=tt_sims_tt_i_1 (Accessed: 17th March 2024).
7. Fear, D. (n.d.) *From giant Japanese do-gooders to Marvel-ous web-slingers, we look back at the top 10 superhero movies*. [Online] Available from: <https://web.archive.org/web/20080130104943/http://movies.msn.com/movies/superhero> (Accessed: 18th March 2024).
8. YouTube.com. (n.d.) *Batman and Robin – Nostalgia Critic*. [Online] Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=22KQnBakvHQ> (Accessed: 31st March 2024).
9. Sontag, S. (n.d.) *Zametki o kempe* [Notes on Camp]. [Online] Available from: <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%97/zontag-sjyuzen/izbrannie-esse-1960-70-h-godov/6> (Accessed: 16th March 2024).
10. Dayer, R. (2021) *Pastish* [Pastiche]. Translated from English by I. Kushnareva. Moscow: HSE. DOI: 10.17323/978-5-7598-2368-1
11. Kinopoisk. (n.d.) *Fanaty Dzhozla Shumakhera trebuyut vypustit' rezhisserskuyu versiyu "Betmen navsegda"* [Joel Schumacher's Fans Demand the Release of the Director's Cut of "Batman Forever"]. [Online] Available from: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/4002285/> (Accessed: 18th March 2024).
12. Tsyркun, N. (n.d.) *Vselennaya supergeroev. Amerikanskiy kinokomiks. Istoriya i mifologiya. "Ochi chernye" i betnaruchniki: kinokomiks i estetika kempa* [The Universe of Superheroes. American Comic Book Movie. History and Mythology. "Dark Eyes" and Bat-Handcuffs: Comic Book Movie and the Aesthetics of Camp]. [Online] Available from: <https://kinoart.ru/texts/ochi-chernye-i-betnaruchniki-kinokomiks-i-estetika-kempa> (Accessed: 18th March 2024).
13. Hoesterey, I. (2001) *Pastiche: Cultural Memory in Art, Film, Literature*. Indiana University Press.
14. Ильин, И. (2001) *Postmodernizm. Slovar' terminov* [Postmodernism. Dictionary of Terms]. Moscow: Intrada.

15. YouTube.com. (n.d.) *The Making of 'BATMAN & ROBIN' | Behind The Scenes*. [Online] Available from: https://www.youtube.com/watch?v=B5wsfhvoD_A&t=2946s (13:12-13:50) (Accessed: 18th December 2022).

16. YouTube.com. (n.d.) *The Music of 'Batman Forever' by Elliot Goldenthal*. [Online] Available from: https://www.youtube.com/watch?v=A-SU16_aEc (Accessed: 18th December 2022).

Сведения об авторе:

Шишков Г.М. – стажер-исследователь Центра фундаментальной социологии, магистрант программы «Critical Media Studies» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). E-mail: peevez@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Shishkov G.M. – National Research Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation). E-mail: peevez@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 05.04.2024;
одобрена после рецензирования 19.04.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 05.04.2024;
approved after reviewing 19.04.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В АКТУАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

Научная статья

УДК 008+93/94(571.12)

doi: 10.17223/22220836/58/15

ИСТОРИЯ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ ВИЗУАЛИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНИ

Ксения Александровна Анкушева¹, Руслан Илиянов Личев²

¹ Тюменское музейно-просветительское объединение, Тюмень, Россия

² Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

¹ ank-kseniya@yandex.ru

² r.i.lichev@utmn.ru

Аннотация. В статье на примере Тюмени анализируется визуальное восприятие горожанами элементов городского пространства в его историческом контексте. В качестве базовых избраны концепции образа города, мест памяти, семиотики. Инструментами исследования стали анкетный опрос и ментальное картирование. Представлен анализ полученных результатов. Отмечается наложение смыслов, неоднозначность символики мест, наличие в представлениях некоторых информантов мест, ныне отсутствующих в реальном городском пространстве.

Ключевые слова: Тюмень, городское пространство, городская идентичность, визуализация, репрезентация, анкетный опрос, ментальное картирование, семиотика, конструирование исторического образа

Для цитирования: Анкушева К.А., Личев Р.И. История в городском пространстве: опыт визуализации на примере Тюмени // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 173–190. doi: 10.17223/22220836/58/15

MODERN CONTEXTS OF CULTURAL HERITAGE

Original article

HISTORY IN URBAN SPACE: VISUALIZATION EXPERIENCE USING TYUMEN AS A CASE STUDY

Kseniya A. Ankusheva¹, Ruslan I. Lichev²

¹ Tyumen Museum-Education Organization, Tyumen, Russian Federation

² University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

¹ ank-kseniya@yandex.ru

² r.i.lichev@utmn.ru

Abstract. The article is focused on the issue of city image making. Tyumen, a rapidly developing Siberian city, is chosen as a model. The basic approach applied by the authors of the article is visual semiotics. It allowed to analyze the messages the city and its particular objects send to the residents. We assume that every place within the city is a sign or symbol that is interpreted according to the perception of an exact person. The purpose of the research is to study historical discourse in the urban space. To get a broader research context we considered the most significant places and symbols of the city.

We used the following two methods to collect the empiric material: an online questionnaire-based survey and mind mapping. The article reveals the image of the city from the perspective of its historical sites: the list of the sites is provided, their location and density is analyzed, and the interpretation of the respondents is considered. It should be noted that the interpretations of these places within the urban space, even of the most popular ones, are sometimes significantly different. Semiotic approach is what matters here. Among the enumerated sites we discovered the ones that no longer exist in the city. We attempted to specify the sites connected with different historical periods. The article provides the comparative analysis of the data collected via both methods: questionnaire and mind mapping. We exposed and systematized the respondents' suggestions about the significant events and the related characters whose image should be included in the urban space.

We considered the technological issues, connected with digitalization, that changed the exploration of the urban space. They were mostly assessed as positive by the respondents. The research is of a great value from the point of view of the city image making in general, and its certain objects and historical sites in particular. It is meaningful for sights construction and creation of a comfortable urban environment. The further research could be connected with the creation of a virtual map of the historical sites of Tyumen, with the study of "blank spots", with drawing up guidelines for the development of the urban environment.

Keywords: Tyumen, urban space, city identity, visualization, representation, questionnaire-based survey, mind mapping, semiotics, formation of historical image.

For citation: Ankusheva, K.A. & Lichev, R.I. (2025) History in urban space: visualization experience using Tyumen as a case study. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 173–190. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/15

Введение

Город является объектом внимания исследователей, представляющих самые разные отрасли научного знания. Подходы к изучению городской среды в последние годы существенно трансформировались, а урбанистика становится все более многогранной, высвечивая новые и актуальные проблемы, в том числе в рамках взаимоотношений человека и города. Человек так или иначе осваивает пространство города, он «не выносит смысловой и ценностной пустоты места» [1. С. 5]. В контексте исторической урбанистики «город не просто является местом обитания общества, но и интенсивно воздействует на него, формируя иную модель межличностных отношений, изменяя образ жизни и менталитет» [2. С. 80]. Образ места как «пространства жизни» [3. С. 87] складывается постепенно, свой вклад вносит каждое новое поколение, поэтому атмосфера города во многом обусловлена его историческим прошлым. В целях формирования интереса общества к «своей» истории – семьи, профессионального сообщества, малой родины, страны и т.д., память «нуждается во внешней поддержке и в осязаемых точках опоры, в которых и только благодаря которым она существует» [4. С. 29]. Такими основаниями, которые ищет человек, могут стать относительно постоянные, стабильные элементы окружающего городского пространства. Они связывают нас с местом и местным сообществом, формируют ощущение надежности, преемственности, уверенности в своем прошлом и настоящем с надеждой на буду-

щее. В этом отношении интересна визуализация истории в городском пространстве.

Теория и методология

Исследование образа сегодня является частью пространственных исследований, особенно в их постмодернистском варианте [3. С. 88]. Свою роль сыграли дискуссии в рамках географии человека – human geography [5]. Так называемый «пространственный поворот» – spatial turn, по словам Т.И. Макогон, «стал осуществляться большей частью на трансдисциплинарной почве», пытаясь обрести баланс между временем и пространством, между историей и географией [6. С. 168]. Такого рода исследования зачастую носят практический характер, основываясь на позиции: «...если мы принимаем, что пространство общественно создается, тогда мы признаем, что мы его можем изменить» [цит. по: 6. С. 171], используя его объекты в качестве символов, о чем подробно писал А. Лефевр [7. С. 10, 51, 52].

Обращение к практике визуализации (visual studies) вызвано как практическими соображениями, в том числе возможностью не только дать словесное описание, но и проиллюстрировать образ городского пространства, так и популярностью подхода («визуальный поворот»), его эвристическими возможностями. Согласно И. Стасю, «образы города являются важнейшим вербальным и визуальным источником познания процессов идентификации в истории, а также формами репрезентации идентичностей в культурном и публичном дискурсах» [8. С. 1814]. По мнению С.С. Аванесова, «топика обитаемого пространства представляет собой фиксированные в формах, объемах и пространственных связях элементы социального и культурного опыта, которые в своей совокупности определенным образом организуют жизненный мир человека, помещая его в тот или иной конкретный визуально фиксированный горизонт» [9. С. 14].

Исследовательский интерес авторов данной статьи направлен на проблемы визуального восприятия и интерпретации горожанами смыслов различных элементов городского пространства. В качестве теоретического и методологического обоснования избраны работы П. Нора, К. Линча, Ю.М. Лотмана, Н.Н. Веселковой, И.А. Скалабан. Определяющее значение для нас имеет в данном случае понятие «место», которым мы оперируем на протяжении всего последующего текста. Для получения эмпирических данных мы использовали довольно традиционный метод анкетного опроса, а также процедуру ментального картирования, на описании которой остановимся подробно. Авторы используют трактовку ментальных карт как рисунка местности, выполненного информантом по просьбе исследователя [10. С. 5]. Ментальная карта условно отражает «образ города, который живет в сознании человека» [11. С. 17]. Мы используем термин «картирование» (от английского «mapping» – «создание карты»), который не несет в себе каких-либо предписанных требований к отображению карты и широко используется в различных сферах науки и культуры. При этом исходим из того, что предметом картирования является не только реальное, материальное пространство города, но и его субъективное восприятие горожанами. Респонденты, по сути, реконструировали свой образ города, определяли на его условной карте значимые места, опираясь как на сложившиеся стереотипы, так и

на собственный опыт. Вероятно, при выборе мест значение имели знание города и его истории, личная биография и система ценностей, актуальная для конкретного человека, ситуация и эмоциональное состояние. Кроме того, оперируя понятием «чувство места» (sense of place), А.Ф. Филиппов отмечает, что атмосферу места люди чувствуют по-разному [12. С. 255, 258]. Значение имеют не только зрительные образы, но и звуки, запахи, другие характеристики, связанные с местом.

Ментальное картирование проводилось, преимущественно следуя методике К. Линча [13]. Процедура приобрела формат наиболее произвольного – эскизного картирования, когда пространство изображается автором без подготовки, «здесь и сейчас». В условиях, когда критерий географической грамотности информантов не брался во внимание, было важно, чтобы авторские карты были читаемы. В отношении полученного эмпирического материала мы проводим количественный и качественный анализ, который учитывает индивидуальные интерпретации ответов, субъективные смыслы респондентов [14. С. 132]. В нашем случае значение имели границы города, его наиболее значимые и, главное, исторические места.

Анализ полученных на основе анкетного опроса и ментального картирования данных позволил сконструировать пространственные представления участников исследования, в том числе распределение (концентрацию) в городском пространстве мест, связанных с теми или иными историческими событиями, – образ «исторической» Тюмени. В ходе работы мы руководствовались положениями теории семиотики Ю.М. Лотмана, в том числе семиотической интерпретацией исторического познания [15, 16]. Появление данной концепции связано с так называемым лингвистическим (нарративным) поворотом, а сама она предлагает культурно-семиотический подход к изучению истории. Ответы респондентов в значительной степени состоят из символов, которые являются своеобразным текстом, характеризующим город как пространство знаковой коммуникации. Если согласиться, что история как память культуры «представляет собой не только след прошлого, но и активный механизм настоящего» [17. С. 113], этот подход добавляет актуальности проделанной работе.

Мы стремились уловить одновременно «дух времени» и «дух пространства» – в каких местах есть ощущение времени; определить список «исторических мест» – мест, имеющих устойчивую ассоциацию с историческим событием или периодом истории, – и на этой основе визуализировать образ города с точки зрения его наполненности историей; понять, какие места Тюмени создают доброжелательную атмосферу, вызывающую интерес, содействующую положительным эмоциям, настраивающую на общение. Ведь, «чем больше... позитивных публичных пространств и разнообразнее инфраструктура, тем более контактной будет городская среда и более открытыми, вежливыми и взаимно расположенными – люди. Это один из ключевых тезисов «нового урбанизма»» [18. С. 8].

Тюмень: краткая характеристика как контекст для анализа эмпирических данных

Пространственное развитие Тюмени, особенно последние годы, характеризуется серьезными изменениями. Отойдя от стереотипа «Тюмень – столица

деревень», город перерос масштаб «нефтегазовой столицы России»¹ и стал «Лучшим городом Земли»². Тюмень считается «первым русским городом в Сибири»³. Обратимся к материалам, размещенным на официальном портале администрации города Тюмени, в том числе потому, что они рассчитаны на широкую аудиторию и вносят свой вклад в формирование образа города⁴. В первую очередь, Тюмень позиционируется как административный центр Тюменской области. Указаны обстоятельства основания города в 1586 г. воеводами Василием Сукиным и Иваном Мясным. Место расположения Тюмени в устье р. Тюменки, впадающей в судоходную р. Туру, считалось удачным [19. С. 395]. Именно здесь началось формирование посада. Постепенно заселялся противоположный – низкий берег Туры, город расширился, основой его планировочной структуры стали острог, посад, Ямская и Бухарская слободы, мужской и женский монастыри [20. С. 20–21]. Главной улицей становится Спасская (современная улица Ленина), затем Царская (современная улица Республики). В тексте присутствует сюжет об архитектуре, деревянном и каменном строительстве. Далее кратко характеризуется экономическая и социальная история Тюмени. От основания первого вуза в 1930 г. авторы переходят к периоду Великой Отечественной войны и созданию в 1944 г. Тюменской области, а затем к открытию на ее территории месторождений нефти и газа, развитию транспорта, образования и науки. Завершается повествование мыслью о том, что «современная Тюмень – это крупный промышленный центр, город науки, культуры и спорта». Численность населения города по состоянию на 1 января 2023 г. – 855,6 тыс. человек⁵. Ознакомьтесь с географией Тюмени, в том числе в визуальном формате, можно на соответствующей странице портала⁶.

Городское пространство за долгие годы, с одной стороны, частично утратило исторический облик: исчезла часть «исторических мест», зданий, построены новые, создана инфраструктура, призванная сделать жизнь тюменцев более комфортной. С другой стороны, сохранились «места памяти» – ровесники давних и не очень исторических событий, а также сложились коммеморативные практики, поддерживающие образ «города с историей»: функционируют музеи, отмечается День города, формируется соответствующая топонимика. Развитие, прежде всего расширение города, привело к «возникновению на окраинах зон массовой застройки, слабо соотносимых с историческим прошлым города» [21. С. 207]. Для жителей таких районов, по мнению О.В. Беззубовой, конструирование собственной идентичности, определение себя во времени и пространстве может стать более сложной задачей.

¹ Тюмень – нефтегазовая столица России // Дзен. URL: <https://dzen.ru/a/W6KfSjwa2wCq8DTQ> (дата обращения: 24.01.2023).

² Известные люди объяснили, почему Тюмень – «лучший город Земли» // t.rbc.ru. URL: <https://t.rbc.ru/tyumen/07/01/2018/5a3cdb9e9a794748a3aebcf6> (дата обращения: 24.01.2023).

³ О городе // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. URL: https://admtymen.ru/ogv_ru/about/cities/tyumen/about.htm (дата обращения: 24.01.2023).

⁴ История города. Краткая историческая справка // Администрация города Тюмени. Официальный портал. URL: <https://www.tyumen-city.ru/gorodtyumeny/istoriigoroda> (дата обращения: 18.10.2023).

⁵ Население // Администрация города Тюмени. Официальный портал. URL: <https://www.tyumen-city.ru/gorodtyumeny/naselenie/> (дата обращения: 18.10.2023).

⁶ География города // Администрация города Тюмени. Официальный портал. URL: <https://www.tyumen-city.ru/gorodtyumeny/geografiigoroda> (дата обращения: 18.10.2023).

Основная часть. Анализ эмпирических данных

Анкетный опрос

Сначала рассмотрим материал, полученный нами в ходе анкетирования, организованного путем размещения вопросов в Google-форме. Тема: «История в городском пространстве: опыт визуализации на примере Тюмени». Список вопросов условно можно разделить на 4 части: в первой участникам предлагалось кратко описать Тюмень, определить ее «главное» (самое значимое) место, а также выразить мнение относительно ее истории. Во второй части у респондентов была возможность перечислить 3 «исторических» места Тюмени и дать краткие комментарии. Далее опрашиваемые могли оставить сведения о себе: пол, возрастная группа и т.п. В заключение был задан вопрос: «Как Вы считаете, какое историческое событие или какую личность следует представить в пространстве города, чтобы его образ стал более самобытным, полным, заметным в контексте прошлого, настоящего или будущего страны?». Опрос носил анонимный характер. Участниками данного формата исследования, которое проводилось летом – осенью 2021 г., стали 210 респондентов (поступили сведения 210 анкет).

Первым в анкете был вопрос о том, является ли для опрашиваемого Тюмень городом с богатой историей. Большинство ответили утвердительно (66,2%), 26,2% посчитали, что скорее да, чем нет, и 7,6% – скорее нет, чем да. Для многих участников опроса Тюмень ассоциируется с современностью (28,4%), для чуть меньшего числа опрошенных – с дореволюционным периодом (21,8%), следующим идет пункт о перспективе развития (20,1%). Только 14,7% связывают образ Тюмени с советским прошлым, 8,5% – с рубежом XX–XXI вв. и 6,5% – с древней историей (до основания города). Такие результаты могут объясняться разными причинами. Одной из них, возможно, стал возраст респондентов.

На основе ответов на вопрос «Как бы Вы КРАТКО описали Тюмень? Какой у Вас образ города?» попробуем сформулировать его (образа) общие черты. В первую очередь, будем учитывать повторяющиеся слова. Часто люди писали об «истории» города, его «историческом» центре, о Тюмени как «историческом» центре Сибири (63 раза). Далее по повторяемости идет понятие «столица», причем оно используется в различных контекстах: «столица деревень» (10), «нефтегазовая» столица (10), областная и даже отечественного панк-рока. Город видится горожанам «богатым» (26), в основном историей, его образ связан с «развитием» (26). Эпитет «красивый» применили 24 человека, ассоциации с «центром» отметили 18 человек, с «нефтью» – 16, с «торговлей» – 9, о «музее», как и «дорогах» (преимущественно «хороших» и «ровных»), упомянули по 6 респондентов, об «образовании» и «студенчестве» – по 4, о «строительстве» – 3.

При ответе на вопрос «Какое „место“ Вы считаете наиболее значимым для себя в облике Тюмени и почему?» безоговорочным лидером по количеству упоминаний стала Набережная – 42 ответа. У многих она ассоциируется с историческим центром, характеризуется как удобная и красивая, «самая большая в России» (корректно – единственная 4-уровневая набережная в России). Большинство ответивших таким образом относятся к возрастной группе 19–35 лет – 71%. Условно систематизировать названные в этом блоке анкеты

объекты можно следующим образом: 79 – объекты транспортной инфраструктуры и связанные с ними места; 38 – площади (бульвары); 32 – районы, в основном расположенные в центральной части города («Потаскуй» – «дышит историей», там «ощущается дух истории»); 14 – скверы и парки; 11 – церкви, собор, монастырь (в первую очередь, Свято-Троицкий мужской монастырь – 8); 9 – учреждения культуры; 7 – учреждения образования (вузы); 4 – старинные особняки с деревянной резьбой; 2 – Чимги-Тура (фактически место, где она располагалась); 2 – Памятный знак Ермаку и т.д.

Большинство опрошенных указали места проведения досуга, массовых мероприятий, так называемые визитные карточки города. Единичные варианты зачастую обозначены как связанные с личной историей. В целом «главные» места сконцентрировались в историческом центре Тюмени. В двух случаях имело место указание мест, которых «уже нет»: Городской сад (на его месте располагается Цветной бульвар) и прежний город в целом – здесь ощущается ностальгия по прошлому. Опрашиваемые дважды использовали эпитет «сердце города», когда указывали «Краеведческий музей» (музей «Городская Дума») и Никольский мост, ведущий к Строительному институту ТИУ (Тюменский индустриальный университет).

В следующем, пожалуй, основном сюжете анализа результатов анкетного опроса – об «исторических местах» – мы часто будем использовать названия мест, цитируя респондентов. Это в большей степени передаст отношение горожан к Тюмени и ее истории. Иногда одно и то же место называлось участниками опроса по-разному, в том числе в соответствии с разными историческими эпохами. Например, Цветной бульвар зачастую именовался Горсад; Государственный аграрный университет Северного Зауралья – Сельхоз, Сельхозакадемия, Аграрный университет, а также Тюменское Александровское реальное училище (ТАРУ) – оно располагалось в здании дореволюционных событий. Аналогичная ситуация с Центральной площадью, которую обозначали и как Площадь Ленина, и как Плаху (неформальное название или народный топоним). Использовались информантами и топонимика прошлого, например, район «Потаскуй».

В приоритете у горожан оказались места, имеющие большую историю, включая дореволюционную. Рассмотрим репрезентацию прошедших эпох на основе ответов, непосредственно содержащих интересующие нас словмаркеры: «дореволюционный» и «советский». Из числа всех упоминаемых мест напрямую с дореволюционной эпохой ассоциируется 21. Прежде всего, это музей «Городская Дума». Приведем характеристику одного из респондентов: «Городская Дума – средоточие управленческих достижений дореволюционной Тюмени и ее достижений в экономике, строительстве, забота о здравоохранении, образовании, благоустройстве».

Вторым номером можно указать Набережную – казалось бы, относительно новое сооружение. Для одного из опрошенных это место объединяет «Современность и дореволюционное прошлое. Взгляд за реку возвращает во времена Бухарской слободы», для второго – ассоциируется с «приездом цесаревича» (будущего императора Александра II), для третьего – это «уникальное место, удивительно думать, что вокруг этого места когда-то давно начал зарождаться город, который сейчас является одним из самых лучших и перспективных городов России». Похожий комментарий получен относительно

«начала Моста влюбленных», с которым связано «строительство первого каменного здания в Тюмени – Благовещенского собора» (муж. п., 19–35; жен. п., 19–35; муж. п., 36–40; жен. п., 41–60). Масловский взвоз встречаем дважды. В числе «дореволюционных» мест оказались также следующие, характеризующиеся преимущественно позитивно:

– Тюменское Александровское реальное училище (ныне в его здании располагается Государственный аграрный университет Северного Зауралья) – «Одна из центральных точек при пешеходном знакомстве с городом, невероятная архитектура»;

– музеи «Усадьба Колокольниковых» – «Еще с детства я очень часто проходил мимо этого дома восхищаясь большими красивыми окнами и выставленными там товарами» и «Дом Машарова»;

– историческая часть города (ул. Семакова, Володарского, Советская, Урицкого и др.) – «Ассоциации с купеческой дореволюционной историей города и особой атмосферой этих мест... Многие дети и иностранцы часто спрашивают, почему дома нижними этажами под землей», «Это место у меня вызывает восхищение, умиротворение. Хочется потрогать стены этих домов, окунуться в атмосферу чаепития в старинном антураже дома. Представляю себе быт дореволюционного времени»;

– ул. Дзержинского – «...история дореволюционной Тюмени, улица, на которой сохранились еще памятники деревянного зодчества, на которой памятники реставрируются»;

– Центральная площадь – «В экскурсию обязательно бы включил, так как это площадь возникла еще в Дореволюционное время. Добавлять ничего бы не стал, скорее попросил бы ничего не убирать и не „засорять“ вид площади»;

– Тюменский драматический театр (в новом здании с 2008 г.) – «...ассоциируется с дореволюционным „духом“ Тюмени»;

– Экопарк «Затюменский» – «До революции – купеческая дача с прудом, после – Дом отдыха советских граждан... Экопарк – прекрасное место отдыха. Пение птиц, запах травы»;

– Вознесенско-Георгиевский храм; здание коммерческого училища Колокольниковых (Строительный институт ТИУ); Водонапорная башня; Текутьевское кладбище.

«Советских» мест в представлении участников опроса гораздо больше – 44. Самым «советским» местом Тюмени, согласно проведенному исследованию, можно считать площадь, расположенную в центре Тюмени, – всего 10 ответов. Это весьма предсказуемо: ее современный вид стал формироваться в 1950-е гг., памятник В.И. Ленину был установлен в 1979 г., площадь переименована в Центральную в 1986 г. – в год 400-летия города, символы советского государства на фасаде зданий сохранились до сих пор. «Это место ассоциируется с советским периодом истории, не только наличием памятника Ленину, но и домом Советов и зданием... [областной] администрации. Весь этот ансамбль сам по себе архитектурный памятник эпохе и величайшей эпохе в истории России» (муж. п., 19–35).

Трижды встречается отсылка к местам, связанным с антисоветскими выступлениями и политическими репрессиями: «Район университетского кампуса» (муж. п., 19–35), «Памятник репрессированным рядом с Библиотекой

ТюмГУ» (Мемориальный знак в память о жертвах политических репрессий рядом с Библиотекой Тюменского государственного университета) (жен. п., 19–35), «Памятник (Памятный знак) жертвам репрессий на ул. Полевой» (жен. п., 19–35). Первоначально несколько удивительно было обнаружить в числе «советских» мест «Церковь», «Благовещенскую церковь» и «Начало Моста влюбленных» с уточнением, что речь идет о Благовещенском соборе. Ассоциации указаны следующие: «Борьба с религией в советское время», «Восстановленный храм» (жен. п., 41–60); «Поскольку с этим местом связана целая эпоха от строительства до разрушения храма, несколько веков и ключевые события дореволюционной и советской истории» (жен. п., 41–60); «Советский период жизни города» (муж. п., 36–40). В списке оказались также два места (магазины «Океан» и «Прогресс»), напоминающих о советской торговле, два «спортивных» объекта – один связан с Советским Союзом и занятиями спортом (спорткомплекс «Спартак», муж. п., 41–60), второй напоминает респонденту о концертах звезд советской эстрады (стадион «Геолог», жен. п., 41–60).

Набережная дважды фигурирует в данном блоке по следующим соображениям: период революции и Гражданской войны (жен. п., 41–60) и «советский период» (муж. п., 41–60). Площадь Борцов Революции дважды «советская»: «Установление советской власти в Сибири» (жен. п., 41–60); «Парк, который располагается в данном месте, имеет многолетнюю историю с посещения Тюмени Александром Романовым до позднего советского периода» (жен. п., 19–35). В числе других «советских» мест: «Горсад» и Молодежный театр «Ангажемент», ул. Первомайская и остановка «Станкостроителей» (остановка общественного транспорта «Станкостроительный завод»), несколько скверов и площадей, памятник Р.-Ю.Г. Эрвье¹, район КПД и Татарско-бухарская слобода, Затюменка, экопарк «Затюменский», Лесопарк им. Ю.А. Гагарина, горячий источник «Советский». Довольно много «мест» ассоциируются у опрошенных одновременно с разными периодами. Например, Тюменский государственный университет (ТюмГУ) – его здания связаны как с советским периодом (в первую очередь, здание, где располагался «Дом НКВД», а также здание, в котором в период Великой Отечественной войны размещался госпиталь), так и с современностью (многие связывают его со своей учебой, работой).

Самым главным и одновременно «историческим» местом Тюмени большинством (47) опрошенных названа Набережная (первую очередь сдали в эксплуатацию летом 2012 г.). Обладатель второго места (27 упоминаний) в числе исторических – «Сельхозакадемия» или «Аграрный университет» (Государственный аграрный университет Северного Зауралья) – в перечне «главных» мест не встречался ни разу. Любопытен контекст упоминаний: в первую очередь, это хранение в указанном здании тела В.И. Ленина в годы Великой Отечественной войны (23), а также учеба будущего разведчика Н.И. Кузнецова. А ведь в этом здании находился первый в Тюмени музей!

¹ Советский геолог, начальник Главного Тюменского геологического управления («Главтюменьгеология»), выдающийся руководитель и организатор ширококомасштабных геологоразведочных работ, приведших к открытию крупнейших нефтяных и газовых месторождений в Западной Сибири.

Некоторые места для ряда информантов ассоциируются с тем, что было там ранее, но отсутствует ныне. Например, Молодежный театральный центр «Космос»: «...в детстве часто посещали это место в качестве кинотеатра» (жен. п., 19–35). Как противоположность положительной оценке перемен в городском пространстве приведем другой пример, касающийся Училища искусств (Колледж искусств Тюменского государственного института культуры): «...Конечно, город становится новее и красивее, но мы лишаемся города нашего детства, юности и т.д., при этом никуда из него не уезжая...» (жен. п., 41–60). Можно предположить, что отчасти характер суждения связан с возрастом опрошенных. Молодое поколение более оптимистично воспринимает перемены. Однако и люди старшего возраста, ностальгируя по утраченным «местам» и связанным с ними воспоминаниям, часто положительно оценивают развитие города.

На наш взгляд, целесообразно осветить сюжет о таком «историческом» месте, как кладбище. Оно обычно ассоциируется с историей, памятью и т.п. Наши респонденты (в основном женщины (15) возрастной категории 19–35 лет) упомянули его 17 раз. Данное место в основном связано с прошлым города, оно «само по себе история». Для одного участника оно – свидетельство «забвения» и одновременно удачный пример работы волонтеров. Сейчас кладбище располагается практически в центре города и «напоминает о границах старой Тюмени», когда оно располагалось на окраине. Кроме того, оно ассоциируется с «периодом империи», «историческими личностями города», в частности, с А.И. Текутьевым. Иногда кладбище упоминается в контексте других мест: «Площадь за бывшим Геологом» (Площадь Памяти) / «пересечение Мельникайте и Малыгина» и пробуждает такие воспоминания: «60-е гг., начало поисков нефти. Сейчас там площадь Памяти. Рядом кладбище Текутьевское. Много чего можно рассказать» (жен. п., 19–35).

Ответы на заключительный вопрос отличаются существенным образом – почти половина респондентов их не предоставила. Какие предложения поступили? Опираясь на хронологический принцип, можно выделить темпериоды, отражение которых информанты хотели бы наблюдать в городском пространстве и которые вызывают у них чувство гордости за прошлое города, за дела его жителей. В первую очередь, дореволюционная Тюмень, особенно XIX – начала XX в. Например: «Я бы развивала дореволюционную тему. Воссоздала бы больше антуража дореволюционного времени, в виде кафе-музеев и творческих площадок в старинных зданиях» (жен. п., 19–35). Большой интерес опрошенные проявили к истории основания Тюмени, личностям, связанным с этими событиями (26).

Далее популярны ответы, указывающие на недавние события и людей, с ними связанных (14). Например, С.С. Собянин – губернатор Тюменской области в 2001–2005 гг., Г.Ф. Куцев (1938–2020) – ректор ТюмГУ в 1981–1987, 1992–2002 гг., затем его президент, далее – научный руководитель ТюмГУ). Респондентам хотелось бы в городском пространстве видеть образы спортсменов, деятелей культуры, врачей, в том числе своих современников, чтобы они «остались в истории». Еще опрошенные хотели бы лицезреть свидетельства советского прошлого. Здесь были указаны, например, труженики тыла периода Великой Отечественной войны, личность первого в мировой истории

человека, совершившего полет в космос, Ю.А. Гагарина, а также СССР в целом. Тема геологов, первооткрывателей нефти и газа также видится желанной в окружающем людей пространстве (8). Она ассоциируется с конкретными личностями, событиями, ощущением подвига и гордостью за тех, кто его совершил.

Как показал анализ полученных данных, уровень знаний о городе и его истории у респондентов разный. Особо хотелось бы отметить присутствие личных комментариев, свидетельствующих о равнодушии людей к пространству, в котором они живут, к его истории. Некоторые участники опроса помимо указания того или иного места выразили свое отношение к теме в целом. Например, респондент (жен. п., 19–35) пишет: «Лесобазы (нам здесь очень не хватает исторического прошлого, хотя у нас процветало казачество)», тем самым подтверждает мысль о том, что «исторической» является, прежде всего, центральная часть города, связанная с местом его основания. Для «поселения» духа истории в другие районы Тюмени нужна целенаправленная работа.

Предлагаем рассмотреть, насколько сформулированные выше суждения соотносятся с результатами анализа ментальных карт.

Сравнительная характеристика результатов анкетного опроса и ментального картирования

Стремление усилить социально-антропологический подход ориентировало нас на использование, наряду с анкетным опросом, материалов ментального картирования, которые предоставили 30 человек. Им предлагалось нарисовать эскизный план Тюмени, обозначить границы города и наиболее значимые объекты в его пространстве. Затем участники указывали на карте главный объект или символ Тюмени. Далее было обращение: «Пожалуйста, подумайте, какие три места в городе ассоциируются у Вас с историей, с каким-либо историческим периодом, с событиями прошлого, так сказать, исторические места в городе, и обозначьте их на карте». В качестве дополнения каждый участник мог дать комментарий. Ниже вниманию читателей в качестве иллюстраций предлагается несколько вариантов ментальных карт, которые демонстрируют существенные различия образа города у его жителей. Несмотря на разницу социально-демографических характеристик участников анкетирования и картирования – смена численного приоритета женщин на приоритет мужчин, а также перевес наиболее многочисленной возрастной категории с 19–35 до (на) 41–60 лет и т.п. – список первоочередных (указанных чаще всего) «главных» мест в основном повторяется: Набережная, Исторический центр (начало улиц Ленина, Республики, место основания города) и Мост влюбленных.

Список «исторических» мест у участников анкетного опроса и ментального картирования отчасти совпадает (рис. 1–5). Согласно результатам ментального картирования, самыми «историческими местами» Тюмени стали музеи (разные) – 16: музей «Городская Дума» указан 6 раз (20%), музей «Дом Машарова» – 4. Любопытно, что музей «Усадьба Колокольниковых» (2) был назван и «Штаб-квартира Блюхера», и «музей Блюхера» (в память о прежнем названии объекта), иногда указан просто «музей».

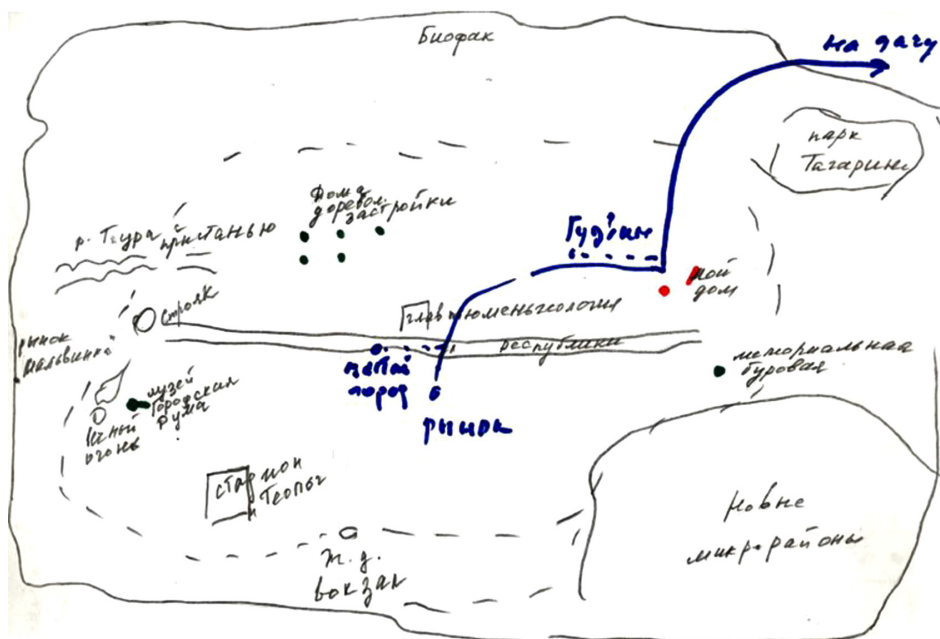


Рис. 1. Ментальная карта Тюмени № 1

Fig. 1. Mind map of Tyumen № 1

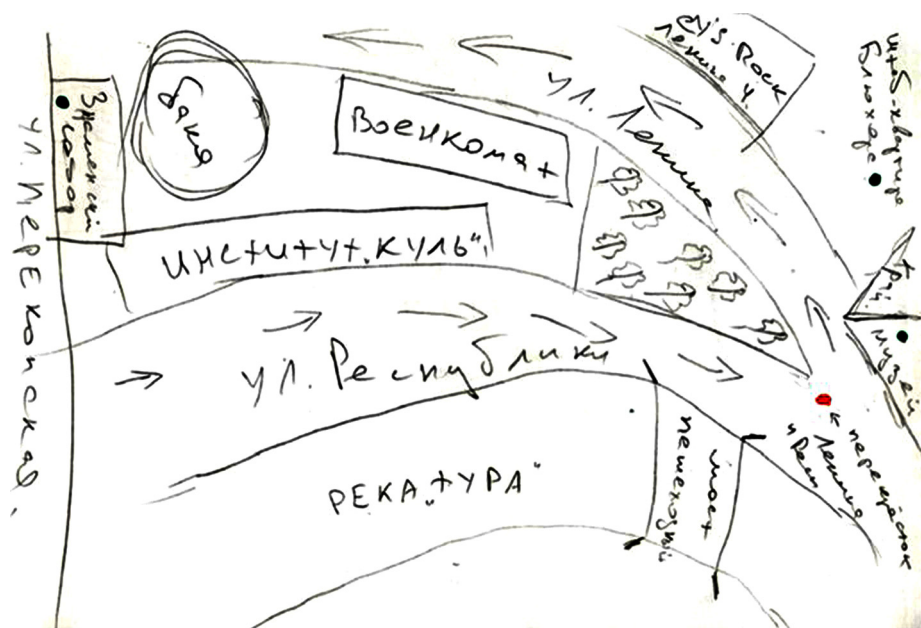


Рис. 2. Ментальная карта Тюмени № 2

Fig. 2. Mind map of Tyumen № 2

Часто авторы ментальных карт изображали церкви, монастыри, храмы – 12, особенно «Троицкий храм» (Свято-Троицкий мужской монастырь – 20%). Старинные дома, образцы деревянной архитектуры показаны 5 раз. Они ас-

социруются у информантов с уютом, сиренью, прогулками, там «пахнет детством». Набережная обозначена 4 раза.

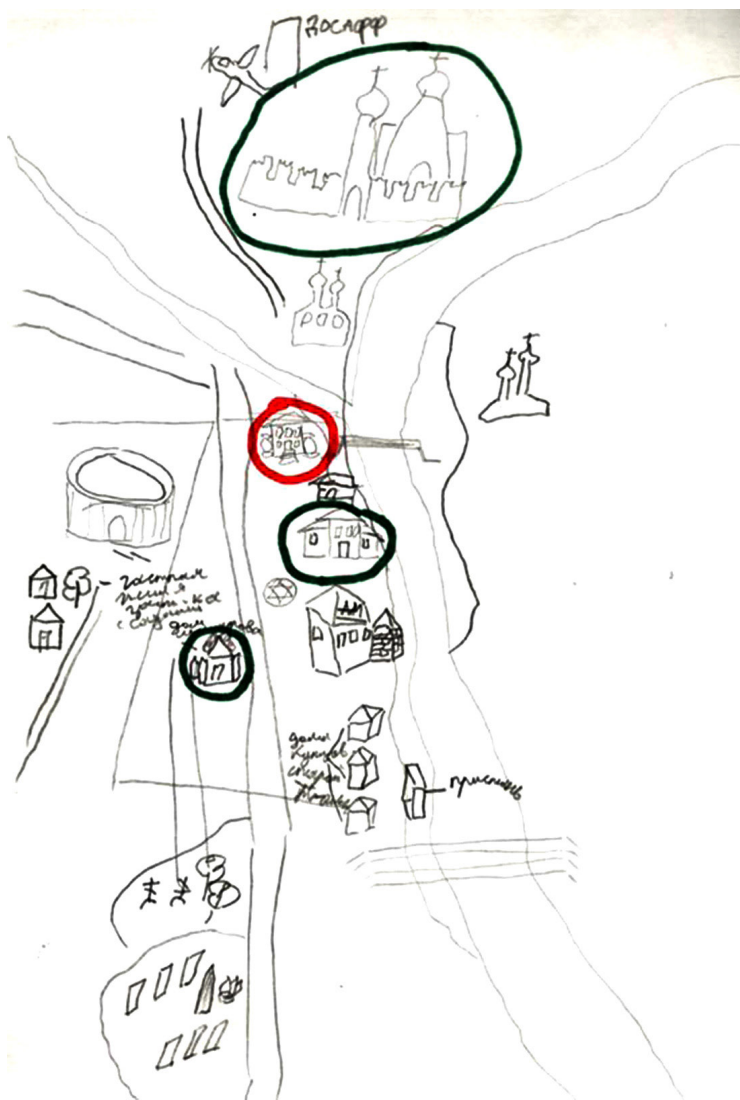


Рис. 3. Ментальная карта Тюмени № 3

Fig. 3. Mind map of Tyumen № 3

Иногда участники картирования указывали на места, которых уже нет. Один человек изобразил то, что хотел бы видеть в городском пространстве. Другой участник сформулировал мысль о том, что «места» на одном и том же месте (например, Чугунолитейный завод Н.Д. Машарова, Тюменский станкостроительный завод) уходят, меняются, но история остается в названиях (Сквер Николая Машарова, ЖК «Авторский квартал «Машаров»).

На основе анализа ментальных карт можно сказать, что «исторические места» расположены преимущественно в центре города, зачастую они связаны с детскими воспоминаниями, людям хочется бывать там.

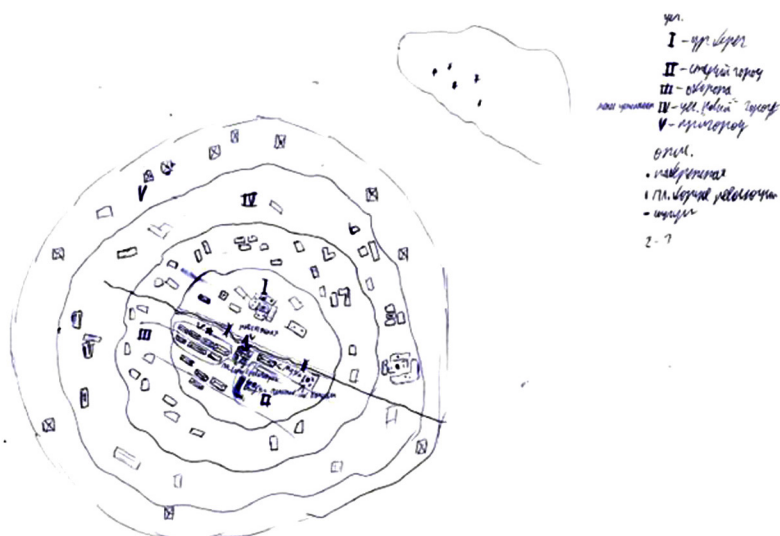


Рис. 4. Ментальная карта Тюмени № 4

Fig. 4. Mind map of Tyumen № 4

Чаще всего это здания и иные объекты с собственной историей: старинные постройки, музеи, храмы. Есть, как и в случае с анкетированием, места, казалось бы новые, но у жителей города с ними уже связаны различные «исторические» ассоциации. Например, мультицентр «Контора пароходства» – современное место, где происходит много интересных событий (историческая ассоциация – Царская пристань).

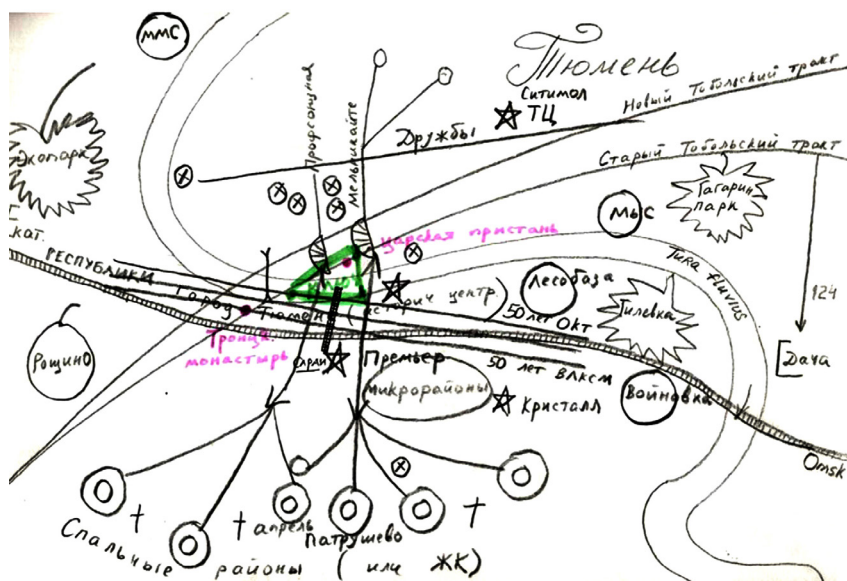


Рис. 5. Ментальная карта Тюмени № 5

Fig. 5. Mind map of Tyumen № 5

Результаты картирования в основном отражают тенденции анкетного опроса: мы встретили много повторяющихся исторических мест: Площадь

Борцов Революции, стадион «Геолог», районы «Дом Обороны» и КПД, река Тура, Сквер Прощания, ТюмГУ, Горсад (Цветной бульвар), Текутьевское кладбище и целые улицы – Профсоюзная и Дзержинского, Площади 400-летия Тюмени и Центральная, Памятник первой буровой (Памятный знак первой в Тюменской области опорной скважины), железнодорожный вокзал, Парк им. Ю.А. Гагарина, Круглая баня (Общественная баня на ул. Ленина), Водонапорная башня и, конечно, место основания города.

Заключение

Авторы данной статьи не претендуют на представительность результатов исследования, однако его итоги позволяют сделать некоторые обобщения, могут быть использованы при проектировании событий в городском пространстве, создании экскурсий, брендинге. Пространство Тюмени предстало в виде набора индивидуальных смыслов, знаков и символов, которые сплетаются в единое целое как для одного человека, так и в ряде случаев для общности людей, объединенных своими представлениями о городе, об истории в его пространстве. Такими объединяющими «местами» стали Набережная, Мост влюбленных, Цветной бульвар, а также исторический центр города, ул. Республики и др. Часть из них уже входит в список мест, которые традиционно считаются символами Тюмени.

В условиях высокого уровня мобильности населения, нестабильности его состава, в том числе на уровне города, большое значение имеет семантика городского пространства, возможность легко «считывать» образы, символы и знаки истории, чтобы ощутить «дух» пространства и времени. Согласно полученным данным, исторические места сосредоточены в центре городского пространства. Многократное повторение ряда объектов отсылает нас к понятию коллективной памяти, которую мы трактуем как «представление о событиях в прошлом, возможно, достаточно отдаленном, в которых сам человек не принимал участия» [21. С. 205]. Для нашего исследования важна и память индивидуальная. Она актуализирует наиболее значимые события истории конкретного человека – участника исследования. Неоднократно называя одни и те же места, разные люди, во многом в зависимости от принадлежности к тому или иному поколению, интерпретируют их по-разному. Отсюда наслоение смыслов, неоднозначность символики мест.

Многие респонденты отметили значение оснащения исторических мест QR-кодами, популяризации истории города в информационном пространстве и т.п., что облегчает «читаемость» города, увеличивает информативность и образность его пространства. Освоение человеком окружающего пространства, его истории, на наш взгляд, способствует формированию заинтересованного городского сообщества, а также, отчасти как следствие, комфортной городской среды. Интерес представляют и так называемые «белые пятна» – «места без истории», в основном окраины, историческое прошлое которых нуждается в изучении, актуализации, включении в общегородской контекст.

Список источников

1. *Абашев В.В.* Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь : Изд-во Пермского университета, 2000. 404 с.

2. Ageev I.A. Методологический ракурс исторической урбанистики в современных исследованиях городских пространств // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 385. С. 79–84.
3. Скалабан И.А. Опыт места. Чем образ территории может помочь в изучении межэтнических сообществ города // Siberian socium. 2018. Т. 1, № 1. С. 84–96. doi: 10.21684/2587-8484-2018-2-1-84-96
4. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция – память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1999. С. 17–50.
5. Демьяненко А.Н. Постмодерн, пространственный поворот и отечественная социально-экономическая география // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2022. № 1. С. 19–34. doi: 10.24866/1998-6785/2022-1/19-34
6. Макогон Т.И. «Пространственный поворот» и возможность новационных подходов в социально-философском дискурсе // Известия Томского политехнического университета. 2012. Т. 321, № 6. С. 167–172.
7. Лефевр А. Производство пространства : пер. с фр. М. : Streike Press, 2015. 432 с.
8. Стась И. Исследования городских идентичностей в исторической урбанистике Сибири // Quaestio Rossica. 2020. Т. 8, № 5. С. 1807–1821. doi: 10.15826/qr.2020.5.561
9. Аванесов С.С. Что можно назвать визуальной семиотикой? // ПРАΞΗΜΑ. Проблемы визуальной семиотики. 2014. № 1(1). С. 10–22. URL: https://praxema.tspu.edu.ru/files/praxema/PDF/articles/avanesov_s_s_10_22_1_1_2014.pdf (дата обращения: 06.04.2021).
10. Веселкова Н.В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2010. № 31. С. 5–29.
11. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб. : Питер, 2000. 336 с.
12. Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб. : Владимир Даль, 2008. 285 с.
13. Линч К. Образ города / пер. с англ. В.Л. Глазычева ; сост. А.В. Иконников ; под. ред. А.В. Иконникова. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.
14. Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.
15. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М. : Языки русской культуры, 1996. 464 с.
16. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства / предисл. С.М. Даниэля ; сост. Р.Г. Григорьева. СПб. : Академический проект, 2002. 543 с.
17. Демин И.В. Семиотика Ю.М. Лотмана: между реализмом и конструктивизмом // История. Семиотика. Культура: сб. материалов Всероссийской научной конференции с международным участием / отв. ред. И.В. Демин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Самарский нац. исслед. ун-т им. С.П. Королева (Самар. ун-т). Самара : Самар. гуманитар. акад., 2017. С. 102–115.
18. Вендина О.И., Панин А.Н., Тикунов В.С. Социальное пространство Москвы: особенности и структура // Известия РАН. Серия географическая. 2019. № 6. С. 3–17. doi: 10.31857/S2587-5566201963-17
19. Бухвалова А.Ю., Клюкина А.И. История градостроительства города Тюмени и современные проблемы сохранения исторической планировки // Баландинские чтения. 2018. Т. XIII. С. 394–400. doi: 10.24411/9999-001A-2018-10060
20. Заварихин С.П., Жученко Б.А. Архитектура Тюмени. Тюмень : Радуга-Т, 2004. 296 с.
21. Беззубова О.В. Городское пространство и кластеризация памяти // Манускрипт. 2020. Т. 13, вып. 10. С. 204–208. doi: 10.30853/manuscript.2020.10.37

References

1. Abashev, V.V. (2000) *Perm' kak tekst. Perm' v russkoy kul'ture i literature XX veka* [Perm as text. Perm in Russian culture and literature of the 20th century]. Perm: Perm State University.
2. Ageev, I.A. (2014) Metodologicheskii rakurs istoricheskoy urbanistiky v sovremennykh issledovaniyakh gorodskikh prostranstv [Methodological perspective of Historical Urban Studies in modern studies of urban spaces]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 385. pp. 79–84.
3. Skalaban, I.A. (2018) Opyt mesta. Chem obraz territorii mozhet pomoch' v izuchenii mezhetnicheskikh soobshchestv goroda [Place experience. How the image of the territory can help in

the study of interethnic communities of the city]. *Siberian socium*. 1(1). pp. 84–96. DOI: 10.21684/2587-8484-2018-2-1-84-96

4. Nora, P. (1999) Problematika mest pamyati [Problematics of places of memory]. In: Nora, P., Ozouf, M., Puymège, J. de & Vinok, M. *Frantsiya – pamyat'* [France – Memory]. Translated from French. St. Petersburg: St. Peterburg University. pp. 17–50.

5. Demyanenko, A.N. (2022) Postmodern, prostranstvennyy povorot i otechestvennaya sotsial'no-ekonomicheskaya geografiya [Postmodern, spatial turn and domestic socio-economic geography]. *Oykumena. Regionovedcheskie issledovaniya*. 1. pp. 19–34. DOI: 10.24866/1998-6785/2022-1/19-34

6. Makogon, T.I. (2012) “Prostranstvennyy povorot“ i vozmozhnost' novatsionnykh podkhodov v sotsial'no-filosofskom diskurse [“Spatial turn” and the possibility of innovative approaches in socio-philosophical discourse]. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta – Bulletin of the Tomsk Polytechnic University*. 321(6). pp. 167–172.

7. Lefebvre, H. (2015) *Proizvodstvo prostranstva* [Space production]. Translated from French. Moscow: Streike Press.

8. Stas, I. (2020) Issledovaniya gorodskikh identichnostey v istoricheskoy urbanistike Sibiri [Studies of Urban Identities in Siberian Urban History]. *Quaestio Rossica*. 8(5). pp. 1807–1821. DOI: 10.15826/qr.2020.5.561

9. Avanesov, S.S. (2014) Chto mozhno nazvat' vizual'noy semiotikoy? [What can be called visual semiotics?]. *ИПАЭХМА. Problemy vizual'noy semiotiki – ИПАЭХМА. Journal of Visual Semiotics*. 1(1). pp. 10–22. [Online] Available from: https://praxema.tspu.edu.ru/files/praxema/PDF/articles/avanesov_s_s_10_22_1_1_2014.pdf (Accessed: 17th October 2023).

10. Veselkova, N.V. (2010) Mental'nye karty goroda: voprosy metodologii i praktika ispol'zovaniya [Mind maps of the city: Questions of methodology and practice of application]. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sotsiologiya: 4M)*. 31. pp. 5–29.

11. Milgram, S. (2000) *Ekspеримент v sotsial'noy psikhologii* [An experiment in social psychology]. St. Petersburg: Piter.

12. Filippov, A.F. (2008) *Sotsiologiya prostranstva* [Sociology of Space]. St. Petersburg: Vladimir Dal'.

13. Lynch, K. (1982) *Obraz goroda* [The Image of the City]. Translated from English by V. Glazychev. Moscow: Stroyizdat.

14. Gureev, S.V. (2007) Analiz risunkov v sotsiologicheskikh issledovaniyakh [Analysis of drawings in sociological research]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*. 10. pp. 132–139.

15. Lotman, Yu.M. (1996) *Vnutri myslyashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Inside the Thinking Worlds. Man – Text – Semiosphere – History. Languages of Russian Culture]. Moscow: Yazyki russkoy kul'tury.

16. Lotman, Yu.M. (2002) *Stat'i po semiotike kul'tury i iskusstva* [Articles on Semiotics of Culture and Art]. St. Petersburg: Akademicheskiiy proekt.

17. Demin, I.V. (2017) Semiotika Yu.M. Lotmana: mezhdru realizmom i konstruktivizmom [Y.M. Lotman's semiotics: In between realism and constructivism]. In: Demin, I.V. (ed.) *Istoriya. Semiotika. Kul'tura* [History. Semiotics. Culture]. Samara: Samara University. pp. 102–115.

18. Vendina, O.I., Panin, A.N. & Tikunov, V.S. (2019) Sotsial'noe prostranstvo Moskvy: osobennosti i struktura [Social space of Moscow: features and structure]. *Izvestiya RAN. Seriya Geograficheskaya*. 6. pp. 3–17. DOI: 10.31857/S2587-5566201963-17

19. Bukhvalova, A.Yu. & Klyukina, A.I. (2018) Istoriya gradostroitel'stva goroda Tyumeni i sovremennyye problemy sokhraneniya istoricheskoy planirovki [The history of urban planning in the city of Tyumen and modern problems of preserving the historical layout]. *Balandinskije chteniya – Balandin Reading*. XIII. pp. 394–400. DOI: 10.24411/9999-001A-2018-10060

20. Zavarikhin, S.P. & Zhuchenko, B.A. (2004) *Arkhitektura Tyumeni* [Architecture of Tyumen]. Tyumen: Raduga-T.

21. Bezzubova, O.V. (2020) Gorodskoe prostranstvo i klasterizatsiya pamyati [Urban space and memory clustering]. *Manuscript*. 13(10). pp. 204–208. DOI: 10.30853/manuscript.2020.10.37

Сведения об авторах:

Анкушева К.А. – кандидат исторических наук, доцент, главный научный сотрудник Тюменского музейно-просветительского объединения (Тюмень, Россия). E-mail: ank-seniya@yandex.ru

Личев Р.И. – ведущий инженер Центра информационных технологий Тюменского государственного университета (Тюмень, Россия). E-mail: r.i.lichev@utmn.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Ankusheva K.A. – Tyumen Museum-Education Organization (Tyumen, Russian Federation).

E-mail: ank-kseniya@yandex.ru

Lichev R.I. – University of Tyumen (Tyumen, Russian Federation).

E-mail: r.i.lichev@utmn.ru

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 20.11.2023;
одобрена после рецензирования 24.11.2023; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 20.11.2023;
approved after reviewing 24.11.2023; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 069.15

doi: 10.17223/22220836/58/16

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ МУЗЕЙНОЙ ВЫСТАВКИ (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКОГО МУЗЕЯ)

Сабина Рафиковна Бабаева

*Азербайджанский университет туризма и менеджмента, Баку, Азербайджан,
sabina.babayeva@atmu.edu.az*

Аннотация. Статья посвящена вопросам использования социальных сетей при проведении музейных выставок. Исследуется динамика использования Британским музеем страниц в социальных сетях по информационному обеспечению выставок, проведенных в 2022 г. Отмечается, что эффективность использования социальных сетей непосредственно связана с созданием специальной программы управления сетями, наличием специалистов в области IT. Социальные сети способствуют активной коммуникации с интернет-аудиторией, росту узнаваемости музея. Предлагается использование адаптированного опыта социальных сетей в деятельности музеев страны. Даются конкретные предложения.

Ключевые слова: социальные сети, YouTube, Twitter, Instagram, Facebook, музей, Британский музей, выставка, куратор, публикации, интернет-аудитория, подписчики

Для цитирования: Бабаева С.Р. Социальные сети как часть стратегии музейной выставки (на примере Британского музея) // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 191–201. doi: 10.17223/22220836/58/16

Original article

SOCIAL MEDIA AS A PART OF STRATEGY OF MUSEUM EXHIBITION (ON SAMPLE OF THE BRITISH MUSEUM)

Sabina R. Babayeva

*Azerbaijan Tourism and Management University, Baku, Azerbaijan,
sabina.babayeva@atmu.edu.az*

Abstract. Among the numerous information products offered by the World Wide Web, social media occupy a special place, being the most frequently visited among Internet users. Given this fact, the world's leading museums actively use social media as one of the important tools for communication with audiences. Through social media, the museum provides information about upcoming events, including exhibits, demonstrations and workshops, uploaded videos of upcoming exhibitions, and interviews with curators and museum experts on specific topics. This contributes to the formation of the museum community, attracting new members to this community, and their involvement in direct discussion of various issues related to the museum's events. Taking into account comments and suggestions made by subscribers on social media, timely response to them, motivates the audience to actively participate in ongoing events.

The relevance of this work concludes in the fact that, using the example of the British Museum, for the first time in Azerbaijan, a study was conducted on the issue of using social networks in organizing and holding museum exhibitions. The objectives of the study were to identify the main trends in the use of social networks by the British Museum. The purpose of the work was to develop recommendations for the effective use of social networks by national museums of Azerbaijan in preparation, organization and holding of exhibitions.

In order to develop recommendations for the use of social media in preparation and holding of exhibitions, we have examined the activities of the British Museum on social media for 2022. The study has been conducted in three important directions: a) an activity of the museum's own pages on social media, reflecting the number and dynamics of publications posted; b) a content of the publications posted by museums in connection with exhibitions, including the form of the post itself, its volume, use of hashtags and time of publication; and c) the number, dynamics, involvement and reaction of followers to this content.

Based on an analysis of the extensive factual material collected on the information support of exhibitions held by the museum in 2022, a conclusion is drawn about what place the British Museum attaches to social media when planning and holding exhibitions. The author shows that the effectiveness of using social media is directly related to the formation of a special program, the presence of specialists in the field of Internet technologies and their joint activities with museum workers, and a systematic approach to the implementation of this program. The author proposes the using of this experience or part of it when using social media in the activities of Azerbaijani museums.

Keywords: social media, YouTube, Twitter, Instagram, Facebook, British Museum, exhibition, curator, publications, internet-audience, followers

For citation: Babayeva, S.R. (2025) Social media as a part of strategy of museum exhibition (on sample of the British museum). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 191–201. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/16

Стремительное развитие информационных технологий, активное внедрение интернета, предоставляющего широкий спектр информации и охватывающего все страны и континенты, кардинально изменили ритм и повседневную жизнь как отдельно взятого индивидуума, так и общества в целом. Информация как продукт духовного потребления стала доступной каждому человеку независимо от места его проживания. Она превратилась в важный инструмент воздействия на человека и средство формирования общественного мнения не только в масштабах отдельно взятой страны или региона, но и всего мира.

Среди многочисленных информационных продуктов, предлагаемых Всемирной паутиной, особое место занимают социальные сети, являющиеся наиболее часто посещаемыми среди пользователей интернета. По оценкам медиаплатформы «DataReportal», в октябре 2023 г. количество пользователей социальными сетями составило 4,95 млрд человек. При этом каждый пользователь социальных сетей активно использовал или посещал ежемесячно в среднем 6,7 различных социальных платформ и проводил в социальных сетях ежедневно около 2 часов 24 минут [1]. Учитывая данный факт, ведущие музеи мира активно используют социальные сети в качестве одного из важных инструментов коммуникации с аудиторией. Посредством социальных сетей музей предоставляет информацию о предстоящих мероприятиях, в том числе об экспонатах, демонстрациях и семинарах, загруженных видеоматериалах, посвященных предстоящим выставкам, интервью с кураторами и специалистами музея по конкретным темам. Это способствует формированию сообщества музея, привлечению новых членов в данное сообщество, их вовлечению в прямое обсуждение различных вопросов, касающихся проводимых мероприятий. Учет замечаний и предложений, высказанных подписчиками в социальных сетях, своевременная реакция на них, мотивируют аудиторию к активному участию в проводимых мероприятиях.

Важным показателем успешного использования социальных сетей ведущими музеями является количество подписчиков на их страницах в социаль-

ных сетях. Так, согласно информации портала «statista.com», в список десяти ведущих музеев мира по числу подписчиков в социальных сетях по состоянию на июль 2023 г. вошли: Музей современного искусства (Museum of Modern Art) в Нью-Йорке – 13 346 854, музей искусств Метрополитен (Metropolitan Museum of Art) в Нью-Йорке – 10 708 555, музей Тейт (Tate Museum) в Лондоне – 10 339 711, музей Лувр (Musée du Louvre) в Париже – 9 288 944, Музей С.Р. Гуггенхайма (Solomon R. Guggenheim Museum) в Нью-Йорке – 6 975 235, Музей Ван Гога (Van Gogh Museum) в Амстердаме – 6 697 904, Британский музей (British Museum) в Лондоне – 5 972 949, Национальная галерея (National Gallery) в Лондоне – 4 301 692, Национальный музей Прадо (Museo Nacional del Prado) в Мадриде – 4 065 342 и музей Виктории и Альберта (Victoria and Albert Museum) – 4 030 747 подписчиков [2].

Вопросам использования социальных сетей в музейной деятельности посвящены исследования зарубежных ученых и практиков [3–7].

Актуальность данной работы заключалась в том, что на примере Британского музея впервые в Азербайджане проведено исследование вопроса использования социальных сетей при организации и проведении музейных выставок. Задачами исследования являлись определение основных тенденций использования социальных сетей Британским музеем. Цель работы заключалась в том, чтобы на основе опыта Британского музея разработать рекомендации по эффективному использованию национальными музеями страны социальных сетей при подготовке, организации и проведении выставок и иных мероприятий.

Для выработки рекомендаций по использованию социальных сетей при подготовке и проведении выставок нами исследована деятельность Британского музея в социальных сетях за 2022 г. Исследование проведено по трем важным направлениям: а) активность собственных страниц музея в социальных сетях, отражающая количество и динамику размещенных постов; б) контент размещенных музеями постов в связи с проведением выставок, включая форму самого поста, его объем, использование хештегов и время публикации; в) количество, динамика, вовлеченность и реакция подписчиков на данный контент.

Анализ деятельности Британского музея в социальных сетях, касающийся организации и проведения выставок, показывает то, насколько важное значение музей придает работе в них. Так, на официальном сайте музея имеется отдельная страница «Кодекс поведения в социальных сетях», где излагаются определенные правила пользования различной информацией, размещенной музеем, соблюдения авторских и интеллектуальных прав, соблюдения уважительного отношения при размещении своих постов на ту или иную информацию, порядок информирования и коммуникации сотрудников музея с интернет-аудиторией. Целью присутствия в социальных сетях определяется желание помочь людям узнать больше о коллекции музея, вовлечь их в обсуждение проводимых мероприятий, участие в общественных программах и исследованиях по всему миру [8].

Исследование показало системный подход в работе сотрудников музея с аудиторией посредством собственного сайта и страниц в социальных сетях. В целях оптимизации деятельности в социальных сетях еще в 2016 г. была разработана эффективная программа управления социальными сетями, поз-

волившая специалистам музея объединить все аккаунты музея в Facebook, YouTube, Instagram, Twitter и Weibo (на китайском языке) в единую платформу, что позволило существенно расширить присутствие музея в социальных сетях. Для своевременного реагирования на запросы музейной аудитории, медиаспециалисты музея разделены на две группы. Одна группа осуществляет разработку нового и интересного контента для размещения в интернете через систему управления социальными сетями. Другая отслеживает ответы на информацию, размещенную первой группой, определяя ее эффективность. Благодаря возможности отслеживания активности пользователей в социальных сетях, специалисты музея оперативно присоединяются к соответствующим онлайн-обсуждениям в режиме реального времени. Это позволяет своевременно реагировать на те или иные вопросы подписчиков. Кроме того, музей размещает видеоматериалы специалистов музея, которые до начала выставки и в ходе нее предоставляют интересную информацию о тематике мероприятия и выставленных экспонатах. Это видеопубликации кураторов («Уголок куратора»).

Так, информация о проведении выставок музея в 2022 г. в здании самого музея и выставочного центра Сити (Citi Exhibition) была размещена на сайте 18 октября 2021 г. Она посвящалась выставкам Стоунхенджа, иероглифам и женской силе (Stonehenge, hieroglyphs and feminine power) [9]. По каждой выставке сообщалось конкретное время, место проведения и подробная познавательная и организационная информация с фотоматериалами о ней. Выставка «Мир Стоунхенджа» (The world of Stonehenge) охватывала период с 17 февраля по 17 июля 2022 г. [10], выставка «Женская сила: от божественной к демонической» (Feminine power: the divine to the demonic) продолжалась с 19 мая по 25 сентября 2022 г. [11], и выставка «Иероглифы: открытие Древнего Египта» (Hieroglyphs: unlocking ancient Egypt) проведена в период с 13 октября 2022 г. по 19 февраля 2023 г. [12]. Наряду с информацией на сайте подробные сведения о намеченных выставках, фото- и видеоматериалы о них размещались на всех исследованных нами страницах музея в социальных сетях.

Так, на YouTube-канале Британского музея, посвященном выставке «Мир Стоунхенджа» (The world of Stonehenge), наиболее полно представлена информация об этом событии. Музеем размещены десять видеоматериалов, семь из которых продолжительностью около часа и более. Три видеоматериала размещены непосредственно Британским музеем с количеством подписчиков 596 тыс. человек, остальные – Событийным департаментом Британского музея (количество подписчиков – 45 тыс. человек). Данные видеоматериалы были размещены на YouTube-канале музея в период с 10 февраля по 15 июня 2022 г. Первое видео под названием «Уголок куратора» (Curator's corner) размещено Британским музеем 10 февраля 2022 г., т.е. за неделю до начала самой выставки. В течение семи с половиной минут куратором музея была предоставлена краткая информация о проводимой выставке. Она была просмотрена 189 тыс. раз, оставлены 447 комментариев, и данное видео понравилось 6 700 подписчикам. Следующий материал был размещен Событийным департаментом музея 24 февраля 2022 г. Данное видео продолжительностью один час и две минуты называлось «Вступительное слово куратора» (Curator's introduction). Оно подробно рассказывало об истории объекта выставки,

предоставлялась другая информация о данном мероприятии. Этот видеоматериал был просмотрен 33 тыс. раз, оставлен 51 комментарий и понравился 633 подписчикам. В течение марта–июня 2022 г. Британским музеем и его Событийным департаментом были размещены восемь видеоматериалов общей продолжительностью 8 часов 27 минут. Эти материалы были посвящены различным сторонам проводимой выставки. Кураторы и другие сотрудники музея знакомили виртуальную аудиторию с историей и отдельными экспонатами Стоунхенджа, предоставляли обширный фактологический материал о выставке. Эти видеоматериалы были просмотрены 698 885 раз, оставлены 1 990 комментариев и понравились 14 830 подписчикам. Всего видеоматериалы выставки были просмотрены 920 885 раз, оставлены 2 487 комментариев и понравились 22 154 подписчикам [13].

Выставка «Женская сила: от божественной к демонической» (*Feminine power: the divine to the demonic*) была проведена в выставочном центре СИТИ (CITI Exhibition). На YouTube-канале музея размещены пять видеоматериалов, три из которых продолжительностью более одного часа. Два видеоматериала размещены Британским музеем, остальные – Событийным департаментом Британского музея. Первый материал размещен Событийным департаментом музея 26 мая 2022 г. продолжительностью 1 час 12 минут. Видеоматериал называется «Вступительное слово кураторов» (*Curators' introduction*). Материал был просмотрен 12 120 раз, оставлен 21 комментарий и понравился 372 подписчикам. Кураторами был дан подробный экскурс, касающийся организационных вопросов и исторического материала выставки. За период с июня по сентябрь 2022 г. были размещены четыре видеоматериала, которые были просмотрены 44 100 раз, оставлены около 300 комментариев и понравились 1 640 подписчикам. Всего видеоматериалы были просмотрены 56 220 раз, оставлен 321 комментарий и понравились 1 217 подписчикам [13].

Выставка «Иероглифы: открытие Древнего Египта» (*Hieroglyphs: unlocking ancient Egypt*) содержит восемь видеоматериалов, пять из которых продолжительностью более часа. Два видеоматериала размещены Британским музеем, остальные – Событийным департаментом Британского музея. Первый видеоматериал под названием «Розеттский камень и что он в действительности говорит» (*Rosetts stone and what it actually says*) представлен кураторами музея 13 октября 2022 г. Данный материал просмотрен 1 608 510 раз, оставлено 3 155 комментариев и понравился 45 тыс. подписчиков. Остальные семь видеоматериалов, размещенные музеем в период с 20 октября 2022 г. по 2 февраля 2023 г., посвящены различным сторонам проводимой выставки, отражают богатый информационно-познавательный материал об иероглифах Древнего Египта. Эти видеоматериалы были просмотрены 395 582 раза, понравились 12 800 подписчикам и оставлено 881 комментарий. Всего видеоматериалы, посвященные данной выставке, были просмотрены 2 004 092 раза, понравились 57 800 подписчикам и оставлено 4 036 комментариев [13].

Важное место в коммуникации с аудиторией, связанной с вопросами о подготовке и проведении выставок, музей отводит таким платформам, как Twitter (на момент исследования Британский музей насчитывал 2 048 288 подписчиков), Instagram (2 247 436 подписчиков) и Facebook (1 700 000 подписчиков). Деятельность в указанных социальных сетях позволяет сотрудникам музея

своевременно информировать подписчиков о намечаемых событиях, вовлекать широкую аудиторию в активное обсуждение музейных мероприятий, оперативно реагировать на те или иные вопросы подписчиков, направлять обсуждение в рамках проводимого события. Вместе с тем она существенно укрепляет связь со своими многочисленными подписчиками, делает их активными участниками того или иного события музея.

Так, посредством страниц в Twitter, Facebook и Instagram медиаспециалистами музея было создано мощное информационное обеспечение выставок, проводимых в 2022 г. Кроме того, на протяжении функционирования самих выставок сотрудники музея на страницах в социальных сетях размещали короткие видеоматериалы, посты о времени проведения выставок и иную познавательную информацию о них, ссылки на страницы сайта и YouTube-канала музея, касающиеся выставок, активно участвовали в обсуждении различных вопросов, поднятых интернет-аудиторией.

Особо активной по количеству постов, репостов и прочих параметров была деятельность сотрудников музея и аудитории на платформе Twitter. В связи с выставкой «Мир Стоунхенджа» (The world of Stonehenge) музеем был создан хештег #TheWorldofStonehenge#BritishMuseum. Он определяет категорию информационного содержания в социальных сетях, при нажатии на который пользователь имеет возможность увидеть все публикации, содержащие такой же хештег. 17 февраля 2022 г. были размещены пост о проведении данной выставки с краткой информацией о месте, времени проведения выставки и ссылка на приобретение билета. Этот пост понравился 211 подписчикам и 70 раз был сделан его репост. В течение февраля сотрудниками музея было размещено 8 постов, одно короткое видео и семь постов, размещенных партнерами, касающихся данной выставки. Они понравились 372 раза, сделано 138 репостов. Подписчиками было сделано 44 поста, которые понравились 7 125 раз, сделано 1 258 репостов.

Обсуждение в социальной сети Twitter выставки «Женская сила: от божественной к демонической» (Feminine power: the divine to the demonic) отличалось динамизмом и активностью подписчиков музея. Организаторами был создан хештег #FemininePowerExhibition. 17 марта 2022 г. Британским музеем был размещен пост о времени и месте проведения выставки, представлена краткая информация о ней. Пост понравился 89 раз, сделано 30 репостов. 19 мая 2022 г. сотрудниками выставочного салона CITI Exhibition был размещен пост о данной выставке. С марта 2022 г. по июнь 2023 г. сотрудниками и подписчиками музея было размещено 88 постов, касающихся выставки. Они понравились 946 раз, было сделано 223 репоста. Два коротких видеоматериала, размещенных на платформе, были просмотрены 474 раза.

Не менее насыщенным и активным была реакция партнеров, специалистов-египтологов и подписчиков музея на выставку «Иероглифы: открытие Древнего Египта» (Hieroglyphs: unlocking ancient Egypt). 13 и 19 октября 2022 г. музей разместил пост о проведении данной выставки и десятиминутное видео, информирующее аудиторию о времени и месте проведения. Представлен краткий информационный материал о ней. Организаторами выставки был создан хештег выставки #exhibition#Hieroglyphs:unlocking#ancient#Egypt. Эти посты понравились 446 раз, было сделано 102 репоста. С октября 2022 г. по март 2023 г. сотрудниками, партнерами и подписчиками музея было раз-

мещено 82 публикации. В них затрагивались вопросы, связанные с информированием аудитории о времени, месте проведения выставки, размещены короткие видеоматериалы, представленные партнерами и специалистами-египтологами, реакция подписчиков на те или иные стороны выставки. Посты понравились 838 раз, размещены 92 репоста. Двадцать три видеоматериала, размещенные партнерами музея и специалистами-египтологами, были просмотрены 10 348 раз [14].

Не менее активной была деятельность музея на платформе Instagram. В ходе подготовки и проведения выставки «Мир Стоунхенджа» сотрудниками музея и подписчиками размещена 941 публикация. Организаторами выставки был создан хештег «#theworldofstonehenge», с декабря 2021 г. по март 2023 г. было размещено 17 постов с объявлением о проведении выставки, предоставлена различная информация, касающаяся организационных вопросов и объектов выставки. Эти посты понравились 189 344 подписчикам. 11 февраля 2022 г. кураторами музея (British Museum Curator's Corner) был размещен обширный видеоматериал, посвященный выставке. Он был просмотрен 30 885 раз.

Во время подготовки и проведения выставки «Женская сила: от божественной к демонической» (Feminine power: the divine to the demonic) сотрудниками музея и подписчиками было размещено 63 публикации. Организаторами выставки был создан хештег #femininepowerthedivinetothedemonic. Размещено 8 постов с объявлением о проведении выставки. Публикации понравились 82 006 подписчикам.

В связи с проведением выставки «Иероглифы: открытие Древнего Египта» (Hieroglyphs: unlocking ancient Egypt) музеем был создан хештег #hieroglyphsunlockingancientegypt. Сотрудниками музея и подписчиками сделаны 28 публикаций, пять из которых посвящены информированию аудитории о проведении выставки. Эти публикации понравились 55 164 подписчикам [15].

Подробная информация о проведении вышеуказанных выставок нашло свое отражение и на странице музея в Facebook. Фото, видеоматериалы и иная познавательная информация, размещенная сотрудниками музея, активно обсуждалась и репостилась подписчиками. В период с ноября 2021 г. по февраль 2022 г. Британский музей разместил четыре поста о выставке «Мир Стоунхенджа» – два видеоматериала и два информационных поста. Два поста с объявлением о проведении выставки, в которых для ознакомления с подробной информацией о данной выставке подписчикам были представлены ссылки на официальную интернет-страницу выставки. Эта информация понравилась 4 012 подписчикам. Было сделано 68 комментариев и 510 репостов. В двух видеоматериалах продолжительностью четыре с половиной минуты и семь с половиной минут кураторы музея предоставляют различную информацию о событии, рассказывают о предметах выставки. Видеоматериалы были просмотрены более 25 000 раз, понравились 1 382 подписчикам, оставлено 39 комментариев и сделано 158 репостов.

О проведении выставки «Женская сила: от божественной к демонической» в мае 2022 г. музеем размещено шесть информационных постов. Они понравились 12 749 подписчикам, оставлено 445 комментариев, сделано 5 629 репостов.

Информация о проведении выставки «Иероглифы: открытие Древнего Египта» вызвала значительный интерес у подписчиков. Так, Британским музеем

и его партнерами в период с ноября 2021 г. по февраль 2023 г. было размещено двадцать шесть постов, из которых восемь – видеоматериалы, а остальные – информация о самом событии, предметах выставки, ссылки на официальную страницу выставки. Видеоматериалы были просмотрены 24 016 раз, понравились 5 932 подписчикам, оставлено 772 комментария, сделано 1 649 репостов. Подписчиками музея размещено более 180 постов, которые понравились 7 241 раз, оставлено 569 комментариев, сделано 1 186 репостов [16].

Исходя из изложенного, можем отметить следующие показатели использования социальных сетей Британским музеем. Так, видеоматериалы, посвященные вышеуказанным выставкам и размещенные на страницах музея в социальных сетях, были просмотрены 3 071 920 раз, понравились 226 384 подписчикам, оставлено 61 410 комментариев и сделано 2 254 репоста. Музеем, партнерами, учеными-специалистами, практиками и подписчиками музея размещено 1 688 публикаций, касающихся данных событий, которые понравились 223 115 подписчикам, оставлено 1 753 комментария и сделан 8 791 репост.

Активность Британского музея в социальных сетях по информационной поддержке проводимых событий является одной из основных составляющих стратегии музея в выставочной деятельности. Показателем эффективного использования социальных сетей стало количество людей, непосредственно посетивших вышеуказанные выставки. Количество посетивших музейную выставку «Мир Стоунхенджа» в 2022 г. составило 977 тыс. человек [17], а музейную выставку «Иероглифы: открытие Древнего Египта» в 2022 г. – более 128 тыс. человек [18]. Данные цифры, кроме всего прочего, являются важным показателем доходов музея, что обеспечивает его устойчивое развитие. Кроме этого, не менее существенным является тот факт, что около 3 млн просмотров составили видеоматериалы выставок, размещенные на YouTube-канале и других социальных платформах музея. Это, в свою очередь, является показателем успешной деятельности сотрудников музея по формированию общества (аудитории) музея по всему миру.

Таким образом, изложенные выше данные о количестве просмотров видеоматериалов выставок, а также количество кратких информативных публикаций с хештегами выставок и с ссылками на официальные интернет-страницы выставок, размещенных музеем, партнерами, учеными, практиками, а также многочисленные посты подписчиков и реакция в виде «лайков», комментариев и репостов этих публикаций отражают высокую активность и высокую динамику постов на страницах Британского музея в социальных сетях и показывают высокую эффективность использования социальных сетей при организации и проведении выставок. Информация о времени, месте проведения выставок, краткие видеоматериалы ознакомительного характера заблаговременно размещались на страницах в социальных сетях. Кроме того, эта информация дублировалась во время проведения выставок, а также многочисленными партнерами и подписчиками музея.

Резюмируя вышесказанное, можно утверждать, что социальные сети являются важной частью стратегии Британского музея как при проведении выставок, так и организации иных мероприятий внутри страны и на международной арене. Они наряду с информационной поддержкой по привлечению широкой аудитории к посещению выставок предоставляют возможность подписчикам и всем интересующимся историей лицам, не имеющим физиче-

ской возможности посетить выставки, ознакомиться с ними посредством размещенных видеоматериалов. Этот факт особенно важен с точки зрения прямого общения с аудиторией по вопросам музейной деятельности, формирования устойчивого общества любителей Британского музея и привлечения новых членов. Количество подписчиков на страницах музея в социальных сетях и изложенные выше цифры по проведенным в 2022 г. выставкам показывают высокую эффективность использования социальных сетей в вопросах информационной поддержки всех мероприятий музея. По нашему мнению, музеи страны с учетом своих организационно-материальных возможностей могут воспользоваться опытом Британского музея по использованию социальных сетей по привлечению аудитории к проводимым мероприятиям и созданию общества любителей музея.

Исходя из практики использования Британским музеем социальных сетей, можно указать ряд предложений, которые могли бы быть использованы музеями страны. Во-первых, в зависимости от организационно-материальных возможностей музея создать отдел IT-специалистов и сотрудников музея по управлению социальными сетями, объединить все страницы социальных сетей на одной панели, что позволит непосредственно общаться с аудиторией, своевременно реагировать на те или иные вопросы при проведении различных мероприятий. Во-вторых, для обеспечения доступа аудитории к информации о проводимых выставках и иных мероприятиях размещать в социальных сетях видеоматериалы под названием «Уголок куратора» или «Спросите куратора», в которых сотрудники музея предоставят подробную информацию об этих событиях, ознакомят интернет-аудиторию с материалами выставки. В-третьих, создавать хештеги проводимых выставок, что даст музеям возможность расширить охват постоянных подписчиков и привлечь новую интернет-аудиторию. В-четвертых, привлекать к сотрудничеству ведущих ученых-экспертов и практиков в области проводимых мероприятий, имеющих собственные страницы в социальных сетях, известные коммерческие и некоммерческие организации, музеи-партнеры, а также ведущие газеты и журналы, обладающие широкой сетью подписчиков. Это, в свою очередь, существенно увеличит информационную поддержку проводимых мероприятий.

Применение всех указанных предложений или их части при использовании социальных страниц музея положительно скажется на взаимосвязях с аудиторией, поможет привлечь новых подписчиков музея, значительно увеличит узнаваемость музея и проводимых им мероприятий и как результат обеспечит устойчивый денежный доход, что является существенным фактором для развития музея.

Список источников

1. *Social media user numbers have continued to grow.* URL: <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Detailed%20analysis%20by%20the%20team,of%20the%20total%20global%20population> (accessed: 11.01.2024).
2. *Museums with the most social media followers worldwide 2023.* URL: <https://www.statista.com/statistics/1314343/museums-highest-social-media-followers-worldwide/#:~:text=With%20a%20combined%2013.3%20million,presence%20as%20of%20March%202023> (accessed: 14.01.2024).
3. *Arran John Rees. Remixing Museology: An approach to collecting social media in museums.* PhD in Art Diss. Leeds, 2021. 307 p. URL: https://etheses.whiterose.ac.uk/29542/1/ArranJRees_Remixing-Museology_Thesis-Final.pdf (accessed: 14.09.2023).

4. Budge K. Objects in Focus: Museum Visitors and Instagram. Curator: The Museum Journal. 2017. 60(1). P. 67–85. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cura.12183> (accessed: 30.08.2023).
5. *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum* / eds. K. Drotner, K. Schröder. Oxon ; New York : Routledge, 2013. URL: <https://www.routledge.com/Museum-Communication-and-Social-Media-The-Connected-Museum/Drotner-Schroder/p/book/9780815346821> (accessed: 22.12.2023).
6. Marakos P. Museums and social media: modern methods of reaching a wider audience // *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*. 2014. Vol. 14, № 4. P. 75–81. URL: https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGxRxJbFNhfffh_qpfbCjLkGRXv (accessed: 19.12.2023).
7. *Villaespesa Cantalapiedra E. Measuring Social Media Success: The value of the Balanced Scorecard as a tool for evaluation and strategic management in museums* : PhD diss. University of Leicester, 2015. URL: https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/37985/1/2016_VILLAESPESAEPHD.pdf (accessed: 21.12.2023).
8. *Social media code of conduct*. <https://www.britishmuseum.org/terms-use/social-media-code-conduct> (accessed: 09.01.2024).
9. *What's on at the British Museum in 2022?* URL: <https://www.britishmuseum.org/blog/whats-british-museum-2022> (accessed: 14.01.2024).
10. *Past exhibition. The world of Stonehenge*. URL: https://www.britishmuseum.org/exhibitions/world-stonehenge?utm_source=blog&utm_medium=smo&utm_campaign=stonehenge&utm_term=1&utm_content=link_07/12/2021_mktg (accessed: 11.01.2024).
11. *The Citi exhibition. Feminine power: the divine to the demonic*. <https://www.britishmuseum.org/exhibitions/feminine-power-divine-demonic> (accessed: 11.01.2024).
12. *Past exhibition. Hieroglyphs unlocked ancient Egypt*. <https://www.britishmuseum.org/exhibitions/hieroglyphs-unlocking-ancient-egypt> (accessed: 11.01.2024).
13. *British museum YouTube channel*. URL: <https://www.youtube.com/user/britishmuseum> (accessed: 12.01.2024).
14. *British Museum Twitter page*. URL: <https://twitter.com/britishmuseum> (accessed: 24.01.2024).
15. *British Museum Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/britishmuseum/> (accessed: 02.02.2024).
16. *British Museum Facebook page*. URL: <https://www.facebook.com/britishmuseum> (accessed: 16.02.2024).
17. *Number of visits to Stonehenge in England from 2010 to 2022*. <https://www.statista.com/statistics/586843/stonehenge-visitor-numbers-united-kingdom-uk/> (accessed: 26.01.2024).
18. *British Museum's Egyptian hieroglyphs exhibition to go on tour*. <https://www.thenationalnews.com/world/uk-news/2023/02/15/sample-of-british-museums-hieroglyphs-exhibition-to-go-on-uk-tour/#:~:text=Hieroglyphs%3A%20Unlocking%20Ancient%20Egypt%2C%20on,attracted%20more%20than%20128%2C000%20visitors> (accessed: 26.01.2024).

References

1. Datareportal. (n.d.) *Social media user numbers have continued to grow*. [Online]. Available from: <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Detailed%20analysis%20by%20the%20team,of%20the%20total%20global%20population> (Accessed: 11th January 2024).
2. Statista. (2023) *Museums with the most social media followers worldwide 2023*. [Online]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/1314343/museums-highest-social-media-followers-worldwide/#:~:text=With%20a%20combined%2013.3%20million,presence%20as%20of%20March%202023> (Accessed: 14th January 2024).
3. Arran, J.R. (2021) *Remixing Museology: An approach to collecting social media in museums*. PhD in Art Diss. Leeds. [Online]. Available from: https://etheses.whiterose.ac.uk/29542/1/ArranJRees_Remixing-Museology_Thesis-Final.pdf (Accessed: 14th September 2023).
4. Budge, K. (2017). Objects in Focus: Museum Visitors and Instagram. *Curator: The Museum Journal*. 60(1). pp. 67–85. [Online]. Available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cura.12183> (Accessed: 30th August 2023).
5. Drotner, K. & Schröder, K. (eds) (2013). *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum*. Oxon; New York: Routledge. [Online]. Available from: <https://www.routledge.com/Museum-Communication-and-Social-Media-The-Connected-Museum/Drotner-Schroder/p/book/9780815346821> (Accessed: 22nd December 2023).

6. Marakos, P. (2014) Museums and social media: modern methods of reaching a wider audience. *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*. 14(4). pp. 75–81. [Online]. Available from: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGxRxJBfNhhfH qpfbCj cLKgRXv> (Accessed: 19th December 2023).

7. Villaespesa Cantalapedra, E. (2015) *Measuring Social Media Success: The Value of the Balanced Scorecard as a Tool for Evaluation and Strategic Management in Museums*. PhD Diss. University of Leicester. [Online]. Available from: <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/37985/1/2016VILLAESPESAEPHD.pdf> (Accessed: 21st December 2023).

8. Britishmuseum.org. (n.d.) *Social Media Code of Conduct*. [Online]. Available from: <https://www.britishmuseum.org/terms-use/social-media-code-conduct> (Accessed: 9th January 2024).

9. Britishmuseum.org. (n.d.) *What's on at the British Museum in 2022?* [Online]. Available from: <https://www.britishmuseum.org/blog/whats-british-museum-2022> (Accessed: 14th January 2024).

10. Britishmuseum.org. (n.d.) *Past exhibition. The world of Stonehenge*. [Online]. Available from: https://www.britishmuseum.org/exhibitions/world-stonehenge?utm_source=blog&utm_medium=smo&utm_campaign=stonehenge&utm_term=1&utm_content=link_07/12/2021_mktg (Accessed: 11th January 2024).

11. Britishmuseum.org. (n.d.) *The City Exhibition. Feminine Power: The Divine to the Demonic*. [Online]. Available from: <https://www.britishmuseum.org/exhibitions/feminine-power-divine-demonic> (Accessed: 17th January 2024).

12. Britishmuseum.org. (n.d.) *Past Exhibition. Hieroglyphs Unlocked Ancient Egypt*. [Online]. Available from: <https://www.britishmuseum.org/exhibitions/hieroglyphs-unlocking-ancient-egypt> (Accessed: 11th January 2024).

13. YouTube. (n.d.) *British Museum YouTube Channel*. [Online]. Available from: <https://www.youtube.com/user/britishmuseum> (Accessed: 12th January 2024).

14. Twitter. (n.d.) *British Museum Twitter*. [Online]. Available from: <https://twitter.com/britishmuseum> (Accessed: 24th January 2024).

15. Instagram. (n.d.) *British Museum Instagram*. [Online]. Available from: <https://www.instagram.com/britishmuseum/> (Accessed: 2nd February 2024).

16. Facebook. (n.d.) *British Museum Facebook*. [Online]. Available from: <https://www.facebook.com/britishmuseum> (Accessed: 16th February 2024).

17. Statista. (n.d.) *Number of visits to Stonehenge in England from 2010 to 2022*. [Online]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/586843/stonehenge-visitor-numbers-united-kingdom-uk/> (Accessed: 26th January 2024).

18. Duncan, J. (2023) British Museum's Egyptian hieroglyphs exhibition to go on tour. *The National News*. 15th February. [Online]. Available from: <https://www.thenationalnews.com/world/uk-news/2023/02/15/sample-of-british-museums-hieroglyphs-exhibition-to-go-on-uk-tour/#:~:text=Hieroglyphs%3A%20Unlocking%20Ancient%20Egypt%2C%20on,attracted%20more%20than%2012%2C000%20visitors> (Accessed: 26th January 2024).

Сведения об авторе:

Бабаева С.Р. – доктор философии по искусствоведению, доцент кафедры общественных дисциплин Азербайджанского университета туризма и менеджмента (Баку, Азербайджан). E-mail: sabina.babayeva@atmu.edu.az

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Babayeva S.R. – PhD in Art, Associate Professor of the Department for Social Disciplines, Azerbaijan Tourism and Management University (Baku, Azerbaijan). E-mail: sabina.babayeva@atmu.edu.az

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 10.03.2024;
одобрена после рецензирования 06.09.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 10.03.2024;
approved after reviewing 06.09.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 379.851

doi: 10.17223/22220836/58/17

СВЯТЫЕ ИСТОЧНИКИ КАК ОБЪЕКТЫ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Татьяна Андреевна Гибельгаус

*Алтайский государственный педагогический университет, Барнаул, Россия,
gibelgaus_t@mail.ru*

Аннотация. В статье на основе специализированной методики проводится оценка рекреационной и культовой значимости святых источников Алтайского края, которые имеют высокий потенциал в качестве объектов религиозного туризма. Развитие религиозного туризма как одного из направлений внутреннего туризма способствует не только формированию комплекса туристических услуг региона, но и укреплению региональной идентичности и формированию патриотизма через изучение культурных и религиозных традиций.

Ключевые слова: святые источники, религиозный туризм, внутренний туризм, рекреационная и культовая оценка источников, объект религиозного туризма, историко-культурное наследие

Для цитирования: Гибельгаус Т.А. Святые источники как объекты религиозного туризма Алтайского края // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 202–210. doi: 10.17223/22220836/58/17

Original article

HOLY SPRINGS AS OBJECTS OF RELIGIOUS TOURISM ON THE ALTAI TERRITORY

Tatiana A. Gibelgaus

Altai State Pedagogical University, Barnaul, Russian Federation, gibelgaus_t@mail.ru

Annotation. In the context of changing geopolitical priorities and growing interest in domestic tourism, there is a growing need to use Russia's socio-cultural resources. The article examines the development of religious tourism as one of the directions of domestic tourism, contributing to strengthening the unity of the people and the formation of patriotism through the study of cultural and religious traditions. Special attention is paid to the holy springs of the Altai Territory as objects of religious tourism. Religious tourism is defined as temporary trips to visit sacred sites, including religious and natural sites. The Altai Territory, being one of the religious centers of Siberia, has a developed religious infrastructure, including more than 1,000 springs, of which 24 are recognized as saints.

Based on a specialized methodology, the article evaluates the recreational and religious significance of several Altai springs, which allows us to identify their high potential as objects of religious tourism, which in turn can contribute to the formation of a complex of tourist services in the region. Assessing the recreational and religious significance of the holy springs, using a specialized methodology, the author identifies key sites such as the "Holy Spring" in the village of Sorochiy Log and the "Eye Key" in Belokurikha, which have received high marks, which are the most relevant in terms of the development of religious tourism. We are also considering the possibility of using sources with an average cult rating, provided that the infrastructure is improved, and these places are accessible to tourists.

Summing up, the author notes that despite the high potential of the holy springs as objects of religious tourism, there are no comprehensive religious tours in the region, which creates an unoccupied niche in the tourist market. The development of religious tourism in the Altai Territory through the inclusion of holy springs in tourist routes can significantly increase the attractiveness of the region for tourists and strengthen the cultural unity of the population.

Keywords: holy springs, religious tourism, domestic tourism, recreational and cult assessment of sources, object of religious tourism, historical and cultural heritage

For citation: Gibelgaus, T.A. (2025) Holy springs as objects of religious tourism on the Altai territory. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 202–210. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/17

В современном российском обществе, где меняются геополитические приоритеты и наблюдается тенденция перехода туристических потоков с международного туризма на использование внутренних социокультурных ресурсов, государственные структуры и предпринимательское сообщество сталкиваются с важной задачей – выявлением наиболее перспективных направлений внутреннего туризма и их активным развитием. В связи с этим в последние годы все больше внимания уделяется религиозному туризму. Развитие религиозного туризма также помогает решать стратегические задачи и в области политики – сохранение единства граждан в их полиэтническом и многоконфессиональном многообразии. Это, в свою очередь, способствует формированию патриотизма и повышению культурного уровня населения через изучение истории, культурных и религиозных традиций всех регионов нашей обширной страны.

Прежде чем перейти к рассмотрению святых источников в качестве объектов религиозного туризма, необходимо определить содержание термина «религиозный туризм». Подчеркну, что в статье пойдет речь именно о религиозном туризме и возможности использования святых источников в качестве объекта в указанном виде туризма. Рассмотрение святых источников в качестве объектов паломничества является предметом самостоятельного исследования. Вопросы, связанные с религиозным туризмом и паломничеством, в настоящее время не имеют четкого законодательного регулирования. Различие между этими двумя понятиями не отражается в действующих правовых актах, которые становятся основой для регулирования данной сферы. Основные нормы сформулированы в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ [1] и Федеральном законе «О свободе совести и о религиозных организациях» от 26.09.1997 № 125-ФЗ [2]. В 2019 г. в Российской Федерации были приняты поправки к вышеуказанным законам, согласно которым паломничество было отделено от туризма и получило особый правовой статус. Однако, несмотря на внесение поправок, законодатель так и не закрепил юридические определения за «религиозным туризмом» и «паломничеством».

Анализ зарубежных и отечественных подходов к определению религиозного туризма показывает, что исследователи в разных странах, в том числе и в России, не смогли прийти к общему мнению относительно данного термина. Свое определение этого вида туризма первым предложил Г. Риншед, профессор из Регенсбургского университета в Германии. Он интерпретировал религиозный туризм как путешествия, мотивированные религиозными факторами [3]. Изучение религиозного туризма в ракурсе организационных ас-

пектов было проведено Е.Е. Шарафановой и Е.В. Печерицей. По их мнению, особенность религиозного туризма заключается в организации посещения туристами мест, связанных с историческим, культурным и природным наследием. Также данный вид туризма предполагает знакомство с религиозными, историческими, культурными и художественными ценностями конкретного направления, что способствует изменению восприятия окружающей действительности [4].

С позиций, близких Г. Риншеду, к определению религиозного туризма подошли Г.Н. и А.А. Гужины: под данным видом туризма исследователи понимают путешествия с религиозными намерениями, включающие выезды граждан за пределы их постоянного места жительства на срок не более одного года с целью посещения святых мест и центров различных религий [5]. Интересным представляется подход к пониманию религиозного туризма в исследованиях В.Л. Огудина. Согласно его взгляду, религиозный туризм охватывает гораздо более широкий спектр, чем обычные поездки по историческим святыням. Религиозный туризм не только знакомит молодежь с различными верованиями, но и вовлекает их в духовную сферу культуры [6].

Таким образом, в настоящее время возникают сложности в понимании термина «религиозный туризм» из-за отсутствия законодательного урегулирования этой дефиниции, что провоцирует проблематичность в оценке различных подходов к его определению.

В рамках настоящего исследования под религиозным туризмом понимаются временные поездки граждан с целью посещения сакральных и духовных мест, включая объекты культа и природные явления, связанные с религией. Основная задача таких поездок – знакомство с различными верованиями, обычаями и наследием, погружение в духовную атмосферу, поклонение святыням и утоление душевных потребностей без стремления к получению финансовой выгоды [7].

В Алтайском крае, который является одним из религиозных центров Сибири, ключевым фактором для продвижения религиозного туризма является наличие культовой инфраструктуры, что открывает хорошие перспективы для развития данной сферы. В качестве объектов религиозного туризма в Алтайском крае выступают так называемые «святые места» – соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры. К «святым местам» также относятся природные объекты, такие как источники, пещеры и горы. В последние годы особую популярность начали приобретать святые водные источники, расположенные на территории края.

По приблизительным подсчетам, на территории края насчитывается более 1 000 источников (родников и ключей), из которых 24 признаны святыми и освящены Русской православной церковью. К наиболее известным святым источникам региона относятся «Святой источник» в с. Сорочий Лог, Никольский источник в г. Барнаул, «Святой ключ» Жуланихинской пустыни в с. Жуланиха (Заринский р-он), «Глазной ключ» в г. Белокуриха, «серебряные» ключи возле с. Среднекрасилово, а также родники Змеиногорска, Колывани и Бийского р-на [8].

Для рассмотрения перспективности использования святых источников Алтайского края в качестве объектов религиозного туризма необходимо провести оценку рекреационной и культовой значимости источников. Для этого

будет использована специализированная методика, разработанная исследователями Белгородского государственного национального исследовательского университета – Г.А. Ореховой, Л.Л. Новых, О.Н. Наумовым, А.П. Васильченко, Е.А. Стороженко) [9]. Оценка источников проводится по параметрам, представленным в табл. 1.

Таблица 1. Критерии оценки рекреационной и культовой значимости источников

Table 1. Criteria for assessing the recreational and religious significance of sources

1. Наличие культового сооружения (церковь, часовня и др.)	Наличие – 1 б. (баллы) Отсутствие – 0 б.
2. Христианская символика у источника	Крест или икона – 1 б. Отсутствует – 0 б.
3. Эстетика	Красиво – 1 б. Более или менее красиво – 0,5 б. Не красиво – 0 б.
4. Наличие купальни, купели	Закрытая – 1 б. Закрытая, но без купели – 0,5 б. Открытая или оборудованная заводь для купания – 0,5 б. Нет – 0 б.
5. Качество воды	Соответствует СанПиН – 1 б. Не соответствует – 0 б.
6. Дебит	Высокодебитные – 1 б. Среднедебитные – 0,5 б. Малодебитные – 0 б.
7. Свободный доступ к источнику	Дорога с твердым покрытием – 1 б. Грунтовая дорога – 0,5 б. Отсутствие дороги или очень затрудненный подход – 0 б.
8. Оборудование мест отдыха	Стол, лавочки, навес – 1 б. Стол, лавочки без навеса – 0,5 б. Отсутствуют – 0 б.
9. Обеспечение санитарно-гигиенических требований при использовании	Есть крышка у колодца, вода течет из трубы – 1 б. То же, но нет крышки – 0,5 б. Есть крышка и навес, вода течет самотеком, но глубина «родниковой воронки» не менее 0,5 м – 0,5 б. То же, но глубина менее 0,5 м или отсутствие крышки и навеса – 0 б.
10. Наличие на территории бытового мусора	Отсутствует – 1 б. Единичные – 0,5 б. Часто встречающиеся – 0

Источники оцениваются по десятибалльной шкале, по одному баллу для каждого параметра, итоговая оценка определяется путем суммарного подсчета. Культовая и рекреационная оценка источника проводится по суммарному показателю:

0–2 балла – очень низкий (неудовлетворительный) уровень культовой и рекреационной оценки;

2,5–4 балла – низкий уровень культовой и рекреационной оценки;

4,5–6 баллов – средний уровень культовой и рекреационной оценки;

6,5–8 баллов – высокий уровень культовой и рекреационной оценки;

8,5–10 баллов – очень высокий уровень культовой и рекреационной оценки.

Рассмотрим рекреационную и культовую ценность на примере шести наиболее известных алтайских источников, являющихся объектами религиозного туризма.

Таблица 2. Рекреационная и культовая значимости источников Алтайского края

Table 2. Recreational and cult significance of the sources of the Altai Territory

Критерии	Родник «Святой источник» в с. Сорочий Лог	«Святой ключ» с. Жуланиха	«Глазной ключ» г. Белокуриха	Никольский источник г. Барнаул	«Святой источник» с. Среднекрасилово	«Святой источник» гора Синюха
Наличие культового сооружения (церковь, часовня и др.)	1	0,5	1	1	0,5	0
Христианская символика у источника	1	1	1	1	1	0,5
Эстетика	1	0,5	1	1	0,5	1
Наличие купальни, купели	1	0	1	0,5	0	0
Качество воды	1	1	1	1	1	1
Дебит	0,5	0	0	0,5	0	0
Свободный доступ к источнику	1	1	1	1	1	0 (подъем на гору)
Оборудование мест отдыха	1	0	1	1	0	0
Обеспечение санитарно-гигиенических требований при использовании источника	1	1	1	1	0,5	0
Наличие на территории бытового мусора и других отходов	1	0,5	1	1	0,5	1
Итоговая рекреационная и культовая оценка источника	9,5	6	9	9	5,5	3,5

Среди изученных источников три получили очень высокую рекреационную и культовую оценку – родник «Святой источник» в с. Сорочий Лог (9,5 б.), «Глазной ключ» в г. Белокуриха и Никольский источник в г. Барнаул (по 9 б.). В контексте культурного наследия наибольшую известность и статус «титованного» объекта имеет родник «Святой источник» в с. Сорочий Лог, который признан памятником природы краевого значения [10]. Казанская икона Божией Матери в киоте и поклонный крест создают духовную атмосферу и служат местом притяжения для верующих. Территория «Святого источника» оформлена в соответствии с канонами РПЦ (рис. 1). Благоустроенные входы и спуски делают посещение источника комфортным для людей всех возрастов. Наличие арки и бетонной лестницы придает месту особую атмосферу. Дощатый помост для забора воды защищает территорию от размывания и делает процесс забора более удобным. Беседка для отдыха позволяет провести время на свежем воздухе, наслаждаясь природой вокруг. Деревянная часовня-купальня с двумя купелями, ниже по течению ручья, дарит тем, кто стремится к духовному очищению, возможность совершить обряд омовения. На источнике имеется табличка с QR-кодом для получения наиболее полной информации об истории источника и лечебных свойствах воды.



Рис. 1. Территория «Святого источника» в с. Сорочий Лог. Проект «Родники нашей памяти». Фотоархив

Fig. 1. The territory of the „Holy Spring“ in the village of Sorochiy Log. Archive project „Springs of our memory“. Photo

Не менее привлекательными являются и два других источника, набравших чуть более низкую рекреационную и культурную оценку: «Глазной ключ» г. Белокуриха и Никольский источник в г. Барнауле. Их благоустроенные территории, каптированные источники и деревянные закрытые купальни создают комфортные условия для посетителей. Наличие беседок для отдыха позволяет людям насладиться времяпрепровождением на природе, где можно пообщаться с близкими или просто отдохнуть от городской суеты.

Два источника получили среднюю рекреационную и культурную оценку – «Святой ключ» в с. Жуланиха (6 б.) и «Святой источник» в с. Среднекрасилово (5,5 б.). Анализ демонстрирует, что источники обладают высокими показателями по критериям, касающимся христианской символики, качества воды и свободного доступа. Имея высокие показатели по критерию «свободный доступ к источнику», источники легко доступны на транспорте в любое время года, что значительно увеличивает их привлекательность для экскурсий. Присутствие христианской символики и культовых сооружений у источников усиливает их привлекательность для туристов, интересующихся религиозным туризмом. Например, у источника в с. Среднекрасилово располагается Среднекрасиловский пещерный монастырь, вырытый монахами-отшельниками в конце XIX в. Вместе с тем важно подчеркнуть, что низкие показатели по критериям 8, 9 и 10 обуславливают необходимость мероприятий, направленных на повышение рекреационной и культурной ценности источников. К таким мероприятиям можно отнести строительство купели, обустройство зон отдыха, уборку и благоустройство территории. Мероприятия по уборке территорий проводились на упомянутых источниках в ходе реализации проекта «Родники нашей памяти»

[11]. Например, на «Святом ключе» в с. Жуланиха участники экспедиции обновили покраску ступеней и крыльца часовни, посвященной Александру Невскому, а также оградку и крест на месте расстрела монахов в период Гражданской войны, провели расчистку прилегающей территории [12] (рис. 2).



Рис. 2. Расчистка прилегающей территории на «Святом ключе» в с. Жуланиха. Проект «Родники нашей памяти». Фотоархив

Fig. 2. Clearing of the adjacent territory on the “Holy Key” in the village of Zhulanikha. Archive project “Springs of our memory”. Photo

Низкую рекреационную и культовую оценку по выбранной методике получил только один источник, что связано прежде всего с особенностью его расположения: «Святой источник» находится примерно на середине пути, ведущего к вершине горы Синюха (1 210 м), и свободный доступ к нему осложняется подъемом по крутой тропе, проходящей местами по черневой тайге. По объективным причинам рядом с источником отсутствуют культовые сооружения: церковь, часовня и др. Из христианской символики у источника присутствуют только принесенные священнослужителями иконы. Вместе с тем следует заметить, что и у подножия горы, и на самой вершине установлены православные кресты. В силу особенности горной местности на источнике отсутствуют оборудованные места отдыха и не обеспечиваются санитарно-гигиенические требования при использовании источника. В целом указанные факторы способны ограничивать количество людей, желающих посетить источник, и снижать его популярность среди туристов. Но, несмотря на ограничения, связанные с труднодоступностью места, многие приверженцы религиозного туризма, как показывает практика, готовы преодолевать сложности ради духовного опыта или посещения святого места.

Таким образом, проанализировав святые источники Алтайского края, можно сделать вывод, что они имеют огромный потенциал как объекты религиозного туризма. Это связано прежде всего с тем, что большинство исследо-

ванных источников имеют высокую и среднюю рекреационную и культовую оценку. Их санитарно-техническое состояние, доступность, эстетика и наличие религиозной символики создают привлекательные условия как для самих туристов, так и для туроператоров. Вместе с тем анализ рынка туристических услуг в Алтайском крае показывает, что ни одна туристская фирма края не предлагает комплексные религиозные туры внутри региона с посещением нескольких сакральных мест, а лишь эпизодически, проездом, включает посещение святых источников. Таким образом, целая ниша рыночных туристических услуг Алтайского края не занята, что актуализирует продвижение религиозного туризма с включением таких объектов, как святые источники.

Список источников

1. *Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»* // КонсультантПлюс : [сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 15.02.2025).
2. *Федеральный закон «О свободе совести и о религиозных объединениях» от 26.09.1997 № 125-ФЗ* // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/ (дата обращения: 15.02.2025).
3. Rinschede G. Forms of religious tourism // *Annals of Tourism Research*. 1992. Vol. 19, № 1. P. 51–67.
4. Печерица Е.В., Шарафанова Е.Е. Паломнический туризм: сущностные аспекты // *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 6. С. 572–579.
5. Гужина Г.Н., Гужин А.А. Религиозный туризм как сегмент современного туристского рынка // *Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация*. 2016. Т. 1, № 2. С. 25–28.
6. Огудин В.Л. К вопросу о «религиозном туризме» // *Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: материалы I Всерос. с междунар. участием научной конф., г. Алушта, 2018*. С. 22–28.
7. Лебедева С.А. Подходы к пониманию религиозного туризма: туризм или паломничество? // *Скиф. Вопросы студенческой науки*. 2020. № 6 (46). С. 326–329.
8. Гибельгаус Т.А. Святые источники Алтайского края // *Вестник науки и образования*. 2023. № 2 (133). С. 116–118.
9. *Святые родники Белогорья как перспективные объекты религиозного туризма. 2: Рекреационная и культовая оценка родников / Г.А. Орехова, Л.Л. Новых, О.Н. Наумов и др. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Естественные науки*. 2017. № 4 (253). С. 169–178.
10. *Постановление Администрации Алтайского края от 06.05.2014 N 220 «О памятниках природы краевого значения» с изменениями на 18 декабря 2024 года* // *Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов*. URL: <https://docs.cntd.ru/document/412700220> (дата обращения: 15.02.2025).
11. *Проект «Родники нашей памяти», реализованный преподавателями и студентами ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет» при поддержке гранта Министерства образования и науки РФ, № 20-09-00143*.
12. *Первый объект экспедиции* // *Экспедиционный отряд «Родник» АлтГПУ*. URL: https://vk.com/rodnic_altspu?w=wall-196880638_6 (дата обращения: 01.03.2025).

References

1. Russian Federation. (1996) *Federal'nyy zakon ot 24 noyabrya 1996 g. № 132-FZ "Ob osnovakh turistskoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii"* [Federal Law N 132-FZ of November 24, 1996, On the Fundamentals of Tourist Activity in the Russian Federation]. [Online] Available from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (Accessed: 15th February 2025).
2. Russian Federation. (1997) *Federal'nyy zakon "O svobode sovesti i o religioznykh ob"edineniyakh" ot 26.09.1997 № 125-FZ* [Federal Law N 125-FZ "On Freedom of Conscience and Religious Associations" dated September 26, 1997]. [Online] Available from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/ (Accessed: 15th February 2025).
3. Rinschede, G. (1992) Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*. 19(1). pp. 51–67.
4. Pecheritsa, E.V. & Sharafanova, E.E. (2014) Palomnicheskiy turizm: sushchnostnyye aspekty [Pilgrimage tourism: essential aspects]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*. 6. pp. 572–579.

5. Guzhina, G.N. & Guzhin, A.A. (2016) Religioznyy turizm kak segment sovremennogo turistskogo rynka [Religious tourism as a segment of the modern tourist market]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya*. 1(2). pp. 25–28.

6. Ogudin, V. L. (2018) K voprosu o “religioznom turizme” [On “religious tourism”]. *Prioritetnye napravleniya i problemy razvitiya vnutrennego i mezhdunarodnogo turizma v Rossii* [Priority Areas and Problems of Development of Domestic and International Tourism in Russia]. Proc. of the 1st All-Russian conference. Alushta. pp. 22–28.

7. Lebedeva, S.A. (2020) Podkhody k ponimaniyu religioznogo turizma: turizm ili palomnichestvo? [Approaches to understanding religious tourism: tourism or pilgrimage?]. *Skif. Voprosy studencheskoy nauki*. 6(46). pp. 326–329.

8. Gibelgaus, T.A. (2023) Svyatye istochniki Altayskogo kraya [Holy springs of the Altai Territory]. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 2(133). pp. 116–118.

9. Orekhova, G.A., Novykh, L.L., Naumov, O.N. et al. (2017) Svyatye rodniki Belogor'ya kak perspektivnye ob"ekty religioznogo turizma. 2. Rekreatsionnaya i kul'tovaya otsenka rodnikov [Holy springs of Belogorye as promising objects of religious tourism. 2. Recreational and cult assessment of springs]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvennyye nauki*. 4(253). pp. 169–178.

10. Russian Federation. (2014) *Postanovlenie Administratsii Altayskogo kraya ot 06.05.2014 N 220 “O pamyatnikakh prirody kraevogo znacheniya” s izmeneniyami na 18 dekabrya 2024 goda* [Resolution N 220 of the Administration of Altai Krai dated May 6, 2014, “On natural monuments of regional significance” with amendments as of December 18, 2024]. [Online] Available from: <https://docs.cntd.ru/document/412700220> (Accessed: 15th February 2025).

11. Altai State Pedagogical University. (n.d.) *The project “Springs of Our Memory”, implemented by teachers and students of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Altai State Pedagogical University” supported by Grant No. 20-09-00143 from the Ministry of Education and Science of the Russian Federation*.

12. Expeditionary detachment “Rodnik” of AltaiSPU. (n.d.) *Pervyy ob"ekt ekspeditsii* [The first object of the expedition]. [Online] Available from: https://vk.com/rodnik_altspu?w=wall-196880638_6 (Accessed: 1st March 2025).

Сведения об авторе:

Гибельгаус Т.А. – старший преподаватель кафедры правоведения и методики преподавания социально-экономических дисциплин Алтайского государственного педагогического университета (Барнаул, Россия). E-mail: gibelgaus_t@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Gibelgaus T.A. – Senior Lecturer at the Department of Law and Methods of Teaching Socio-Economic Disciplines, Altai State Pedagogical University (Barnaul, Russian Federation). E-mail: gibelgaus_t@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 04.03.2025;
одобрена после рецензирования 29.03.2025; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 04.03.2025;
approved after reviewing 29.03.2025; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 379.822

doi: 10.17223/22220836/58/18

ИСТОКИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЯ ИММЕРСИВНОСТИ В ТРУДАХ УЧЕНЫХ И ПРАКТИКЕ МУЗЕЕВ

Владимир Владимирович Путин¹, Елена Александровна Полякова²

¹ *Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия*

² *Алтайский государственный институт культуры, Барнаул, Россия*

¹ *putin_98@bk.ru*

² *elena2873@mail.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены ранние попытки воздействия на зрителя с помощью протоиммерсивных технологий для усиления его эмоционально-чувственного опыта. Исследован путь формирования понятия иммерсивности в организации музейного пространства на примере работ ученых и музееведов (О. Грау, Н.Ф. Федоров и др.). Приведены примеры применения иммерсивных технологий с целью повышения интереса зрителя к экспозиционному пространству в контексте различных исторических эпох.

Ключевые слова: иммерсивность, театрализация, организация музейного пространства, цифровые технологии, интерактивность

Для цитирования: Путин В.В., Полякова Е.А. Истоки формирования понятия иммерсивности в трудах ученых и практике музеев // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 211–219. doi: 10.17223/22220836/58/18

Original article

IMMERSIVE TECHNOLOGIES AS A NEW APPROACH TO ORGANIZING MUSEUM COMMUNICATION AND A WAY TO ATTRACT REPRESENTATIVES OF THE Z AND ALPHA GENERATIONS TO MUSEUMS

Vladimir V. Putin¹, Elena A. Polyakova²

¹ *National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation*

² *Altai State Institute of Culture, Barnaul, Russian Federation*

¹ *putin_98@bk.ru*

² *elena2873@mail.ru*

Abstract. The article examines the origins of the use of proto-immersive technologies in one form or another, with specific features of specific epochs. The evidence is provided by the research of the German art critic O. Grau, as well as the tradition of creating illusory images, now called “trompley”, and the technology of circular panoramas. The controversial position of the museum in the contented society has long been the subject of the discourse of researchers and scientists. Is a museum a temple or a forum? Is the museum a place for everyone, or is it just another way of stratifying society? One of the first people who tried to

resolve this contradiction was the Russian religious thinker N.F. Fedorov. Long before the concept of immersiveness appeared, N.F. Fedorov proposed a grandiose project – the Museum of the Third estate, which was a huge complex where space and decoration played an important role in creating the atmosphere of the 19th century. The next stage in the evolutionary development of immersivity can be called the concept of a “useful museum” by the American librarian J.K. Dana. Continuing to expand the concept of the “social” proposed by N.F. Fedorov and P.A. Florensky in the structure of the museum, J.K. Dana offers a system of social museums. The American museum figure did not mean by “museum space” material values, but rather a public organization for discussion, creativity or entertainment activities. The museum, according to the researcher, should become a public platform for building a dialogue between the museum object and visitors, a mobile and socially active institution, a place of socialization of the individual. The theory of “museum communication” by Canadian scientist D. Cameron had a significant impact on understanding the principles of using immersive technologies in the museum space. D. Cameron put forward the concept of a “museum forum” capable of reorganizing the museum network into a free communication space for dialogue between various groups of the population. In the forum, visitors become co-organizers of the exhibition, which implies the possibility of experimenting with forms, museum objects, etc. Currently, the concept of immersivity in the minds of most people is primarily associated with digital technologies. The early experiences of museologists confirm that museums have been looking for opportunities for quite a long time to adjust from excessive verbal information content to a figurative perception of events, phenomena, facts, rather than individual items on display.

Keywords: immersive technologies, interactive technologies, digital technologies, theory of generations, museum communication, theatrical performance in the museum

For citation: Putin, V.V. & Polyakova, E.A. (2025) Immersive technologies as a new approach to organizing museum communication and a way to attract representatives of the z and alpha generations to museums. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 211–219. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/18

В настоящее время понятие иммерсивности в сознании большинства людей, в первую очередь, ассоциируется с цифровыми технологиями. Ранние опыты музеевдов подтверждают, что музеи довольно долго искали возможность перестроиться от избыточной словесной информативности к образному восприятию событий, явлений, фактов, а не отдельных экспонируемых предметов.

Immersive с английского языка переводится как «погружение». Когда об объекте говорят, что он «иммерсивный», имеют в виду, что он создает эффект погружения [1]. Использование иммерсивных технологий в организации пространства некоторыми исследователями рассматривается как совершенно новое явление, появившееся лишь в XX в. Однако в книге «От иллюзии к погружению» немецкий искусствовед и теоретик Оливер Грау выдвинул иную точку зрения. По его мнению, мысль поместить наблюдателя в пространство, в котором на него будут воздействовать с помощью иллюзий и использования технологий, появилась задолго до современных нам цифровых технологий и форм (театрализации, 3D-мэппинга, электронных стендов и т.д.). Иммерсивные технологии в том или ином виде, со специфическими особенностями конкретных эпох использовались для усиления эмоционального воздействия задолго до настоящего времени. По мнению О. Грау, протоиммерсивные технологии берут свое начало с европейской традиции создания иллюзорных изображений, получивших в настоящее время название «tromp l'œil». Суть данной техники живописи состоит в том, что изображенные на различных плоскостях объекты воспринимаются зрителем как объемные. К примеру, в данной

технике были созданы фрески, которые были обнаружены в VI в. на вилле Мистерий в Помпеях, а также в музее Терм, на вилле Ливии близ Примпорта. *«Все четыре стены большого зала (11,75 × 5,90 метра) украшены фресками, изображающими сад. Высота росписи около 3 метров. Таким образом, попадая в это помещение, начинаешь ощущать себя как бы внутри пышного плодового сада, где растут гранатовые деревья, лавры и кипарисы, цветут розы, висят на ветках спелые плоды, а между деревьями порхают птицы»* [2].

В конце XVIII в. английский художник Роберт Баркер создал картину с видами Эдинбурга, особенностью которой стал обзор на 360 градусов. Направив источник света под определенным углом, Баркер добился эффекта рельефности картины, придал ей объем. Работа имела успех, и именно для нее сам художник придумал слово «панорама». Позже появились передвижные варианты, а тематика картин варьировалась от пейзажей и видов городов до сцен сражений. *«Круговая панорама (XVIII в.) признана прообразом современного визуального иммерсивного опыта»*. Новая технология создания изображений не только создавала атмосферу, но и *«стала паразитировать на природных свойствах человеческой психики (воображение, контроль, пространственные границы)»* [3].

И хотя эти графические пространства для создания эффекта погружения, очевидно, технически несопоставимы с современными возможностями, которые доступны с помощью компьютеров и других технологий, однако это яркая иллюстрация того, как в каждую эпоху предпринимались всевозможные ухищрения, чтобы создать максимальную иллюзию, найти дополнительный способ воздействовать на эмоции зрителя с помощью имеющихся под рукой технических средств. Это не обошло стороной и музей.

Противоречивое положение музея в обществе довольно долгое время выступает предметом дискурса исследователей и ученых. Музей – это храм или форум? Является ли музей местом для всех и каждого или же это очередной способ стратификации общества? Необходимо достичь компромисса в сочетании миссии музея как способа сохранения культурного наследия с актуализацией общественной функции культурного института – диалога с социумом – без негативного воздействия на музейные объекты. Одним из первых, кто попытался решить данное противоречие, стал русский религиозный мыслитель Н.Ф. Федоров, который *«отмечал присущие современному ему музею противоречия, и первое из них – сочетание в обществе почтения к музею и презрения к нему, выраженное в самом понятии „дать в музей“, „дать в архив“»* [4]. На современное для философа общество большое влияние оказывал стремительный технический прогресс, имевший как положительные, так и отрицательные последствия. Н.Ф. Федоров же видел музей как *«институт, предотвращающий небратское состояние социума»* [5], способный решить эту проблему. По его мнению, музей является не просто хранилищем, которое собирает все «отжившее», это «не собрание вещей, а собор лиц» [6. С. 377], а значит, он взаимодействует с социумом. Между посетителями и музейными предметами выстраивается незримый диалог, затрагивающий другие культуры, эпохи, личности, которые так или иначе были связаны с предметами экспозиции. Философ призывал к тому, чтобы музеи были не собранием «мертвых вещей», а «музеями действия», т.е. они должны

напрямую участвовать в жизни социума, стать способом решения актуальных для конкретного времени проблем. Даже на сегодня это – крайне актуальный вопрос, ставший главной темой XIX генеральной конференции Международного совета музеев (ИКОМ), прошедшей в 2001 г. в Барселоне [7].

Задолго до коммуникационного подхода к музею, задолго до появления понятия иммерсивности Н.Ф. Федоров предложил грандиозный проект, опередивший свое время. В статье «Выставка 1889 года, или Наглядное изображение культуры, цивилизации и эксплуатации, юбилей столетнего господства среднего класса, буржуазии или городского сословия, и чем должна быть выставка последнего года XIX в. или первого года XX, точнее же, выставка на рубеже этих двух веков; что XIX в. завещает XX?» описан проект Музея третьего сословия, который представлял собой огромный комплекс, где пространство и оформление играли важную роль в создании атмосферы XIX в. По замыслу философа многоэтажная конструкция из событий делилась на ассамблею-бал, рудники, фабрики, город с казармами и полицейской частью и т.д., которые являлись метафорами и символами отжившего века – «всемирная промышленность в ее потреблении». Промышленность была представлена не в виде склада, как было принято на выставках той эпохи, а в виде произведений, исполняющих свое назначение, с которыми можно и нужно взаимодействовать, что типично для современных иммерсивных и интерактивных экспозиций: «...на выставке же в форме ассамблеи мы видим все произведения исполняющими свое назначение, влияющими на человека, подчиняющими его себе, держащими его в вечном детстве, несовершеннолетия, расслабляющими его тело, уродующими его душу» [8].

Принимая во внимание тот факт, что данный проект не только не был реализован в то время, но даже и сегодня ничего подобного спроектировать никому не удалось, стоит отметить сюжетно-образное построение музейной экспозиции в работе Н.Ф. Федорова, предвосхитившей современные принципы использования иммерсивных технологий в музейном пространстве.

Следующим этапом эволюционного развития иммерсивности можно назвать концепцию «полезного музея» американского библиотекаря Дж.К. Даны. В обсуждении реорганизации деятельности социокультурного учреждения, к которому относится музей, в сторону расширения социальной коммуникации исследователь обратил внимание на замкнутость музеев, что противоречило предназначению культурного учреждения. Продолжая расширять концепт «социального», предложенный Н.Ф. Федоровым и П.А. Флоренским в структуре музея, Дж.К. Дана предлагает систему социальных музеев. Их главное отличие состояло в том, что музеи теперь выступали не только как место хранения коллекций, но и место для популяризации знаний общества, где особое внимание уделялось удовлетворению культурных запросов посетителей. Более того, для увеличения спроса на посещаемость как пример адаптации площадки к запросам общества Дж.К. Дана предложил обратиться к рыночным механизмам на примере универмагов. Музей должен предложить посетителям больше свободы в выставочном пространстве. Эти идеи во многом отразились на появлении интерактивных музеев с возможностью активного взаимодействия посетителей с экспонатами. К примеру, в музее Коперника в Польше центральная экспозиция первого этажа посвящена природе и ее явлениям. Посетители могут самостоятельно создать различные

виды волн, чтобы увидеть разницу между ними, могут взаимодействовать со стробоскопами, создать кольца из тумана и многое другое [9].

Дж.К. Дана стремился к тому, чтобы музеи перестали быть замкнутыми системами. Американский музейный деятель под «музейным пространством» понимал не материальные ценности, а скорее общественную организацию для дискуссии, творчества или развлекательной деятельности. Музей, по мысли исследователя, должен стать общественной площадкой для выстраивания диалога между музейным предметом и посетителями, мобильным и социально-активным учреждением, местом социализации индивида. Общество является непосредственным участником развития музейного пространства, поэтому должно занимать ведущее место в процессе экспонирования [10].

Существенное влияние на понимание принципов использования иммерсивных технологий в музейном пространстве оказала теория «музейной коммуникации» канадского ученого Д. Камерона. Музей, выступая как пространство «диалога» между посетителями и музейными предметами, имел ряд существенных проблем, решение которых предлагал Д. Камерон. Прежде всего музей, по мысли ученого, выступает как «музей-храм», так как именно работа с фондами отличает музей от других учреждений. Но, несмотря на то, что функции накопления, коллекционирования и консервации являются для музеев основополагающими, так как это место сохранения культурного, жизненного опыта человечества, в то же время ориентация только на эти «храмовые» функции приводит к дистанцированию от общества. Первые «демократические музеи» не отображали общества в целом, так как коллекции были собраны академическими элитами сообразно их образованию и подходу к искусству [11. С. 267].

Д. Камерон выдвинул концепцию «музея-форума», способного реорганизовать музейную сеть в свободное коммуникационное пространство для диалога различных групп населения. Ориентация на сохранность и консервирование способствует ограниченности социокультурной направленности, не предполагая под собой направленность на запрос публики. В «форуме» посетители становятся со-организаторами экспонирования, что предполагает возможность экспериментирования с формами, музейными предметами и т.д. «Специфику музея Д. Камерон видит, в первую очередь, в визуальном и пространственном характере музейной коммуникации» [12. С. 418–427]. Д. Камерон разработал модель музейной коммуникации, в которой посетитель получает визуальную информацию от самого музейного экспоната и вербальную от сотрудника музея. Важно, чтобы оба субъекта активно участвовали в этом диалоге, так как это позволит упрочить связь сотрудника музея с публикой при взаимном обмене переживаниями и обеспечить многоканальность диалога внутри коммуникационного поля.

Для посетителя музейный работник должен выступать не как авторитарный, монологичный собеседник, а как проводник в «язык вещей», как «переводчик» символов, знаков и явлений. При пассивном участии реципиента музеем грозит социальное уничтожение. Согласно теории Д. Камерона, музеи должны ориентироваться на современные запросы общества, изучать их потребности и тренды поколений. Это один из основополагающих критериев современных иммерсивных технологий: быть «в климате», «на волне» той

аудитории, которая посещает современные музеи. Например, Музей современного искусства в Швейцарии построен по модели Д. Камерона. Музей позиционирует себя как платформа для свободного обмена различными формами художественного самовыражения, что позволяет посетителям самостоятельно стать экскурсоводами и обсудить с музейными работниками представленные предметы экспонирования [13].

Кратко стоит упомянуть и о влиянии канадского культуролога М. Маклюэна, создателя коммуникационной модели культуры. Он выступал за предоставление большей свободы посетителям в ходе посещения выставок, а также с критикой существовавших на тот момент противоречий между визуальным и тактильным способами передачи информации в музейном пространстве [14. Р. 7]. М. Маклюэн полемизировал с положением, согласно которому экспозиция в музее содержала в себе единый, неизменный смысл и являлась способом его передачи. По его мнению, замысел образовывался по-новому всякий раз, однако не в современном для него музее, так как посетители в большей степени были настроены на пассивное получение информации. М. Маклюэн предложил идею создания особой галереи, ориентированной не на то, чтобы отвечать на вопросы посетителей, а на то, чтобы их только задавать. Он предлагал организовать выставку не в строгой, сюжетно-ориентированной последовательности, а в хаотичной, чтобы посетители, кусочек за кусочком, самостоятельно создавали смысловые последовательности. Музей должен углубить опыт реципиента, дав ему возможность свободного взаимодействия с музейными предметами – тщательно их осматривать и трогать [15. С. 424–425].

М. Маклюэн предложил не просто дать полную свободу посетителям, включив в организацию экспозиций элементы иммерсивности, но и, что более важно, его идея заключалась в попытке заставить зрителя перейти на новую ступень эмоционального и интеллектуального восприятия, заставить людей мыслить, анализировать, получая таким образом новые знания.

В настоящее время понятие иммерсивности в сознании большинства людей, в первую очередь ассоциируется с цифровыми технологиями. Начало этому положили первые эксперименты с интерактивными средами, связанными с кибернетикой во второй половине XX в. Тогда как в театрализации зачастую существуют определенные ограничения в плане возможных взаимодействий посетителя с предметами экспонирования, связанные с ценностью реальных экспонатов, ограниченными вариантами паттернов актеров, длительностью действия и т.д., в области цифровых технологий подобных ограничений не существует.

Обратимся к примерам. Одним из способов взаимодействия посетителя с предметами экспонирования сегодня является использование VR- и AR-технологий. Современные музеи охотно используют возможности дополненной реальности в экскурсиях и 3D-турах по выставкам, создавая из «скучных» прогулок запоминающееся шоу.

Компания Google сотрудничала с несколькими музеями для разработки туров по выставкам, и теперь у зрителей по всему миру есть возможность совершить онлайн-прогулку по Далвичской картинной галерее (Dulwich Picture Gallery, London), бельгийскому центру BOZAR, бразильскому Museu de Arte Moderna и Robben Island Museum, расположенному в Кейптауне. Соб-

ственные приложения виртуальной реальности выпустили The Renwick Gallery, а также Смитсоновский институт – по мотивам выставки скульптур «Wonder», проходившей в 2015–2016 гг. [16].

В России на официальных сайтах многих музеев есть возможность поучаствовать в 3D-экскурсиях. Например, в виртуальном туре по Русскому музею можно посмотреть экспозицию с живописными полотнами, графическими произведениями и скульптурными композициями, а также детально рассмотреть многие экспонаты и увидеть портреты их авторов [17].

В 20 городах России представлены выставки «Россия – моя история» мультимедийных исторических парков, создатели которых претворили в жизнь идею о том, что изучать историю Отечества не должно быть скучно. Каждая из выставок располагает самыми современными техническими средствами: сенсорными столами и экранами, планшетами, голограммами и проекциями, лайтбоксами, компьютерной графикой. В филиале мультимедийных исторических парков в Казани организованы шесть постоянных экспозиций, охватывающих разные периоды развития страны. Одна из самых увлекательных – «Рюриковичи 862–1598», которая позволяет заглянуть в важнейшую для формирования Руси эпоху и своими глазами увидеть фрагменты пяти самых значимых битв в виде анимированных реконструкций. На 20-метровом куполе транслируется видеоряд о жизни Сергия Радонежского. Местные школьники организованными группами с энтузиазмом посещают выставку «Страницы истории Татарстана», а также активно участвуют в специально организованном театрализованном квесте «В поисках золота Колчака». В игровой форме юные посетители не только знакомятся с богатой историей своей малой Родины, но и получают яркие, запоминающиеся эмоции, которых стандартная экскурсия с гидом попросту не может дать [18].

Тренд на использование иммерсивных технологий в организации социокультурного пространства, к которому относятся и музеи, является результатом планомерного развития возможностей расширения эмоционально-чувственного опыта в различных сферах. Современная востребованность иммерсивности в музейном пространстве – это результат долгого эволюционного развития акцентировки внимания на наличие у посетителей сенсорно-моторных и аудиальных степеней восприятия с целью их включения в «здесь и сейчас». Ранние опыты музеевдов подтверждают, что музеи довольно долго искали возможности перестроиться от избыточной словесной информативности к образному восприятию событий, явлений, фактов, а не отдельных экспонируемых предметов. В современной конкурентной борьбе за внимание зрителя музеи показывают уверенную стойкость и лидерство и не в последнюю очередь за счет широкого использования иммерсивных технологий в организации своего пространства.

Список источников

1. *Воронкова Э.А.* Иммерсивность в искусстве: определение и характеристики // Инновационные аспекты развития науки и техники. 2021. № 1.
2. *Калиничева М.М., Решетова М.В.* Иллюзия и аллюзия в средовом дизайне // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 4. С. 264–269.
3. *Шлиенкова Е.В., Кайгородова Х.В.* От музея до постмузея. Иммерсивная среда как метапространство полилога // Градостроительство и Архитектура. 2024. Т. 14, № 1. С. 157–164.
4. *Каулен М.Е.* Идеи Николая Фёдорова в современном мире // Музей. 2010. № 6. С. 14–25.

5. *Философия* общего дела Н.Ф. Фёдорова // сайт «Философио.ру». URL: www.filosofio.ru/russkaya-filosofiya/filosofiya-obshchego-dela-n-f-fedorova.html (дата обращения: 09.09.2024).
6. *Фёдоров Н.Ф.* Собрание сочинений : в 4 т. М. : Изд. группа «Прогресс», 1995. Т. II. 544 с.
7. *Международные* гуманитарные связи. Роль генеральной конференции ИКОМ в мировых культурных процессах. URL: <https://mgs.org.ru/rol-generalnoj-konferencii-ikom-v-m/> (дата обращения: 13.09.2024).
8. *Фёдоров Н.Ф.* Сочинения. URL: <https://sv-scena.ru/Buki/Sochinyeniya.html> (дата обращения: 14.09.2024).
9. *Wystawa: Strefa* Eksperymentowania // CENTRUM NAUKI KOPERNIK. URL: <https://www.kopernik.org.pl/wystawy/strefa-eksperymentowania> (accessed: 14.09.2024).
10. *Дана Д.-К.* Из книг // Музей. 2017. № 3. С. 13–15.
11. *Камерон Д.Ф.* Музей: храм или форум? // Музейной дело. Музей – культура – общество : сб. науч. тр. М. : Изд-во Музея революции, 1992. 276 с.
12. *Беззубова О.В.* Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование : сб. статей / под ред. С.И. Дудника. СПб. : СПб. филос. общество, 2004. 448 с.
13. *MySwitzerland.com* // Музей современного искусства MUDAC. URL: <https://www.myswitzerland.com/ru/experiences/mudac/> (дата обращения: 17.09.2024).
14. *Hudson K.* Museums for the 1980s – survey of world trends. L., 1977. 184 с.
15. *Беззубова О.В.* Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование : сб. статей / под ред. С.И. Дудника. СПб. : СПб. филос. общество, 2004. С. 418–427.
16. *Farago J.* Virtual Reality Has Arrived in the Art World. Now What? // The New York Times. 2017. URL: <https://www.nytimes.com/2017/02/03/arts/design/virtual-reality-has-arrived-in-the-art-world-now-what.html> (accessed: 22.09.2024).
17. *Русский музей* // Виртуальный тур по Русскому музею. URL: <https://virtual.rusmuseumvrm.ru/> (дата обращения: 23.09.2024).
18. *Мультимедийный* исторический парк. URL: <https://virtual.rusmuseumvrm.ru/> (дата обращения: 23.09.2024).

References

1. Voronkova, E.A. (2021) Immersivnost' v iskusstve: opredelenie i kharakteristiki [Immersiveness in Art: Definition and Characteristics]. *Innovatsionnye aspekty razvitiya nauki i tekhniki*. 1.
2. Kalinicheva, M.M. & Reshetova, M.V. (2014) Illuziya i allyuziya v sredovom dizayne [Illusion and Allusion in Environmental Design]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*. 4. pp. 264–269.
3. Shlienkova, E.V. & Kaygorodova, Kh.V. (2024) Ot muzeya do postmuzeya. Immersivnaya sreda kak metaprostranstvo poliloga [From Museum to Post-Museum. Immersive Environment as a Metaspace of Polylogue]. *Gradostroitel'stvo i Arkhitektura*. 14(1). pp. 157–164.
4. Kaulen, M.E. (2010) Idei Nikolaya Fedorova v sovremennom mire [Nikolai Fedorov's Ideas in the Modern World]. *Muzey*. 6. pp. 14–25.
5. *Filosofio.ru*. (n.d.) *Filosofiya obshchego dela N.F. Fedorova* [Philosophy of the Common Cause by N. F. Fedorov]. [Online] Available from: www.filosofio.ru/russkaya-filosofiya/filosofiya-obshchego-dela-n-f-fedorova.html (Accessed: 9th September 2024).
6. Fedorov, N.F. (1995) *Sobranie sochineniy: v 4 t.* [Collected Works: in 4 volumes]. Vol. 2. Moscow: Progress.
7. *Mgs.org.ru*. (n.d.) *Rol' general'noy konferentsii IKOM v mirovykh kul'turnykh protsessakh* [The Role of the ICOM General Conference in World Cultural Processes]. [Online] Available from: <https://mgs.org.ru/rol-generalnoj-konferencii-ikom-v-m/> (Accessed: 13th September 2024).
8. Fedorov, N.F. (n.d.) *Sochineniya* [Works]. [Online] Available from: <https://sv-scena.ru/Buki/Sochinyeniya.html> (Accessed: 14th September 2024).
9. CENTRUM NAUKI KOPERNIK. (n.d.) *Wystawa: Strefa Eksperymentowania*. [Online] Available from: <https://www.kopernik.org.pl/wystawy/strefa-eksperymentowania> (Accessed: 14th September 2024).
10. Dana, D.-K. (2017) Iz knig [From books]. *Muzey*. 3. pp. 13–15.
11. Cameron, D.F. (1992) *Muzey: khram ili forum?* [Museum: Temple or Forum?]. In: *Muzeynoy delo. Muzei – kul'tura – obshchestvo* [Museum Business. Museum – Culture – Society]. Moscow: Muzei revolyutsii.

12. Bezzubova, O.V. (2004) Teoriya muzeynoy kommunikatsii kak model' sovremennogo obrazovatel'nogo protsesssa [Theory of Museum Communication as a Model of the Modern Educational Process]. In: Dudnik, S.I. (ed.) *Kommunikatsiya i obrazovanie* [Communication and Education]. St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society.

13. MySwitzerland.com. (n.d.) *Muзей sovremennogo iskusstva MUDAC* [MUDAC Museum of Contemporary Art]. [Online] Available from: <https://www.myswitzerland.com/ru/experiences/mudac/> (Accessed: 17th September 2024).

14. Hudson, K. (1977) *Museums for the 1980s – survey of world trends*. London: [s.n.].

15. Bezzubova, O.V. (2004) Teoriya muzeynoy kommunikatsii kak model' sovremennogo obrazovatel'nogo protsesssa [Theory of Museum Communication as a Model of the Modern Educational Process]. In: Dudnik, S.I. (ed.) *Kommunikatsiya i obrazovanie* [Communication and Education]. St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society. pp. 418–427.

16. Farago, J. (2017) *Virtual Reality Has Arrived in the Art World. Now What?* [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2017/02/03/arts/design/virtual-reality-has-arrived-in-the-art-world-now-what.html> (Accessed: 22nd September 2024).

17. The Russian Museum. (n.d.) *Virtual'nyy tur po Russkomu muzeyu* [Virtual Tour of the Russian Museum]. [Online] Available from: <https://virtual.rusmuseumvr.ru/> (Accessed: 23rd September 2024).

18. Multimedia Historical Park. [Online] Available from: <https://virtual.rusmuseumvr.ru/> (Accessed: 23rd September 2024).

Сведения об авторах:

Путин В.В. – аспирант 3-го года обучения Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: putin_98@bk.ru

Полякова Е.А. – доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры музеологии и туризма Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия). E-mail: elena2873@mail.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Putin V.V. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: putin_98@bk.ru

Polyakova E.A. – Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russian Federation).

E-mail: elena2873@mail.ru

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 02.02.2025;

одобрена после рецензирования 21.04.2025; принята к публикации 15.05.2025.

The article was submitted 02.02.2025;

approved after reviewing 21.04.2025; accepted for publication 15.05.2025.

Научная статья

УДК 304 +316.77

doi: 10.17223/22220836/58/19

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ: ПЕКИНСКАЯ ОПЕРА В КИТАЙСКИХ СОЦСЕТЯХ

Елена Николаевна Савельева¹, Валерия Евгеньевна Буденкова²,
София Владимировна Горбунова³, Хоу Цинжань⁴

^{1, 2, 3, 4} *Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия*

¹ *limi77@inbox.ru*

² *dissovet_iik@mail.ru*

³ *post_delo@mail.ru*

⁴ *2597595750@qq.com*

Аннотация. В статье анализируются китайские блоги, посвященные национальному достоянию Китая – пекинской опере. Показано, что, с одной стороны, видео, рассказывающие о разных аспектах этого искусства, способствуют продвижению и пропаганде нематериального культурного наследия, с другой – использование технологий массмедиа ставит под вопрос аутентичность представления данного культурного феномена. Новизна исследования связана с анализом контента китайской социальной сети Douyin и уточнением потенциала социальных медиа в сохранении нематериального культурного наследия.

Ключевые слова: китайский театр, социальные медиа, сетевая коммуникация, платформа Douyin

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-01869 <https://rscf.ru/project/24-28-01869/>

Для цитирования: Савельева Е.Н., Буденкова В.Е., Горбунова С.В., Хоу Цинжань. Популяризация национального культурного наследия: пекинская опера в китайских соцсетях // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 220–237. doi: 10.17223/22220836/58/19

Original article

THE PROMOTION OF NATIONAL CULTURAL HERITAGE: BEIJING OPERA IN CHINESE SOCIAL MEDIA

Elena N. Savelieva¹, Valeriya E. Budenkova², Sofiya V. Gorbunova³,
Hou Qingran⁴

^{1, 2, 3, 4} *National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation*

¹ *limi77@inbox.ru*

² *dissovet_iik@mail.ru*

³ *post_delo@mail.ru*

⁴ *2597595750@qq.com*

Abstract. The role of social media in preserving of intangible cultural heritage is analyzed in this paper. The subject matter is the Art of Beijing Opera, included in the UNESCO's List of Intangible Cultural Heritage of Humanity. The purpose of the article is to study examples of demonstrating the art of Beijing Opera on the Douyin platform from the traditional arts presentation authenticity in the Chinese blogosphere point of view. The empirical grounds of the research were videos posted on the Douyin platform on behalf of the authors: Guo Xiaojing (果小菁); Guo Yuan (郭雨昂); Beijing Opera Liu Lei (爱京剧), I Love Beijing Opera 13 (爱京剧13), etc. The research methodology includes historical and cultural approach, comparative analysis and content analysis.

The study showed that the short video format is popular among Internet users. The uploaded content is dedicated to various aspects of the art of Beijing Opera: plots, music, makeup, costume, etc. The authors of the videos not only show scenes from performances, the rehearsal process, preparation for performances, but also talk about the history of the genre, outstanding performers, and reveal the meaning of what is happening on stage. Thus, bloggers are involved in cultural and educational activities. In addition, the use of 3D technologies and VR effects, the combination of traditional performing practices with modern popular music, and the rejection of traditional age standards and limits for performers contribute to the renewal of Beijing Opera and its integration into the modern cultural space. From the national and cultural identity formation and support point of view, such capacities of online communications are great importance.

However, the quality of online content and the ability of social media to convey information about a phenomenon while maintaining its authenticity, original aesthetic and semantic essence is open to question. The analysis showed that the video content represents only partial aspects of the art of Beijing Opera (a separate musical scene or dramatic action, makeup application, hair styling, textual reference, the daily life of the actors-performers, etc.). Traditional artistic practice is not covered as a holistic phenomenon, but in bits and pieces. The identified contradiction reflects the general trend of the cultural heritage existence in the digital age.

Keywords: Chinese theatre, social media, network communication, Douyin platform

Acknowledgements: The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation, project № 24-28-01869 (<https://rscf.ru/project/24-28-01869/>)

For citation: Savelieva, E.N., Budenkova, V.E., Gorbunova, S.V. & Hou Qingran (2025) The promotion of national cultural heritage: Beijing Opera in Chinese social media. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 220–237. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/19

Введение

Стремительное развитие интернет-технологий делает блогосферу в Китае значимой площадкой для презентации и популяризации традиционной культуры и искусства. К важнейшим составляющим культурного наследия, формирующего и поддерживающего национально-культурную идентичность, безусловно, относится пекинская опера. Новые технологии, в частности, платформа Douyin с ее уникальным форматом короткого видео и огромным числом пользователей¹ открыла путь для знакомства широкой аудитории с этим жанром национального искусства. Цель статьи – изучить примеры демонстрации искусства пекинской оперы на платформе Douyin с точки зрения аутентичности представления традиционного культурного наследия в китайской блогосфере.

¹ 743 млн активных пользователей ежемесячно; большинство пользователей моложе 30 лет (https://b-mag.ru/top-20-kitajskih-socialnyh-setej-2024-goda-issledovanie-rukovodstvo-dlja-marketologov/#Douyin_-_«китайский_TikTok»).

Платформа Douyin позиционируется как важный инструмент культурной коммуникации, играет особую роль в развитии экономики страны, поддержании национального авторитета и влияния. Правительством Китайской Народной Республики разработаны стратегии распространения национальной культуры, предусматривающие ее интеграцию в современный социально-экономический и идеологический контекст, тематические мероприятия в школах, вовлечение социальных групп и сетевых сообществ. Особое внимание уделяется проектам в области сохранения нематериального культурного наследия, выявлению его носителей, созданию охраняемых территорий и мест (включая деревни, города и районы) его бытования.

Но, как на любой глобальной платформе, представленный на Douyin контент далеко не всегда соответствует уровню продвигаемого искусства или художественной практики и не может успешно решать задачи их сохранения и популяризации. В особенности это касается иностранных пользователей, у которых из-за неполной или искаженной информации может сформироваться неправильное представление и предвзятое отношение к китайской культуре. Следует также помнить, что у разных аудиторий разный культурный опыт и вкусы, поэтому создателям видеоконтента сложно сбалансировать предпочтения пользователей. Наконец, пекинская опера имеет художественные особенности, каноны, традиции, уникальный стиль пения и сложные техники исполнения, которые невозможно передать за короткое время без эстетических и смысловых потерь в формате видеоролика.

Между тем в современном Китае, несмотря на серьезное старение носителей данного искусства (люди уходят, а навыки теряются), число поклонников пекинской оперы заметно растет. Так, из «Отчета о данных по нематериальному культурному наследию», опубликованного Douyin 5 июня 2024 г., следует, что количество видеороликов, связанных с национальным наследием, находящимся под угрозой исчезновения, увеличилось на 33% по сравнению с прошлым годом. Отмечается, что в его сохранении и популяризации большую роль играет молодежь в возрасте до 30 лет. «Люди..., выросшие в эпоху интернета, стали движущей силой в наследовании и распространении нематериального культурного наследия» [1]. (Более подробную статистику по различным аспектам культурного наследия, в том числе данные по электронной коммерции, можно посмотреть по ссылке [2]). Создатели видеороликов используют для популяризации традиционных искусств и ремесел различные формы (видео со спецэффектами, анимированный текст, субтитры и т.д.), привлекая огромную аудиторию.

Таким образом, складывается проблемная ситуация: популярность видеоматериалов, посвященных искусству пекинской оперы (на фоне роста интереса к национальному культурному наследию в целом) актуализирует вопрос о качестве распространяемого в сети контента, т.е. соответствии авторских интерпретаций традициям, правилам и нормам этого театрального жанра.

Материалом для анализа послужили видеоролики, размещенные на платформе Douyin от имени авторов: Го Сяоцин (果小菁); Го Юан (郭雨昂); пекинская опера Лю Лэй (爱京剧); Люблю пекинскую оперу 13 (爱京剧13) и др.

Отметим, что поиск на Douyin по ключевому слову («пекинская опера») приводит к роликам разных блогеров, каждый из которых имеет свою «специализацию». Аккаунты, посвященные пекинской опере, обычно делятся на

«официальные» и «личные». «Официальные» – это рекламные аккаунты, созданные группой или театром для продвижения и популяризации национального оперного искусства, например, «Театр пекинской оперы в Пекине» (北京京剧院), «Энциклопедия Douyin. Популяризация китайской пекинской оперы» (抖音百科. 中国京剧的学术普及) и т.д. «Личные» – это аккаунты частных лиц.

Методологическую основу исследования составляют историко-культурный подход, сравнительный и контент-анализ.

Что касается исследований по данной теме, следует отметить, что китайские авторы уделяют особое внимание национальной театральной и музыкальной культуре, традиционным формам и музыкальным жанрам, в числе которых особое место занимает пекинская опера [3–6]. В их работах освещаются истоки и ключевые компоненты (актерское мастерство, техники пения, грим, костюмы и т.д.), определяющие специфику и уникальность этого театрального жанра [4, 7–9]; ставится проблема сохранения наследия и традиций пекинской оперы, обсуждаются ее возможные трансформации в условиях современной цифровой культуры [10–12].

Среди зарубежных¹, в том числе российских, ученых интерес к этой теме не столь велик по причине ярко выраженной национальной специфики и «непохожести» на привычные для западных культур театральные формы. Тем не менее существует ряд работ на русском языке, написанных как отечественными учеными, так и созданных совместно с китайскими коллегами, повествующих об истории пекинской оперы и анализирующих ее художественные и национально-культурные особенности [13–16]. Так, в монографии С. Анчукова и Фу Шуай прослеживается история взаимовлияния в развитии театра, пластических искусств и дизайна [13]. В работах Т.Б. Будаевой [14, 15] проанализирована специфика средств выразительности пекинской оперы: техник звукоизвлечения, принципов мелодических построений, особенностей вокала, стиля игры и манеры пения и т.д. Некоторые исследования посвящены конкретным составляющим и источникам синтетического искусства пекинской оперы: гриму, маскам, костюму, ушу и т.д. [13, 17, 18].

Отдельно стоит отметить работы китайских авторов², опубликованные на русском языке. Их объединяет стремление раскрыть значение пекинской оперы как уникального культурного феномена и национального «бренда», показать ее синтетическую природу, символизм, связь с конфуцианским мировоззрением и древними традициями восприятия окружающего пространства [7, 9, 12]. Подчеркивая разницу в принципах западного и восточного театрального искусства, авторы стремятся сделать последнее более понятным для представителей иных культур [19].

Особого внимания в контексте нашего исследования заслуживают работы, в которых обсуждаются проблемы бытования пекинской оперы в современной культуре, сохранения ее аутентичности, необходимости / сложности адаптации к культурным реалиям XXI в., использования современных, в том числе цифровых, средств популяризации нематериального культурного

¹ Следует отметить, что значительная часть работ о пекинской опере, опубликованных за пределами Китая (в основном на английском языке), написана авторами китайского происхождения.

² Как правило, это молодые исследователи, обучающиеся в аспирантуре и защищающие диссертации в российских вузах.

наследия и т.д. [10, 11, 15, 20–22]. Ряд авторов фокусируется непосредственно на роли социальных медиа, в том числе платформы Douyin, в просвещении широких масс и пропаганде традиционных искусств и ремесел, в частности, пекинской оперы [10, 11, 21–24]. Как замечает 耿欣怡 (Geng Xinyi, Гэн Сеньи), «...Douyin придал пекинской опере новую жизненную силу» [23. С. 187].

Анализ контента Douyin (особенностей производства, механизмов смыслообразования, интерактивного характера коммуникации и т.д.) позволяет выявить преимущества формата коротких видео в пробуждении интереса, доступности новых впечатлений и эстетических переживаний, формировании групповой солидарности на основе общего познавательного-эмоционального опыта по сравнению с «классической» формой представления оперы.

Однако благосклонное отношение к сетевым формам культурной коммуникации не исключает критического взгляда на сопутствующие проблемы. Выявляются такие негативные особенности контента, популяризирующего искусство пекинской оперы, как фрагментарность, развлекательный характер, коммерциализация, низкое качество исполнения, поверхностный и упрощенный подход к материалу [11, 23, 24]. Так, анализируя коммуникационные особенности короткого видео (простота, массовость, легкость восприятия и т.д.), Гэн Сеньи ставит под сомнение возможность адекватной передачи и восприятия пекинской оперной культуры [23].

Таким образом, налицо противоречие: с одной стороны, социальные медиа играют важную роль в пропаганде и продвижении национального культурного наследия не только в Китае, но и из его пределами, с другой – сама природа сетевых коммуникаций проблематизирует сохранение смысловой и эстетической подлинности традиционного искусства. Но чтобы оценить возможные риски и преимущества, необходимо более детально рассмотреть сложившуюся ситуацию.

Пекинская опера: история и эстетические принципы

Искусство пекинской оперы, имеющее более чем двухсотлетнюю историю, сегодня приобрело статус национального достояния, поскольку тесно связано с традиционной китайской культурой и искусством. В 2010 г. пекинская опера внесена в список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

Представления пекинской оперы – это синтез пения, хореографии, пантомимы, элементов боевых искусств, акробатики, музыки, костюмов, грима. Ее исторические корни связаны с развитием музыкальных драм некоторых провинций Китая, в частности, Аньхой (Аньхуэй). Годом зарождения считается 1790-й, когда в честь празднования восьмидесятилетия императора Цяньлуна были исполнены мелодии, ставшие впоследствии музыкальной основой пекинской оперы. Покровительство императора способствовало, с одной стороны, становлению нового жанра, а с другой – несмотря на «низкое» происхождение, превращению его в придворное искусство и развлечение для аристократии.

Важной вехой в истории пекинской оперы является 1883 г., когда вдовствующая императрица Цыси, будучи страстной любительницей этого искусства, приглашает труппы пекинской оперы на празднование своего пятидеся-

тилетия. Императрица реформировала оперу в соответствии с личными предпочтениями и своим покровительством способствовала ее совершенствованию и расцвету.

Рубеж XIX–XX вв. явился периодом окончательного формирования пекинской оперы (в том числе возникновения разных школ) и ее международного признания. Знаменательным событием становится открытие в 1955 г. Китайского театра пекинской оперы. Его основателем и первым директором являлся известнейший и почитаемый в стране исполнитель Мэй Ланьфан. Сегодня искусство пекинской оперы «не теряя своего традиционного характера и национальных эстетических принципов, становится частью процессов культурной глобализации» [19. С. 27]. Получив широкую известность и признание за рубежом (в США, Японии, России, Германии, Индии и других странах), оно способствует межкультурной коммуникации и взаимодействию. Активная поддержка китайского правительства позволяет регулярно осуществлять постановки в крупных городах (Пекине, Шанхае, Тяньцзине), организовывать зарубежные гастролы, конкурсы любителей и т.п.

Художественно-эстетическая специфика пекинской оперы базируется на органичной интеграции классических видов искусства (древняя поэзия, каллиграфия, живопись) и оперировании языком символов (в костюмах, гриме, жестикуляции, реквизите и т.д.). В ряду характерных особенностей отмечается связь с правилами выразительности традиционной китайской живописи [13. С. 245–246]. При этом следует помнить, что живопись и театр Китая формировались в рамках восточной эстетической парадигмы, определяющей специфику художественного мышления, способы выражения и уникальные особенности языка, принципиально отличные от западной традиции [5. С. 94–96; 19].

Роль визуальной составляющей пекинской оперы подчеркивает сравнение с искусством каллиграфии: каллиграф заботится о ровной вертикали и прямой горизонтали начертания, а исполнитель пекинской оперы, мастерски оперируя голосом, одновременно владеет боевыми искусствами, позволяющими принимать сложные позы (в вертикальном и горизонтальном положениях тела).

Не менее серьезное значение имеет костюм, сочетающий черты разных эпох (Сун, Мин, Цин и Хань), цветовая символика которого раскрывает образ персонажа, позволяет зрителю ориентироваться в статусе, настроении, характере героя. В свою очередь, принципы сценической игры определяются типом роли или амплуа артиста¹ (шэн – мужской персонаж, дань – женский, цзин – смелый, чоу – комический персонаж или глуповатый злодей и др.). Как подчеркивают исследователи, «существует четкое разделение в средствах выразительности между персонажами различных амплуа» [15. С. 815]. Сценическая игра всегда связана с определенными канонами, диктующими последовательность жестов, мимики, движений тела и глаз, артикуляцию, техники пения, стиль одежды, использование атрибутов и мизансцены.

¹ Как отмечают С.А. Мозгот и Я. Ли, «понимание значения „амплуа“ в китайском театральном искусстве связано с традициями освоения целых театральных династий, которые передают свои наработки „из рук в руки“, что ведет к высокому уровню профессионализма каждой отдельной роли. То есть понятие „амплуа“ в таком контексте существенно отличается от европейского толкования» [18. С. 25].

Еще один эстетический принцип касается ритма пекинской оперы, базирующегося на правиле «пяти тонов» древнекитайской поэзии. Уже 2 000 лет назад в ритмической нотации древней поэзии использовались обозначения «гун», «шан», «цзяо», «жи», «юи» (gōng, shāng, jué, zhǐ, yǐ), которые соответствуют нотам до, ре, ми, соль, ля в современной музыке.

И, наконец, именно музыка в пекинской опере является средоточием всего театрального процесса. Отмечается, что «музыкальное наполнение обладает набором специфических свойств (интонационный и ладовый язык, оркестровые тембры), которые отличают многочисленные виды китайской традиционной драмы между собой» [15. С. 815]. Так, пение подразумевает использование специальных техник звукоизвлечения («естественного» и «искусственного» звучания) и интонационного рисунка, не свойственных западной музыкальной культуре. «При этом музыкальная ткань представляет собой несколько узнаваемых на слух напевов-цяндяо 腔调 в виде интонационных комплексов, на основе которых образуются конкретные мелодические построения» [15. С. 818].

Таковы исторически сложившиеся особенности пекинской оперы – искусства, получившего развитие благодаря синтезу национальных традиций живописи, каллиграфии, музыки, техник пения, боевых искусств, вышивки, грима и т.д., отражающего ценностно-смысловые и художественно-эстетические основания китайской культуры.

Далее рассмотрим контенты китайской блогосферы, которые предоставляют пользователям возможность познакомиться с национальным культурным наследием.

Пекинская опера в видеоблогах платформы Douyin

Блогер Го Сяоцзин (果小菁, настоящее имя – Гоцзин 果菁) входит в число наиболее известных популяризаторов национального культурного наследия на платформе Douyin (4,76 млн подписчиков) [25]. Ее короткие видео охватывают разные аспекты искусства пекинской оперы (техники грима, музыкальные номера, повседневную жизнь артистов и т.д.). Будучи выпускницей Китайской академии оперы, Го Сяоцзин лично демонстрирует особенности исполнительского мастерства, сопровождая свои выступления комментариями и пояснениями (нередко с юмором). Подобный формат привлекает широкую аудиторию, в том числе молодежь, меняя представление о культурном наследии и делая его ближе современному зрителю. Не случайно в интернете блогер получает характеристику «самая неортодоксальная исполнительница пекинской оперы» и «хулиганка».

Одной из наиболее популярных работ Го Сяоцзин (2,26 млн лайков) стало видео процесса наложения грима (рис. 1), где продемонстрирована уникальная техника формирования прически, включающая несколько этапов: приготовление специального клея с использованием коры вяза; вымачивание в нем частей парика; закрепление их на голове певицы изящно уложенными прядями [26]. Происходящее на глазах зрителей преобразование (процесс, занимающий не меньше часа, показан менее чем за полторы минуты) удивляет и восхищает пользователей, которые пишут в комментариях: «Пекинская опера так прекрасна, благодаря вам я полюбил пекинскую оперу» [26].



Рис. 1. Ресурс Douyin [26]

Fig. 1. Douyin Resource [26]

Примером привлечения внимания к пекинской опере является и приглашение блогера из Африки Игбо (伊博) принять личное участие в практике наложения грима (рис. 2). Этот ролик демонстрирует, как представитель иной культуры приобщился к уникальному стилю театрального грима, отличающегося преувеличенными цветовыми сочетаниями и радикально меняющего облик [27]. Изюминкой видео стала реакция Игбо во время процесса макияжа, когда, увидев себя, он воскликнул: «Там призраки, я не могу на это смотреть!». Ответ Го Сяоцин «Если хочешь стать красавицей¹, сначала стань призраком» раскрывает художественную логику и эстетическую цель грима пекинской оперы: для достижения идеального представления актерам приходится проходить через ряд «неестественных» превращений. Показательно, что попытка Игбо использовать мобильный телефон для распознавания лица в процессе гримирования, заканчивается неудачей.



Рис. 2. Ресурс Douyin [27]

Fig. 2. Douyin Resource [27]

Стремясь показать искусство пекинской оперы с разных сторон, Го Сяоцин отнюдь не ограничивается демонстрацией создания внешнего образа персонажа (грима, прически², костюма). Как профессиональная певица и ак-

¹ Игбо гримируют в женского персонажа.

² На странице Го Сяоцин размещена серия видеороликов, посвященных гриму и созданию причесок, в том числе шуточных (ее реплика: «Моя голова похожа на цветочный горшок»), но всякий раз подчеркивающих трудоемкость процесса и необходимость соблюдать правила (см., напр., [26]).

триса, она исполняет сцены из спектаклей, включает в свои видео фрагменты репетиций, показывает закулисную жизнь театра (рис. 3) [28–31].



Рис. 3. Ресурс Douyin [29, 30]

Fig. 3. Douyin Resource [29, 30]

В плане оценки интереса к культурному наследию в Китае и роли социальных медиа в его популяризации показателен случай с исполнением Го Сяоцин фрагмента оперы Хуанмэй¹ (рис. 4) [32]. Ролик набрал более 2 млн лайков, но подписчики неоднозначно отнеслись к «пекинскому стилю» пения, продемонстрированного певицей. Это, с одной стороны, побудило Го Сяоцин показать владение разными вокальными техниками, а с другой – существенно увеличило число ее подписчиков.



Рис. 4. Ресурс Douyin [32]

Fig. 4. Douyin Resource [32]

Популярность того или иного контента в сети в немалой степени зависит от автора. Безусловно, внимание пользователей к видеоматериалам, посвященным пекинской опере, связано и с личностью самой Го Сяоцин. Благодаря ее обаянию, энергии, юмору и профессионализму зрители открывают

¹ Опера Хуанмэй (хуанмэйская опера) также является частью нематериального культурного наследия Китая. При этом между хуанмэйской и пекинской оперой есть ряд различий, в том числе в вокальном стиле.

для себя новые грани музыкальной культуры, приобщаются к национальному духовному наследию. В этом контексте показателен пример соединения в одном произведении поп-музыки и элементов пекинской оперы. Песня, в которой рэп сочетается с оперным пением, записанная в дуэте с Чэн Сю, вызвала большой интерес среди молодежи [33].

Не случайно, как отмечают исследователи, несмотря на существенную разницу между традиционной и современной вокальной музыкой (с точки зрения стиля, сценической подачи, техник пения, тем, культурных коннотаций, форм репрезентации и т.д.), китайская музыкальная культура сегодня развивается в русле взаимодействия с международной музыкальной индустрией, интеграции национальных и западных вокальных традиций, сочетания новых технологий с классическими приемами и принципами художественной выразительности [10, 11, 24].

Другое направление деятельности блогера связано с размещением информации историко-культурного и просветительского характера. Го Сяоцзин раскрывает смысловое содержание пьес пекинской оперы, поясняя ее исторические корни, опирающиеся на традиционные обряды и ритуалы, а также этические нормы, определяющие черты характера героев в соответствии с конфуцианскими добродетелями [34]. В авторских видео рассказывается о направлениях пекинской оперы, дается их характеристика в контексте стандартов и шаблонов драматических действий, предусматривающих тем не менее вариации в рамках каждого направления, пробуждающие зрительское воображение.

Блогер делится рассуждениями о важности межкультурного диалога и необходимости интеграции традиционных и современных творческих концепций; обращается к проблеме «выживания» культурного наследия в условиях модернизации, отстаивая разнообразие форм его сохранения и передачи современному поколению. Особые надежды возлагаются на технические возможности интернет-коммуникаций для продвижения искусства пекинской оперы. Кроме того, Го Сяоцзин является практикующим преподавателем исполнительского мастерства в средних школах и университетах (в том числе в онлайн-формате), что, в свою очередь, вносит вклад в повышение интереса к пекинской опере среди молодежи.

Таким образом, деятельность блогера является ярким примером сохранения, продвижения и актуализации культурного наследия. Ее профессиональная база позволяет говорить о достаточно высоком уровне демонстрируемого материала и продуктивном освещении разных сторон национального оперного искусства. Однако цифровая среда волей-неволей обуславливает выборочность подачи материала, а новации и эксперименты, нацеленные на повышение привлекательности и с энтузиазмом воспринимаемые пользователями, ставят под сомнение подлинность демонстрируемого феномена.

Еще одним интересным примером новых форм популяризации культурного наследия является исполнение пьесы пекинской оперы «Продавая воду» на Гала-фестивале в 2022 г. (Henan TV Chongyang Festival) [35]). Оригинальность постановки заключалась в участии 81-летней Лю Чаньюй (刘长瑜, прославленная артистка, ветеран пекинской оперы национального уровня) и восьмилетней Ли Вэньжань (рис. 5).



Рис. 5. Ресурсы Douyin [35]

Fig. 5. Douyin Resource [35]

Подобный опыт соединения поколений (опыта и профессионализма – с одной стороны, артистизма и юного очарования – с другой), нарушающий установленные традицией возрастные правила, произвел большое впечатление на зрителей (283 тыс. лайков).

Не менее эффектная инновация касается оформления сцены: использование 3D-технологий позволило создать виртуальное художественное пространство, «оживить» традиционный реквизит (короны фениксов, шкатулки с драгоценностями, музыкальные инструменты и т.п.), значительно усилить чувство погружения и впечатления зрителей. Обновление сценографии разрушило границы традиционных сценических эффектов пекинской оперы и открыло путь для дальнейшего развития.

К профессиональным исполнителям, поддерживающим национальное наследие оперной культуры, относится блогер под ником «Го Юан» (郭雨ANG, Guo Yu'ang ANG; 870 тыс. подписчиков) – потомок Мэй Ланьфана – театральный актер (выпускник Пекинской академии оперного искусства) и общественный деятель [36]. Содержание его видеороликов сосредоточено на разных аспектах собственной профессиональной и личной жизни: сценическая деятельность, ежедневные тренировки и упражнения, взаимодействие с поклонниками, сотрудничество с другими блогерами, информация частного характера, а также трансляции фрагментов оперных спектаклей.

В свою очередь, блогер под ником «Люблю пекинскую оперу 13» (爱京剧, Ai Jingju 13; 79 тыс. подписчиков) размещает видео эпизодов классических пьес, актуальную информацию о творчестве известных актеров пекинской оперы, охотно общается с пользователями, поощряя их интерес к традиционному оперному искусству [37].

Аналогичное содержание и у видеороликов блогера под ником «Пекинская опера Лю Лэй» (京剧刘垒, Jingju Liulei, 100 тыс. подписчиков) – выпускника Китайской академии оперы [38]. Автор демонстрирует эпизоды, связанные со сферами личной, профессиональной и общественной деятельности, с позиции человека, посвятившего свою жизнь оперному искусству (собственные выступления, исполнение классического репертуара, отрывки произведений, предварительные просмотры, рецензии на выступления, репетиционные будни и т.п.).

В ряду «официальных» аккаунтов, нацеленных на популяризацию знаний о национальном оперном искусстве, следует упомянуть «Театр пекинской оперы в Пекине» (北京京剧院, Beijing Jingju Yuan), публикующий короткие видеоролики про спектакли, закулисные будни артистов, информацию о репертуаре и продаже билетов и т.д. [39], а также аккаунт «Энциклопедия. Научная популяризация китайской пекинской оперы», содержащий ознакомительные материалы, посвященные оперной культуре [40].

Интересен пример привлечения внимания к искусству пекинской оперы, рассчитанный на аудиторию за пределами Китая. Британец азербайджано-иранского происхождения Гаффар Пуразар (Ghaffar Pourazar) дает интервью в блоге «Parker China» образовательного канала Тяньцзиньской радиостанции (天津广播电视台《泊客中国》 [41], где рассказывает личную историю освоения навыков актерского мастерства и боевых искусств в рамках классической роли Царя обезьян. Он становится первым иностранцем, прошедшим полный курс обучения в пекинской оперной школе (прибыв в Китай в 1993 г.) и основавшим Международную труппу «Король обезьян». Заслугой Гаффара становится двуязычная постановка театральных пьес (китайский и английский), облегчающая иностранным зрителям восприятие и расширяющая международную аудиторию. «Представляя искусство и кунг-фу пекинской оперы международному сообществу, я верю, что рано или поздно пекинская опера выйдет за пределы Китая и взорвет весь мир» [41]. Но, как полагает Гаффар Пуразар, проблема в том, что те самые инновации, которые могут сохранить пекинскую оперу, рискуют уничтожить ее самые традиционные формы (рис. 6) [42].

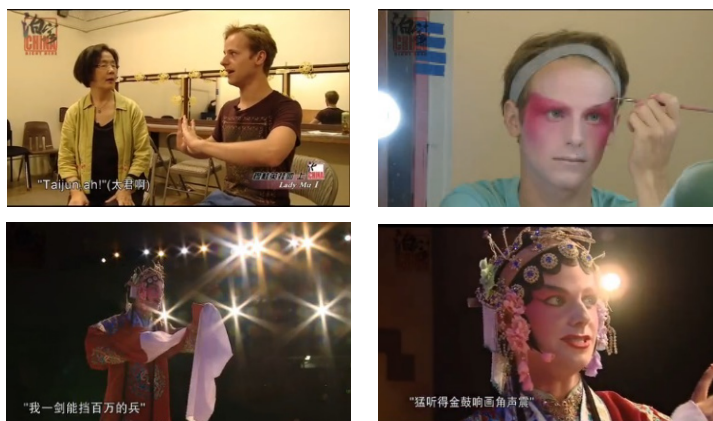


Рис. 6. Ресурсы Douyin [41].

Fig. 6. Douyin Resource [41].

Таким образом, можно утверждать, что благодаря формату коротких видеороликов развивающаяся платформа Douyin привлекает большое количество пользователей, обеспечивая новый канал распространения нематериального культурного наследия. Видео отличаются краткостью и лаконичностью, что соответствует стремительному ритму жизни современных людей. При этом блогеры проявляют творческий подход и оригинальность решений в стремлении донести информацию до аудитории. В результате повышается уровень осведомленности и интереса к культурному наследию среди молодого

го поколения – важный фактор формирования и поддержки национально-культурной идентичности. А будучи глобальной медиаплатформой, Douyin дает возможность достоянию китайской традиционной культуры пересекать границы и взаимодействовать с мировой аудиторией.

Выводы

Проведенное исследование показало, что в современном Китае растет интерес к нематериальному культурному наследию. Курс на его сохранение и изучение (в том числе с помощью новых медиа) активно поддерживается государством, о чем свидетельствуют совместные проекты Министерства культуры и туризма с платформой Douyin [22. Р. 1089–1090]. Материалы, посвященные традиционным искусствам и ремеслам, представлены в мультимедийном формате, что отражает запрос аудитории и способствует привлечению внимания молодежи.

Использование коротких видео для популяризации и продвижения пекинской оперы сопряжено с двумя тенденциями. Во-первых, это «актуализация» наследия и его интеграция в современное культурное пространство посредством сочетания традиционных вокальных техник и исполнительских практик с современной музыкой, использования 3D-графики и технологий VR, отказа от возрастных норм исполнителей и т.д. Во-вторых, «адаптация» материала к формату сетевых коммуникаций и логике платформы. Это неизбежно ведет к нарушению целостности произведения, смысловым и художественным потерям, подмене культурного феномена набором его репрезентаций (музыкальная сцена или драматическое действие, создание образа персонажа, текстовый комментарий и т.п.). В результате транслируемый образец изменяется и преобразуется в соответствии с текущим контекстом (времени, аудитории, запросов). Мы можем надеяться на адекватную передачу эстетического и смыслового содержания пекинской оперы, полагаясь на профессионализм и интеллектуальный уровень блогеров. Но даже в этом случае медиакommunikация дробит представляемый феномен на множество частных элементов, навязывая нам клиповое мышление. Тем не менее реакция пользователей на такой формат знакомства с пекинской оперой положительная даже в тех случаях, когда сам контент (содержание ролика) подвергается критике.

Подчеркнем еще один важный момент. Актеры, исполняющие пекиnsкую оперу в «классическом» режиме на сцене театра, утверждают, что стремятся воссоздать произведение в первоизданном виде, строго соблюдая каноны и традиции [43]. Но это не мешает китайским режиссерам и актерам отступать от традиций, адаптируя, к примеру, западноевропейские сюжеты, персонажей, музыкальные мотивы к пекинской опере [15. С. 819–821]. В результате «в китайскую традиционную оперную культуру проникают западные инновации, способствуя новому развитию этого традиционного национального музыкального жанра» [20. С. 28].

Указанные тенденции позволяют перейти к более масштабным вопросам и выводам относительно сохранения культурного наследия в эпоху цифровизации и сетевых коммуникаций. Во-первых, нужно четко понимать, что информация об объекте / культурной практике и сам объект – это разные вещи. В сети мы имеем дело с репрезентацией того или иного культурного феноме-

на (его части), видя его «глазами» автора блога. С этой точки зрения речь может идти о воспроизведении элементов культурных и художественных практик как своего рода поддержки формы для профессионалов (тех, кого в Китае называют «наследниками») и просвещении пользователей в развлекательной форме. Кроме того, в условиях общества потребления и «платформенного капитализма» любой культурный продукт подвержен коммерциализации. Это значит, что в репрезентации наследия определяющую роль играет не аутентичность / подлинность, а привлекательность, прибыльность, массовость. Во-вторых, культурное наследие является частью идеологии и инструментом пропаганды, приобретая символическое значение. В этом смысле «бренд» важнее содержания. Это в определенной мере объясняет использование потенциала китайских социальных медиа в конструировании идентичности «сверху вниз» [22]. В-третьих, сохранение нематериального наследия предполагает соблюдение традиций, строгое следование правилам и канонам. Но возможно ли все это в массовом масштабе в ином культурно-историческом контексте? Ответ, очевидно, будет отрицательным.

Список источников

1. 2024 抖音非遗数据报告 (Отчет Douyin о нематериальном культурном наследии за 2024 год). URL: https://m.thecover.cn/news_details.html?from=web&eid=poOpS7AsO/6H90qSdq8Jkw=×tamp=1738080148516 (дата обращения: 20.06.2024).
2. Отчет о данных о нематериальном культурном наследии. 2024. URL: https://www.douyin.com/search/2024非遗数据报告统计图?modal_id=7377591779735932170&type=general (дата обращения: 01.07.2024).
3. *Fu Jin*. Chinese theater: happiness and sorrows on the stage / transl. by Wang Wenliang [et al.]. Beijing : China intercontinental press, 2010. 153 p.
4. *Xu Chengbei*. Peking opera: the performance behind the painted faces / transl. by Chen Gengtao. 2nd ed., 3rd print run. Beijing : China intercontinental press, 2010. 130 p.
5. *Ли Бинь*. История традиционного китайского театра. М. : Шанс, 2019. 215 с.
6. *Ли Цзяхуэй*. Музыкальная драма кунцюй в контексте национальных традиций : дис. ... канд. искусствоведения. СПб., 2023. 146 с.
7. *Жуань Юнчэнь*. Пекинская опера как синтетическое сценическое действие : дис. ... канд. искусствоведения. М., 2013. 177 с.
8. *杨青青* 中国戏曲服饰纹样元素码设计研究 (Yang Qingqing. Chinese Opera Costume Patterns). 出版社: 东华大学出版社 323页.
9. *Ли Юбин*. Символика пекинской оперы // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 59. С. 139–145. doi: 10.31773/2078-1768-2022-59-139-145
10. *Yan Z., Tianyu L., Yanwen X.* An exploration into the revival path of Peking Opera in the perspective of Cooperative Communication: Discussion on the dispute between Leehom Wang and Peiyu Wang in a Chinese Talk Show // Journal of Media and Communication Studies. 2019. № 11 (4), P. 31–37. doi: 10.5897/jmcs2019.0651
11. *Li Y.* The Impact of Social Media on Propaganda of Peking Opera // Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies. Series: Communications in Humanities Research. 2024. P. 87–92. doi: 10.54254/2753-7064/24/20231506
12. *Хуан Сяньюй*. Пекинская опера в XXI веке // Научное мнение. 2014. № 12. С. 90–93.
13. *Анчуков С., Фу Шуай*. Пекинская опера: история, традиции, визуальные символы в дизайне и пластическом искусстве. СПб. : Астерион, 2020. 474 с.
14. *Будаева Т.Б.* Истоки пекинской оперы: музыкальная драма кунцюй // Общество и государство в Китае. 2015. Т. 45, № 2. С. 402–409.
15. *Будаева Т.Б.* Пекинская опера и китайская музыкальная драма через призму Летней школы Шанхайской театральной академии // Общество и государство в Китае. 2018. Т. 48, № 2. С. 809–831.
16. *Лукинский Н.А., Шерстова Л.И.* Пекинская опера: происхождение и эволюция // Вестник Томского государственного университета. История. 2018. № 54. С. 161–165. doi: 10.17223/19988613/54/25

17. Мазницин А.В. Ушу как музыкально-пластический элемент пекинской оперы // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 150. С. 216–220.

18. Мозгот С.А., Ли Я. Амплуа персонажей в пекинской опере и формы их репрезентации // Культурная жизнь юга России. 2021. № 1 (80). С. 22–27. doi: 10.24412/2070-075X-2021-1-27-35

19. Ли Эрюн, Чжан Хунчжэнь. Пекинская опера и западная опера: опыт сравнительной интерпретации / The Way of Science. 2019. № 7 (65). С. 57–61.

20. Ху Яньли. Китайская опера как нематериальное культурное наследие Китая // Общество: философия, история, культура. 2015. № 4. С. 25–29.

21. 张旭. 戏曲类短视频传播现状及发展策略研究[J]. 新闻传播科学, 2024, 12 (3): 623–629. (Xu Zhang Research on the Current Situation and Development Strategies of Short Video Communication in Traditional Chinese Opera // Journalism and Communications. 2024. № 12 (3). P. 623–629.

22. Yinzi Yi. Negotiating performance between policy and platform – heritage practice of a Chinese craftsman on Douyin (TikTok) // International Journal of Heritage Studies. 2023. Vol. 29, № 10. P. 1089–1109. doi: 10.1080/13527258.2023.2237495

23. 耿欣怡. 自媒体短视频对京剧文化的传播特点研究—以抖音为例 / 耿欣怡 // 汉字文化. 2021. № 18. 书页: 187–189. doi: 10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2021.18.078

24. 范红, 周鑫慈. 中华优秀传统文化短视频传播的内容创新与优化策略—以“#谁说京剧不抖音”为例 / 范红, 周鑫慈 // 出版广角. 2021. № 11. 书页: 67–71. doi: 10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2021.11.019

25. Го Сяодзин (果小菁). URL: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQ19YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main (дата обращения: 05.10.2024).

26. Го Сяоцзин (果小菁). 10 марта 2023 г. URL: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQ19YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main%20%28.&modal_id=7208891161686068536 (дата обращения: 08.10.2024).

27. Го Сяоцзин (果小菁). 8 сентября 2023 г. URL: <https://v.douyin.com/iyyUCwqv/> (дата обращения: 05.10.2024).

28. Го Сяоцзин (果小菁). 8 марта 2024 г. URL: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQ19YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main&modal_id=7343987522722172179 (дата обращения: 08.10.2024).

29. Го Сяоцзин (果小菁). Эпизод 37. URL: <https://www.douyin.com/video/7165826965843365158> (дата обращения: 25.11.2024).

30. Го Сяоцзин (果小菁). 20 июля 2023 г. URL: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQ19YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main&modal_id=7257852935340625206&relation=0&vid=7165826965843365158 (дата обращения: 22.11.2024).

31. Го Сяоцзин (果小菁). 05.08.2022 / URL: <https://v.douyin.com/iyyuXJag/> (дата обращения: 15.11.2024).

32. Го Сяоцзин (果小菁). Эпизод 33. День классической опере. URL: <https://v.douyin.com/iyyu8sGQ/> (дата обращения: 05.10.2024).

33. Го Сяоцзин (果小菁). 11 декабря 2022 г. Дуэт с Чэн Сю. URL: <https://v.douyin.com/if93CWN5/> (дата обращения: 01.12.2024).

34. 10-й Нишанский Всемирный форум цивилизаций. URL: <https://v.douyin.com/iyyuC8xY/> (дата обращения: 07.11.2024).

35. Хенань. Спутниковое телевидение. 2022 Гала-концерт «Чудесный тур фестиваля двойной девятки». URL: <https://v.douyin.com/iyykM8GP/f@O.Kw> (дата обращения: 10.11.2024).

36. Го Юан (郭雨昂 ANG, Guo Yu'ang ANG). URL: <https://www.douyin.com/root/search/%E9%83%AD%E9%9B%A8%E6%98%82ANG%20?aid=1ec26c91-7a95-455a-8ef6-8e8eef6111c4&type=general> (дата обращения: 07.12.2024).

37. Люблю пекинскую оперу 13 (爱京剧13, Ai Jingju 13). URL: <https://www.douyin.com/root/search/%E7%88%B1%E4%BA%AC%E5%89%A713%E6%8A%96%E9%9F%B3%E5%8F%B7?aid=5b18a2e0-7679-41af-9e2db-f6477e49e365&type=general> (дата обращения: 07.12.2024).

38. Пекинская опера Лю Лэй (京剧刘垒, Jingju Liulei). URL: <https://www.douyin.com/root/search/%E4%BA%AC%E5%89%A7%E5%88%98%E5%9E%92?aid=155aa21a-85ba-46a8-b717-3a2910632da7&type=general> (дата обращения: 07.12.2024).

39. Театр пекинской оперы в Пекине (北京京剧院, Beijing Jingjuyuan). URL: <https://www.douyin.com/root/search/%E5%8C%97%E4%BA%AC%E4%BA%AC%E5%89%A7%E9%99%A2%>

E5%AE%98%E6%96%B9%E6%8A%96%E9%9F%B3%E7%9B%B4%E6%92%AD%E9%97%B4?aid=e7ccd6e6-2ec0-4478-895c-fld74df3c1ba&type=general (дата обращения: 03.11.2024).

40. *Энциклопедия*. Научная популяризация китайской пекинской оперы (抖音百科中国京剧的学术普及). URL: <https://www.douyin.com/search/%E6%8A%96%E9%9F%B3%E7%9B%B4%E6%92%AD%E9%97%B4?aid=e7ccd6e6-2ec0-4478-895c-fld74df3c1ba&type=general> (дата обращения: 15.11.2024).

41. *Иноязычная версия оперы Му Гуйин*. URL: <https://v.douyin.com/iyyQNTjE/> (дата обращения: 13.12.2024).

42. *British Man Devotes Life to Mastering Beijing Opera / PERFORMING ARTS*. URL: <https://www.npr.org/2007/01/03/6696442/british-man-devotes-life-to-mastering-beijing-opera> (дата обращения: 13.12.2024).

43. *Это Китай*. Пекинская опера: современность и вечность. URL: <https://yandex.ru/video/preview/13179466894482183431> (дата обращения: 15.12.2024).

References

1. China. (2024) *Douyin Intangible Cultural Heritage Report*. [Online] Available from: https://m.thecover.cn/news_details.html?from=web&eid=poOpS7AsO/6H90qSdq8Jkw==×tamp=1738080148516 (Accessed: 20th June 2024).

2. Douyin. (2024) *Otchet o dannykh o nematerial'nom kul'turnom nasledii* [Intangible Cultural Heritage Data Report]. [Online] Available from: https://www.douyin.com/search/2024非遗数据报告统计图?modal_id=7377591779735932170&type=general (Accessed: 1st July 2024).

3. Fu Jin. (2010) *Chinese theater: happiness and sorrows on the stage*. Translated from Chinese by Wang Wenliang. Beijing: China intercontinental press.

4. Xu Chengbei. (2010) *Peking Opera: The Performance Behind the Painted Faces*. Translated from Chinese by Chen Geng-tao. 2nd ed. Beijing: China intercontinental press.

5. Li Bin. (2019) *Istoriya traditsionnogo kitayskogo teatra* [History of Traditional Chinese Theater]. Moscow: Shans.

6. Li Jiahui. (2023) *Muzykal'naya drama kuntsyuy v kontekste natsional'nykh traditsiy* [Kunqu Musical Drama in the Context of National Traditions]. Art History Cand. Diss. St. Petersburg.

7. Ruan Yongchen. (2013) *Pekinskaya opera kak sinteticheskoe stsenicheskoe deystvo* [Beijing Opera as a Synthetic Stage Performance]. Art History Cand. Diss. Moscow.

8. Yang Qingqing. (n.d.) *Chinese Opera Costume Patterns*. 出版社: 东华大学出版社 323页.

9. Li Yubin. (2022) *Simvolika pekinskoj opery* [Symbolism of Peking Opera]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 59. pp. 139–145. DOI: 10.31773/2078-1768-2022-59-139-145

10. Yan, Z., Tianyu, L. & Yanwen, X. (2019) An exploration into the revival path of Peking Opera in the perspective of Cooperative Communication: Discussion on the dispute between Leehom Wang and Peiyu Wang in a Chinese Talk Show. *Journal of Media and Communication Studies*. 11(4). pp. 31–37. DOI: 10.5897/jmcs2019.0651

11. Li, Y. (2024) The Impact of Social Media on Propaganda of Peking Opera. *Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies. Series: Communications in Humanities Research*. pp. 87–92. DOI: 10.54254/2753-7064/24/20231506

12. Huang Xianyu. (2014) *Pekinskaya opera v XXI veke* [Peking Opera in the 21st Century]. *Nauchnoe mnenie*. 12. pp. 90–93.

13. Anchukov, S. & Fu Shuai. (2020) *Pekinskaya opera: istoriya, traditsii, vizual'nye simvolyy v dizayne i plasticheskom iskusstve* [Peking Opera: History, Traditions, Visual Symbols in Design and Plastic Arts]. St. Petersburg: Asterion.

14. Budaeva, T.B. (2015) *Istoki pekinskoj opery: muzykal'naya drama kun'tsyuy* [The Origins of Peking Opera: Kunqu Musical Drama]. *Obshchestvo i gosudarstvo v Kitae*. 45(2). pp. 402–409.

15. Budaeva, T.B. (2018) *Pekinskaya opera i Kitayskaya muzykal'naya drama cherez prizmu Letney shkoly Shankhayskoy teatral'noy akademii* [Peking Opera and Chinese Musical Drama through the Prism of the Summer School of the Shanghai Theatre Academy]. *Obshchestvo i gosudarstvo v Kitae*. 48(2). pp. 809–831.

16. Lukinskiy, N.A. & Sherstova, L.I. (2018) *Peking Opera: Origin and Evolution*. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya – Tomsk State University Journal of History*. 54. pp. 161–165. (In Russian). DOI: 10.17223/19988613/54/25

17. Maznitsin, A.V. (2012) Ushu kak muzykal'no-plasticheskiy element Pekinskoy opery [Wushu as a Musical and Plastic Element of Beijing Opera]. *Izve-stiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena*. 150. pp. 216–220.

18. Mozgot, S.A. & Li, Ya. (2021) Amplua personazhey v pekinskoy opere i formy ikh reprezentatsii [The Role of Characters in Beijing Opera and Forms of Their Representation]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii*. 1(80). pp. 22–27. DOI: 10.24412/2070-075X-2021-1-27-35

19. Li Eryun & Zhang Hongzhen. (2019) Pekinskaya opera i Zapadnaya opera: opyt sravnitel'noy interpretatsii [Beijing Opera and Western Opera: A Comparative Interpretation]. *The Way of Science*. 7(65). pp. 57–61.

20. Hu Yanli. (2015) Kitayskaya opera kak nematerial'noe kul'turnoe nasledie Kitaya [Chinese opera as the intangible cultural heritage of China]. *Obshchestvo: filozofiya, istoriya, kul'tura*. 4. pp. 25–29.

21. Xu Zhang. (2024) Research on the Current Situation and Development Strategies of Short Video Communication in Traditional Chinese Opera. *Journalism and Communications*. 12(3). pp. 623–629.

22. Yinzi Yi. (2023) Negotiating performance between policy and platform – heritage practice of a Chinese craftsman on Douyin (TikTok). *International Journal of Heritage Studies*. 29(10). pp. 1089–1109. DOI: 10.1080/13527258.2023.2237495

23. 耿欣怡. (2021) 自媒体短视频对京剧文化的传播特点研究——以抖音为例 / 耿欣怡. *汉字文化*. 18. 书页 : 187–189. DOI: 10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2021.18.078

24. Fan Hong & Zhou Xinci. (2021) Content innovation and optimization strategy of short video dissemination of excellent traditional Chinese culture - taking "#Who says Peking Opera is not Douyin" as an example. *Publishing Wide Angle*. 11. pp. 67–71. DOI: 10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2021.11.019

25. *Guo Xiaojing*. [Online] Available from: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQI9YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main (Accessed: 5th October 2024).

26. *Guo Xiaojing*. (2023) 10th March. [Online] Available from: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQI9YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main%20%28.&modal_id=7208891161686068536 (Accessed: 8th October 2024).

27. *Guo Xiaojing*. (2023) 8th September. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyyUCwqv/> (Accessed: 5th October 2024).

28. *Guo Xiaojing*. (2024). 8th March. [Online] Available from: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQI9YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main&modal_id=7343987522722172179 (Accessed: 8th October 2024).

29. *Guo Xiaojing*. (n.d.) Epizod 37. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/video/7165826965843365158> (Accessed: 25th November 2024).

30. *Guo Xiaojing*. (2023) 20th July. [Online] Available from: https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAARWOavQI9YM6rtnx56O1w4ispwgcX5bTq3M4GTfBtu2o?from_tab_name=main&modal_id=7257852935340625206&relation=0&vid=7165826965843365158 (Accessed: 22nd November 2024).

31. *Guo Xiaojing*. (2022). 5th August. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyyxXJag/> (Accessed: 15th November 2024).

32. *Guo Xiaojing*. (n.d.) Episode 33. Tribute to Classical Opera. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyy8sGQ/> (Accessed: 5th October 2024).

33. *Guo Xiaojing*. (2022) 11th December. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/if93CWN5/> (Accessed: 1st December 2024).

34. *The 10th Nishan World Civilizations Forum*. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyyuC8xY/> (Accessed: 7th November 2024).

35. Henan. (2022) *Sputnikovoe televidenie. 2022 Gala-kontsert "Chudesnyy tur festivalya dvoynoy devyatki"* [Satellite TV. 2022 Double Ninth Festival Wonder Tour Gala]. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyykM8GP/f@O.Kw> (Accessed: 10th November 2024).

36. *Guo Yuan*. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/root/search/%E9%83%AD%E9%9B%A8%E6%98%82ANG%20?aid=1ec26c91-7a95-455a-8ef6-8e8eef6111c4&type=general> (Accessed: 7th December 2024).

37. Ai Jingju. (n.d.) *Lyublyu pekinskuyu operu 13* [I love Peking Opera 13]. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/root/search/%E7%88%B1%E4%BA%AC%E5%89%A713%E6%8A%96%E9%9F%B3%E5%8F%B7?aid=5b18a2e0-7679-41af-92db-f6477e49e365&type=general> (Accessed: 7th December 2024).

38. Jingju Liulei. (n.d.) *Pekinskaya opera Lyu Ley* [Beijing Opera Liu Lei]. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/root/search/%E4%BA%AC%E5%89%A7%E5%88%98%E5%9E%92?aid=155aa21a-85ba-46a8-b717-3a2910632da7&type=general> (Accessed: 7th December 2024).

39. Beijing Jingjuyuan. (n.d.) *Teatr pekinskoy opery v Pekine* [Peking Opera Theater in Beijing]. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/root/search/%E5%8C%97%E4%BA%AC%E4%BA%AC%E5%89%A7%E9%99%A2%E5%AE%98%E6%96%B9%E6%8A%96%E9%9F%B3%E7%9B%B4%E6%92%AD%E9%97%B4?aid=e7ccd6e6-2ec0-4478-895c-f1d74df3c1ba&type=general> (Accessed: 3rd November 2024).

40. China. (n.d.) *Entsiklopediya. Nauchnaya populyarizatsiya kitayskoy pekinskoy opery* [Encyclopedia. Scientific popularization of Chinese Peking Opera]. [Online] Available from: <https://www.douyin.com/search/%E6%8A%96%E9%9F%B3%E7%99%BE%E7%A7%91%E3%80%82%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E4%BA%AC%E5%89%A7%E7%9A%84%E5%AD%A6%E6%9C%AF%E6%99%AE%E5%8F%8A?aid=5b19df11-39ba-4b44-8279-348abd31e7e3&type=general> (Accessed: 15th November 2024).

41. China. (n.d.) *Inoyazychnaya versiya opery Mu Guiyin* [Foreign language version of the opera Mu Guiying]. [Online] Available from: <https://v.douyin.com/iyyQNTjE/> (Accessed: 13th December 2024).

42. NPR. (2007) *British Man Devotes Life to Mastering Beijing Opera*. [Online] Available from: <https://www.npr.org/2007/01/03/6696442/british-man-devotes-life-to-mastering-beijing-opera> (Accessed: 13th December 2024).

43. Eto Kitay. (n.d.) *Pekinskaya opera: sovremennost' i vechnost'* [This is China. Beijing Opera: Modernity and Eternity]. [Online] Available from: <https://yandex.ru/video/preview/13179466894482183431> (Accessed: 15th December 2024).

Сведения об авторах:

Савельева Е.Н. – кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и музеологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: limi77@inbox.ru

Буденкова В.Е. – кандидат философских наук, заведующая лабораторией методологии и теории культуры Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: dissovet_iik@mail.ru

Горбунова С.В. – младший научный сотрудник лаборатории методологии и теории культуры Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: post_delo@mail.ru

Хоу Цинжань – магистрант кафедры культурологии и музеологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: 2597595750@qq.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Savelieva E.N. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: limi77@inbox.ru

Budenkova V.E. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: dissovet_iik@mail.ru

Gorbunova S.V. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: post_delo@mail.ru

Hou Qingran – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: 2597595750@qq.com

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 10.01.2025;
одобрена после рецензирования 13.01.2025; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 10.01.2025;
approved after reviewing 13.01.2025; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 069; 7.013

doi: 10.17223/22220836/58/20

АРХИТЕКТУРНАЯ КОМПОЗИЦИЯ В МУЗЕЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ПОНЯТИЙНЫЙ РЯД

Алина Олеговна Усманова

*Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия,
lina.usmanova.94@inbox.ru*

Аннотация. В статье рассматривается проблема описания музейного пространства посредством экстраполяции понятийного ряда, выработанного применительно к композиционным решениям в архитектуре, на музейную архитектуру. Выделяются три уровня музейного пространства: экспозиционно-выставочное оборудование, собственно здание и внедрение последнего во внешнюю среду. Исследование сосредоточено на выявлении видов и средств архитектурной композиции и их применении в музейной практике на уровне здания. На основе понятийного ряда анализируется применение архитектурной композиции в музейном пространстве.

Ключевые слова: музейная архитектура, композиция, симметрия, гармония, ритм

Для цитирования: Усманова А.О. Архитектурная композиция в музейном пространстве: понятийный ряд // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 238–245. doi: 10.17223/22220836/58/20

Original article

ARCHITECTURAL COMPOSITION IN THE MUSEUM SPACE: CONCEPTUAL SERIES

Alina O. Usmanova

*National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation,
lina.usmanova.94@inbox.ru*

Abstract. Based on the study of museum definitions, the materialized part of the museum is currently ignored – its premises, and, consequently, the spatial component. Demonstration of exhibits, as one of the key functions of the museum, involves the placement of display and exhibition equipment in a certain space, actualizing the need to turn to architecture as the art of organizing space.

The museum space consists of three key levels: exhibition equipment, the building itself and the introduction of the latter into the external environment [6]. The first level of museum space takes into account the shape, appearance and location of exhibition equipment and museum exhibits. At the second level – “building”, or museum architecture - the external (exterior) and internal (interior) frame of the museum is considered. The third level implies the contact of the museum with the external environment, which includes the architectural component of urban development of a certain style, the countryside or the natural landscape. The initial stage of design in architecture is the theory of architectural composition. There are three types of composition: frontal, volumetric and deep-spatial.

To achieve artistic expressiveness of a composition, there are a number of special rules and techniques, i.e. means of architectural composition: harmony, rhythm, symmetry, asymmetry, proportion, identity, contrast, nuance, statics, dynamics.

Based on the study of museum complexes, it was concluded that it is possible to use the conceptual apparatus of architectural composition to analyze the “mental movements”

caused by the museum space at the level of museum architecture, i.e., the building. When reviewing the main means of architectural composition, it was concluded that harmony, rhythm, proportion, identity, contrast, nuance, symmetry, asymmetry, statics and dynamics are taken into account when analyzing compositional solutions in domestic and foreign museums.

Keywords: museum architecture, composition, symmetry, harmony, tempo

For citation: Usmanova, A.O. (2025) Architectural composition in the museum space: conceptual series. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 238–245. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/20

Музей как дефиниция имеет множество определений. В XVIII в. в понятие «музей» включали здание [1]. В современных трактовках акцент делается на институциональность музея [2; 3. С. 73]. Так, согласно его новому определению, принятому на Международном совете музеев (ИКОМ) в Праге, «музей – это некоммерческая, постоянно действующая организация на службе обществу, которая исследует, собирает, сохраняет, интерпретирует и демонстрирует материальное и нематериальное наследие. Открытые для публики, доступные и инклюзивные, музеи способствуют разнообразию и устойчивости. Они работают и общаются этично, профессионально и с участием сообществ, предлагая разнообразный опыт для обучения, развлечения, побуждая к размышлениям и обмену знаниями» [4. С. 55]. Как видим, в настоящее время игнорируется существенная материализованная компонента музея – его помещение, а следовательно, и архитектурный компонент.

Вместе с тем взаимосвязь архитектуры и музея несомненна и имеет тонкую специфику. Их можно представить как «два ключевых и неразрывных понятия» [5. С. 8]. По отношению к заданиям, изначально предназначенным под музейную деятельность, архитектура неразрывно связана с музейной концепцией, функционирующей на момент строительства. Связь музея со зданием присутствует и при их изначальной нетождественности: музей в любом случае представлен зданием, выполненным в определенной стилистике, отражающей историческую эпоху строительства, но влияние архитектуры на музейное пространство проявляется опосредованно. Согласно данным ЮНЕСКО, около 80% музеев сосредоточены в помещениях, первоначально служивших другим целям: во дворцах, усадьбах, церквях, общественных зданиях и др. [6. С. 13; 8. С. 15]. Лишь в XX в. наблюдается тенденция строительства зданий, приспособленных под музей.

Следует оговорить, что музейное пространство состоит из трех уровней: экспозиционно-выставочное оборудование, собственно здание и внедрение последнего во внешнюю среду [7. С. 39]. Первый уровень музейного пространства учитывает форму, вид и расположение выставочного оборудования и музейных экспонатов. На втором уровне – «здание», или музейная архитектура, рассматривается внешнее (экстерьер) и внутреннее (интерьер) обрамление музея. Третий уровень подразумевает соприкосновение музея с внешней средой, которая включает архитектурный компонент городской застройки определенной стилистики, сельскую местность или же естественный ландшафт.

Изучение истории организации музейного пространства предполагает обращение и к музейной архитектуре как составляющей музейного пространства. При этом рассмотрению должны подлежать не только декоративные, но и конструктивные элементы архитектуры, которые влияют и на организацию

музейного пространства. Данный аспект сегодня представляется недостаточно изученным в теоретическом и практическом плане. Вместе с тем существует возможность проецирования архитектурных принципов проектирования в музейное пространство.

Основополагающий элемент в проектировании – это организация форм архитектурных объектов. Ле Корбюзье считал, что «архитектор, организуя формы, создает гармонию, формами он воздействует на наши чувства, вызывая в нас эстетические эмоции; созданные им соотношения форм пробуждают в нас глубокий отклик, приобщают нас к постижению гармонии мира» [9. С. 12]. Гармоничная организация элементов в пространстве есть композиция. Общепринятое понятие композиции – расположение основных элементов и частей в определенной системе и последовательности. Различают три вида композиции: фронтальную, объемную и глубинно-пространственную [10. С. 48].

Основополагающей композицией в архитектуре является фронтальная. Главная ее характеристика – изображение элементов по двум осям координат в вертикальном и горизонтальном направлениях, в формате 2D. Другими словами, учитывается высота здания и его протяженность. Фронтальная композиция присутствует и в других видах композиции, объемной и глубинно-пространственной, являясь их составным элементом. Она является неотъемлемым атрибутом любого здания, и прежде всего фасада.

Следующим видом является объемная композиция. К вертикальному и горизонтальному направлению осей координат в проекции добавляется широтное – формат 3D. Характерной чертой является замкнутость поверхностей элементов, композиция считывается одинаково со всех сторон. Элементами архитектуры, которые подчеркивают объемную композицию, служат сферические поверхности: купола, сферы, полусферы и т.д. Примерами служат различные соборы в архитектуре, ставшие музейными комплексами: музей-памятник «Спас на Крови», филиал «Кронштадтская крепость» Центрального военно-морского музея, павильон «Катальны горки» в Ораниенбауме.

Пространственная, или же глубинно-пространственная композиция, состоит из нескольких объемных форм. С точки зрения проекций она представляет собой комплекс соединенных в единое целое 3D-объектов, которые имеют внутреннее пространство, в результате чего композиция в полном объеме не считывается ни с одной из сторон. Примерами глубинно-пространственной композиции среди музейных комплексов являются Галерея Уффици во Флоренции, Лувр в Париже, Мраморный дворец (филиал Русского музея) в Санкт-Петербурге.

Глубинно-пространственная композиция, в свою очередь, имеет две классификации. Согласно первой, выделяют неограниченное и ограниченное пространство [11. С. 18] или, по другой терминологии, полностью или частично ограниченное пространство [10. С. 82]. Ключевым критерием для разграничения является наличие или отсутствие перехода, который позволяет разомкнуть пространство за счет подключения панорамы окружающих объектов. Ярким примером неограниченного пространства является Эрмитаж. Зал, ведущий к новому Эрмитажу, а именно он впервые стал именоваться Эрмитажем при Екатерине II [12. С. 136], имеет внутренний дворик и панорамные окна с выходом в него, что и позволяет классифицировать комплекс зданий как неограниченное пространство.

Основываясь на второй классификации, в глубинно-пространственной композиции выделяют интерьерный и экстерьерный типы. Интерьер представляет собой внутреннее пространство здания, а экстерьер – наружное, также включающее оформление окружающего пространства рядом со зданием. Оба понятия прочно вошли в музееологический лексикон, связанный с музейным пространством, и в особом представлении не нуждаются.

Для достижения художественной выразительности композиции в архитектуре существует ряд специальных правил и приемов, т.е. средств архитектурной композиции. Перейдем к их характеристике.

Одним из главных средств является гармония. Она подразумевает размещение частей в пространстве рядом друг с другом таким образом, чтобы одна часть дополняла другую. Классическим примером гармонии в музейной архитектуре является Эрмитаж, где взаимодополняемость нескольких зданий, построенных в разное время, позволяет достигнуть целостного восприятия и идентичности зданий между собой за счет повторения архитектурного стиля барокко, цветовых соотношений бирюзового и белого, а также расположения основных архитектурных элементов аналогично первому зданию.

Важное средство архитектурной композиции – ритм как регулярное повторение элементов в композиции. Так же, как и в музыкальном искусстве, в архитектуре он обуславливает порядок, гармонию и красоту [14. С. 36]. Ритм может быть представлен формами, элементами, цветом и фактурами. Примером ритма в музейной архитектуре может служить Исаакиевский собор благодаря ритмично расположенным портикам куполообразного храма и колоннам с четырех сторон.

Пропорция – это равенство двух или более переменных величин, составляющих архитектурное сооружение и придающих ему целостность и гармоничность [14. С. 38]. Например, у Покровского собора на Красной площади в Москве пропорции заданы восемью членами ряда золотого сечения. Согласно последнему, меньшая часть должна относиться к большей, как большая ко всему целому. У Покровского собора крест над куполом соотносится с самим куполом на основе пропорций золотого сечения.

Тождество является средством архитектурной композиции, представляющим равенство, совпадение одного или нескольких объективных свойств у различных форм [14. С. 121]. Оно создает эффект статичности сооружения. Ярким примером применения тождества при строительстве здания музея может быть Русский музей: боковые части здания полностью повторяют конструктивные особенности друг друга.

Контраст заключается в сочетании элементов архитектурной формы, резко различающихся по внешним характеристикам, и подразделяется по цвету, форме и размеру. Примером применения контраста по цвету может служить Музей истории и реконструкции Москвы: благодаря использованию красного фона белые колонны значительно выделяются и помогают визуальнo прочувствовать объем здания. При использовании контраста по форме происходит взаимодействие противоположных геометрических объектов, например, широкий и круглый в сечении объем контрастирует с квадратным.

Нюанс – незначительное различие свойств у форм, при котором сходство их выражено сильнее, чем различие [14. С. 43]. Этот признак характеризует форму, стремящуюся к динамике. Примером нюанса служат купола Спаса на

Крови, они отличаются не только размерами, но и фактурой. Однако, несмотря на существенные отличия, их сходство в композиции выражается сильнее за счет такого средства архитектурной композиции, как гармония.

Симметрия представляет собой одинаковое отображение элементов композиции относительно плоскости или оси. Наиболее распространена в архитектуре зеркальная симметрия [15. С. 22]: деление объекта по центру плоскостью симметрии и уравнивание объектов относительно нее. Ярким примером воплощения симметрии является Русский музей за счет расположения колонн и окон относительно центра здания на одинаковом расстоянии относительно друг друга.

Асимметрия является противоположным понятием симметрии и предполагает ее отсутствие [13. С. 38]. В архитектурном проектировании симметрия и асимметрия используются как в комплексе, так и поодиночке. Стоит отметить, что асимметрия не является хаотичным расположением объектов в пространстве, а всегда учитывает соподчиненность частей. Примером асимметрии является собор Василия Блаженного в Москве за счет расположения куполов собора на разном уровне.

Статика достигается за счет ввода в композицию горизонтальных или вертикальных форм, в большинстве случаев соответствует симметричным композициям и передает состояние покоя и устойчивости [15. С. 154]. Примеров использования данного средства архитектурной композиции в музейной архитектуре достаточно много. Это и Мраморный дворец (филиал Русского музея), Российский этнографический музей, домик Петра I.

Динамика сосредоточена на создании эффекта движения за счет формирования объектов под углом более 90° и использования диагоналей в плоскостях или же использования асимметричной или ритмичной композиции. Примером динамики могут быть выставки современного искусства – инсталляции в музее Эрарта. Динамика в данном случае достигается за счет использования крупных объектов на подвесных элементах, что позволяет объектам, передвигаясь, размещаться в трехмерном пространстве.

В качестве примера использования предложенного понятийного ряда при описании музейной архитектуры рассмотрим Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина в Москве. Стоит отметить, что данное здание впервые в России было изначально спроектировано под музей. При рассмотрении фасада здания наблюдается фронтальный вид композиции. С точки зрения организации пространства фасад Музея им. А.С. Пушкина является неограниченным пространством по первой классификации и представлен экстерьером здания по второй.

Средства композиции, используемые при проектировании музея, проанализируем подробнее. Основное средство, используемое в здании и заметное невооруженным глазом, – это ритм. Он используется в расположении колонн, окон, декоративных элементов на здании. Рассматривая здание в целом, можно отметить такое средство архитектурной композиции, как гармония: соотношение песочного и белого цвета позволяет достичь ее за счет выбора цветовой гаммы, основанной на теплых тонах. Архитектурные элементы: наличники, молдинг, колонны, цокольный карниз, балюстрада расположены в определенной последовательности и на заданном расстоянии, что выражает такие средства композиции, как пропорция и ритм. Тожество можно наблю-

дать в архитектуре Музея им. А.С. Пушкина за счет повторения портика с колоннадой на фасадной части здания и на боковой. Пропорция задана во всей конструкции здания и основана на принципе золотого сечения, например, соотношение портика и основной части здания. Несомненно, при проектировании музея учитывалась симметрия, ее можно наблюдать в расположении портика в центре здания, а также симметричном относительно оси расположении наличников и колонн. Асимметрия же, напротив, не наблюдается в конструкторских особенностях здания музея. Нюанс присутствует в оформлении декоративных элементов здания и капители колонн: с одной стороны, заметно различие внешнего обрамления, но, с другой, чувствуется идентичность и общая стилистика. Статика характеризуется акцентированием в композиции здания вертикальных форм благодаря расположению колонн и наличников. Динамика в здании задана опосредованно, а именно добавлением сточных труб, расположенных под углом 45° , что создает эффект некоего движения.



Рис. 1. Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина [16]

Fig. 1. The Pushkin State Museum of Fine Arts [16]

Как видим, в здании Музея им. А.С. Пушкина задействованы практически все средства архитектурной композиции, позволяющие дать ему разностороннее и основанное на научных дефинициях описание. Поскольку используемый понятийный ряд приложим к характеристике любого объекта музейной архитектуры, он создает основу для методики сравнительного исследования музейного пространства на указанном уровне в синхронии и диахронии. Использование понятийного ряда, сопряженного со средствами архитектурной композиции, позволит выявить композиционные принципы формообразования в музейном пространстве XVIII–XX вв., которые, в свою очередь, могут найти отражение при проектировании современных музеев.

Список источников

1. Пищулин Ю.П. О научном комплектовании музейных фондов // Актуальные вопросы фондовой работы музеев. 1979. № 83. С. 3–15.
2. Аверин М.Г. Модификация форматов коммуникативного взаимодействия современного музея // Вопросы музеологии. 2010. № 2. С. 157–164.

3. Козиев В.Н., Потюкова Е.В. Музей и общество. СПб. : Алетей, 2015. 189 с.
4. *The art newspaper Russia* : [Международная газета посвященная искусству России]. [Б. м.], 2022–2023. URL: <https://www.theartnewspaper.ru> (дата обращения: 29.09.2023).
5. Ревакин В.И. Архитектурное будущее музея // Архитектура и современные информационные технологии. 2012. № 5 (специальный выпуск).
6. Официальный сайт Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры // Музеи. URL: <https://ru.unesco.org/themes/muzei> (дата обращения: 08.09.2023).
7. Окладникова Е.А. Этнографический музей сегодня: В поисках перспектив приемлемого будущего // Музей – за горизонтом очевидного: Традиционное искусство в контексте музея. СПб.: РАН, МАЭ, 1998. 204 с.
8. Чугунова А.В. Музейная архитектура в контексте современной культуры // Вопросы музееологии. 2010. № 3. 180 с.
9. Корбюзье Ле. Архитектура XX века. М. : Прогресс, 1977. 303 с.
10. Руднев И.Ю. Композиция в изобразительном искусстве. М. : Мир науки, 2019. 310 с.
11. Мамаков Н.В. Город: опыт композиционного анализа. Казань : Изд-во Казанского университета, 1990. 190 с .
12. Пиотровский М.Б. Мой Эрмитаж. М. : Арка, 2014. 382 с.
13. Ефимов А.В. Объемно-пространственная композиция в архитектуре. М. : Стройиздат, 1981. 256 с.
14. Иконников А.В., Степанов Г.П. Основы архитектурного проектирования. М. : Искусство, 1971. 224 с.
15. Тарасов Л.В. Этот удивительно симметричный мир. М. : Просвещение, 1982. 176 с.
16. Элика: женский мир // Вдохновленная культурным наследием: гениальное предвидение директора в Государственном музее им. А.С. Пушкина. URL: <https://elika.spb.ru/show-biznes-i-glamur/gosudarstvennyy-muzey-a-s-pushkina-direktor.php> (дата обращения: 15.09.2023).

References

1. Pishchulin, Yu.P. (1979) O nauchnom komplektovanii muzeynykh fondov [On the scientific acquisition of museum funds]. *Aktual'nye voprosy fondovoy raboty muzeev*. 83. pp. 3–15.
2. Averin, M.G. (2010) Modifikatsiya formatov kommunikativnogo vzaimodeystviya sovremennogo muzeya [Modification of the formats of communicative interaction of a modern museum]. *Voprosy muzeologii*. 2. pp. 157–164.
3. Koziev, V.N. & Potyukova, E.V. (2015) *Muзей i obshchestvo* [Museum and Society]. St. Petersburg: Aleteyya.
4. *The Art Newspaper Russia*. (2022–2023). [Online] Available from: <https://www.theartnewspaper.ru> (Accessed: 29th September 2023).
5. Revyakin, V.I. (2012) Arkhitekturnoe budushchee muzeya [The architectural future of the museum]. *Arkhitektura i sovremennye informatsionnye tekhnologii*. 5 (special issue). pp. 11.
6. The Official website of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. [Online] Available from: <https://ru.unesco.org/themes/muzei> (Accessed: 8th September 2023).
7. Okladnikova, E.A. (1998) Etnograficheskiy muзей segodnya: V poiskakh perspektiv priemlemogo budushchego [Ethnographic Museum Today: In Search of Prospects for an Acceptable Future]. In: *Muзей – za gorizontom ochevidnogo: Traditsionnoe iskusstvo v kontekste muzeya* [Museum – Beyond the Horizon of the Obvious: Traditional Art in the Context of the Museum]. St. Petersburg: RAS, MAE.
8. Chugunova, A.V. (2010) Muзейnaya arkhitektura v kontekste sovremennoy kul'tury [Museum architecture in the context of contemporary culture]. *Voprosy muzeologii*. 3.
9. Le Corbusier. (1977) *Arkhitektura XX veka* [Architecture of the 20th century]. Moscow: Progress.
10. Rudnev, I.Yu. (2019) *Kompozitsiya v izobrazitel'nom iskusstve* [Composition in fine art]. Moscow: Mir nauki.
11. Mamakov, N.V. (1990) *Gorod: opyt kompozitsionnogo analiza* [City: A compositional analysis]. Kazan: Kazan State University.
12. Piotrovskiy, M.B. (2014) *Moy Ermitazh* [My Hermitage]. Moscow: Arka.
13. Efimov, A.V. (1981) *Ob'emno-prostranstvennaya kompozitsiya v arkhitekture* [Volumetric-spatial composition in architecture]. Moscow: Stroyizdat.
14. Ikonnikov, A.V. & Stepanov, G.P. (1971) *Osnovy arkhitekturnogo proektirovaniya* [Fundamentals of Architectural Design]. Moscow: Iskusstvo.

15. Tarasov, L.V. (1982) *Etot udivitel'no simmetrichnyy mir* [This surprisingly symmetrical world]. Moscow: Prosveshchenie.

16. Elik.spb.ru. (n.d.) *Vdokhnovlennaya kul'turnym naslediem: genial'noe predvoditel'stvo direktora v Gosudarstvennom muzee im. A.S. Pushkina* [Inspired by Cultural Heritage: The Brilliant Leadership of the Director at the A.S. Pushkin State Museum]. [Online] Available from: <https://elika.spb.ru/show-biznes-i-glamur/gosudarstvennyy-muзей-a-s-pushkina-direktor.php> (Accessed: 15th September 2023).

Сведения об авторе:

Усманова А.О. – аспирант кафедры культурологии и музеологии Института искусств и культуры Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: lina.usmanova.94@inbox.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Usmanova A.O. – National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: lina.usmanova.94@inbox.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 10.09.2024;
одобрена после рецензирования 03.05.2025; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 10.09.2024;
approved after reviewing 03.05.2025; accepted for publication 15.05.2025.*

Научная статья

УДК 004.89-021.4:069.01(045)(470+571)“312”

doi: 10.17223/22220836/58/21

САМООБУЧАЕМЫЕ НЕЙРОННЫЕ СЕТИ НА СЛУЖБЕ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ

Анна Сергеевна Фролова¹, Елена Васильевна Балашова²,
Марина Степановна Куран³, Константин Павлович Моргачев⁴

^{1, 2, 3, 4} *Алтайский государственный институт культуры, Барнаул, Россия*

¹ *rus.librarian@yandex.ru*

² *balash_elena@list.ru*

³ *kuran@mail.ru*

⁴ *morgachevk@gmail.com*

Аннотация. В статье охарактеризованы базовые возможности применения компьютерных онлайн-систем с элементами искусственного интеллекта в отечественных музейных учреждениях для решения служебных задач. Изложено описание барьеров использования популярных нейросетевых программных продуктов в музейной практике, в числе которых: низкий уровень развития специальных цифровых компетенций персонала, угроза ослабления профессиональных навыков музейных работников в результате препоручения ИИ-проектам трудовых функций и др.

Ключевые слова: российское музейное дело, цифровизация музейной коммуникации, искусственный интеллект в музейном деле, самообучаемые искусственные генеративные нейронные сети в музейном деле, направления применения нейросетевых продуктов в музейных учреждениях, проблемы интеграции нейросетевых разработок в музейную практику

Для цитирования: Фролова А.С., Балашова Е.В., Куран М.С., Моргачев К.П. Самообучаемые нейронные сети на службе современного музея: возможности и проблемы применения // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 246–262. doi: 10.17223/22220836/58/21

Original article

SELF-LEARNING NEURAL NETWORKS AT A MODERN MUSEUM'S SERVICE: POSSIBILITIES AND PROBLEMS OF APPLICATION

Anna S. Frolova¹, Elena V. Balashova², Marina S. Kuran³,
Konstantin P. Morgachev⁴

^{1, 2, 3, 4} *Altai State Institute of Culture, Barnaul, Russian Federation*

¹ *rus.librarian@yandex.ru*

² *balash_elena@list.ru*

³ *kuran@mail.ru*

⁴ *morgachevk@gmail.com*

Abstract. The article briefly describes some basic possibilities of application of artificial intelligence-powered computer online systems in modern Russian museum institutions to perform work tasks in key fields of their activity, such as systematic record keeping of museum collections, museum exhibition activities, expert investigation, examination and restoration of museum items, management of museum web presence, research activities, resource management, optimization of the quality of museum services for offline visitors and online users. Authors point out the specific purposes of using artificial neural network systems in the domestic museum sphere: automation of the process of making a full-bodied creative content (of various types – text, illustrative, audio and video) for corporative Internet sites of museums; translation of audio and video recordings into text (transcription); design and testing of museum digital products (applications, guides, etc.); preparation of museum events scripts; comprehensive analysis of various data on consumers of museum services; setting the scene for familiarization, educational, gaming interaction of remote users with digital copies of museum objects; predictive modelling (for example, for the development of the managerial situation) based on the analysis of representative statistical data and many others.

The paper gives a description of some problems in usage popular neural network software products in mass museum practice, including the weakness of the material-and-technical base of institutions manifested in software and hardware limitations, the insufficient level of development of special digital competencies of museum staff, the risks of issuing false and difficult-to-verify information at the request of users, the threat of the weakening of the museum workers' professional skills as a result of the assignment of a number of labor functions (including managerial type as well) to neural network projects, etc.

Keywords: Russian museums, digitalization of museum communication, artificial intelligence in museum activity, self-learning artificial neural networks in museum activity, directions of application of neural network products in museum institutions, problems of integration of neural networks in museum practice

For citation: Frolova, A.S., Balashova, E.V., Kuran, M.V. & Morgachev, K.P. (2025) Self-learning neural networks at a modern museum's service: possibilities and problems of application. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 246–262. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/21

На объективную необходимость признания за электронной коммуникацией статуса важного канала взаимодействия современного отечественного музея с различными категориями контактной аудитории косвенно указывают, во-первых, высокие показатели распространенности персональных цифровых устройств, с которых производится выход в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет, в домашних хозяйствах современных россиян¹; во-вторых, многолетний уверенный рост индекса динамики использования Всемирной сети населением²; в-третьих, стабильное увеличение продолжительности среднесуточной интернет-сессии пользователей³. Под влиянием процессов стихийной цифровизации социальной коммуникации арсенал средств решения комплексных культурных, образовательных и научно-исследовательских задач, стоящих перед музейным учреждением, пополнился инновационными инструментами, обеспечивающими удаленное взаимодействие веб-пользователей с социальной памятью в ее овеществленной форме; в их число теперь входят и искусственные нейронные сети – «частный случай» сложной технологии искусственного интеллекта.

¹ В конце 2022 г. 84% граждан страны в возрасте от 14 лет и старше владели смартфоном, 42% – ноутбуком, 32% – стационарным персональным компьютером, 29% – планшетом [1. С. 18].

² В 2010 г. ежедневный выход во Всемирную паутину практиковали 22–26% наших соотечественников [1. С. 22; 2], в 2015 г. – 55–57% [1. С. 22; 3. С. 4], а в 2021 г. – уже 81,5% [1. С. 22].

³ Россияне в возрасте от 12 лет и старше в 2010–2011 гг. тратили на просмотр интернет-контента в среднем 32 мин [4], в 2016 г. – 2 ч 15 мин [5], в 2022 г. – 3 ч 41 мин [6. С. 3], а в 2023 г. – 3 ч 56 мин [7].

Уточним содержание двух ключевых для статьи понятий: «искусственный интеллект» и «искусственная нейронная сеть». По мнению профильной экспертной группы высокого уровня при Европейской комиссии, искусственный интеллект «относится к системам, которые демонстрируют разумное поведение, анализируя окружающую среду и предпринимая действия – с некоторой степенью автономии – для достижения конкретных целей» [8. Р. 3]. При этом искусственный интеллект может рассматриваться, с одной стороны, как самостоятельный программный продукт (вроде, например, персональных голосовых помощников, поисковых алгоритмов, систем биометрической идентификации и верификации, обеспечивающих распознавание личности по голосу и чертам лица), а с другой стороны, как важная часть устройств («умных» роботов, автономных транспортных средств, интернета вещей и пр.) [8. Р. 3]. С точки зрения специалистов североамериканской транснациональной компании «IBM», одного из ведущих мировых производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, разработчика собственной платформы машинного интеллекта, искусственный разум представляет собой «технологию, позволяющую компьютерам имитировать человеческий интеллект и способности решать проблемы» [9]. Искусственной нейронной сетью (ИНС) называют «программу или модель машинного обучения, которая принимает решения способом, аналогичным человеческому мозгу, используя процессы, имитирующие совместную работу биологических нейронов для идентификации явлений, взвешивания вариантов и получения выводов» [10]; о том же: [8. Р. 3].

В современной России наблюдается всплеск обывательского, академического и профессионального интереса к растущему потенциалу искусственных нейронных сетей [11]: интернет-аудиторию привлекают простота их использования, высокая скорость генерации, постоянно растущее качество создаваемого мультимедийного контента, его доступность для последующего редактирования привычными программными инструментами, понятный пользовательский интерфейс, способность к корректной обработке (с вычленением смысловых доминант) сложных текстовых команд на естественном языке и успешному решению слабо формализованных задач, отсутствие ограничений по числу пользовательских запросов и пр. Нейросетевая революция, по видимому, достигла точки, в которой формируется беспрецедентный тренд на частичную замену веб-пользователями поисковых онлайн-систем нейросетями [12].

Отметим, что зарубежные музейные специалисты активно используют искусственные нейронные сети для решения частных служебных задач:

– для интеллектуального анализа особенностей траекторий перемещения музейных посетителей по экспозиционно-выставочным пространствам (г. Тегеран (Иран)) [13];

– для отслеживания характера естественных реакций публики на предметы, демонстрируемые на музейных площадках (г. Париж (Франция)) [14];

– для разработки прогнозных моделей, позволяющих получить ценную в контексте создания оптимальных условий для сохранения предметов культурного наследия информацию об эффектах кратковременных изменений температурного режима в музейных помещениях (г. Рим (Италия), г. Копенгаген (Дания)) [15];

– для создания многофункциональных мультимедийных гидов по музейным выставкам, экспонатам и коллекциям (г. Акрон, Огайо (США)) [16];

– для расширения спектра художественно-театральных средств взаимодействия посетителей с музейной средой через использование технологии создания ложных подвижных изображений на основе реального графического материала (так называемых дипфейков), позволяющей обеспечить глубокое погружение аудитории в атмосферу экспозиционно-выставочных проектов (г. Сент-Питерсберг, Флорида (США)) [17];

– для апробирования нетривиальных подходов к продвижению собственных коллекций через выявление сюжетной и жанровой связи шедевров изобразительного искусства прошлых эпох с произведениями современной фотожурналистики (г. Лондон (Великобритания)) [18] и др.

В работу по реализации культурных и сервисных проектов с применением генерирующих нейросетей энергично включились и ведущие российские музеи; вот несколько примеров успешного использования учреждениями цифровых продуктов с элементами искусственного интеллекта:

– в марте 2020 г. в Государственном Эрмитаже (г. Москва) начал работу русскоязычный самообучающийся виртуальный голосовой помощник, круглосуточно обрабатывающий типовые информационные запросы (о стоимости входных билетов, графике работы, системе льгот, условиях посещения для людей с ограниченными возможностями здоровья и др.), поступающие по телефону [19];

– в апреле 2022 г. Музей Владимира Набокова при Санкт-Петербургском государственном университете (г. Санкт-Петербург) сформировал экспозицию художественных работ, представляющих собой визуализированные с помощью нейросети цитаты из произведений писателя [20–21];

– в марте 2023 г. Государственный Русский музей (г. Санкт-Петербург) к своему 125-летию запустил собственную нейросеть (арт-бот), которая обрабатывает портретные фотографии пользователей в стиле известных художников на выбор из полотен Карла Брюллова, Бориса Кустодиева, Михаила Врубеля, Казимира Малевича, Пабло Пикассо и других мастеров [22];

– в декабре 2023 г. в Воронежском областном художественном музее им. И.Н. Крамского (г. Воронеж) генеративная нейросеть «Kandinsky» «возродила» 14 картин из фонда, утерянных в годы Великой Отечественной войны при эвакуации музейных коллекций из осажденного города (судьба полотен неизвестна: вероятнее всего, они сгорели во время обстрела областной столицы частями вермахта) [23];

– в феврале 2024 г. в Государственном Русском музее была организована экспозиция генеративного искусства, включавшая цифровые рисунки учащихся школ из разных регионов страны, доработанные нейросетевой системой до полноценных картин в уникальной авторской манере выдающихся отечественных живописцев XIX и XX вв. – Ивана Айвазовского, Кузьмы Петрова-Водкина, Константина Коровина, Николая Рериха и др. [24].

Состав задач музейной работы, для которых создаются ИИ-решения, постоянно расширяется; перспективы использования инновационной технологии самообучаемого искусственного интеллекта в музейной практике для достижения целей в области аккумуляции, сохранения, изучения и популяри-

зации музейных ресурсов нуждаются в теоретическом осмыслении. Попробуем кратко охарактеризовать потенциал применения генеративных нейросетевых технологий в музейном деле по ряду ключевых направлений работы современных профильных учреждений:

1) учет музейных фондов:

– автоматизация типовых процессов распознавания, инвентаризации, каталогизации и научной классификации музейных предметов с помощью специальных алгоритмов, позволяющих производить интеллектуальную обработку больших текстовых, графических, звуковых и аудиовизуальных данных с минимальным участием музейного специалиста;

– оптимизация поиска сведений в текстовом, графическом, звуковом и аудиовизуальном форматах о музейных предметах по неформальному текстовому описанию пользователя корпоративных интернет-ресурсов;

– обеспечение быстрого многокритериального поиска по музейным коллекциям, предусматривающего, например, возможность обнаружения близких по ключевым характеристикам экспонатов на основе предварительно установленных и верифицированных семантических связей между их цифровыми паспортами;

– автоматизация процесса группировки и структурирования больших разнокачественных данных о музейном собрании (нейросетям могут быть делегированы функции, например, маркировки коллекций предметов в соответствии с уровнем их значения: локального, регионального, общенационального, мирового) и др.;

2) экспозиционно-выставочная деятельность:

– оптимизация процесса компьютерного моделирования экспозиционно-выставочных проектов на основе анализа массивов, характеризующих действия музейных посетителей поведенческих данных, позволяющих сделать однозначные выводы о составе факторов, оказывающих решающее влияние на принятие ими решений о взаимодействии с музейными предметами;

– организация виртуальных музейных экспозиций (с применением технологий виртуальной, дополненной, смешанной реальности) в ответ на сформированный запрос со стороны категорий посетителей, обладающих развитыми цифровыми компетенциями, на модернизацию классического (очного) формата музейной коммуникации;

– оптимизация (и даже персонализация) дизайн-концепций цифровых экспозиционно-выставочных акций на базе анализа данных о динамике показателей посещаемости и поведенческих клише различных категорий посетителей музейного учреждения, сведений о пространственных ограничениях и пр.;

– создание программных продуктов, мультимедийных платформ, позволяющих обеспечивать самостоятельное (т.е. без непосредственного участия музейного работника) диалогическое взаимодействие посетителей с музейными выставками, отдельными экспонатами с помощью технологии радиочастотной идентификации (например, иммерсивных аудиоэкскурсий и аудиотуров, аудио- и медиагидов и т.п.), а также построение нелинейных траекторий движения посетителей по музейным пространствам (персонализированных экскурсионных маршрутов);

– генерация виртуальных интерактивных арт-объектов (объектов нейросетевого искусства) для экспонирования на музейных площадках и др.;

3) экспертиза и реставрация музейных предметов:

– автоматизация комплекса рутинных процедур по оценке подлинности музейных предметов, идентификации и атрибуции неизвестных или спорных объектов культурного наследия, ассистирование при выполнении типовых операций профессионального искусствоведческого анализа, а также участие в верификации его результатов;

– комплексный мониторинг разновременных данных о состоянии физической основы музейных предметов с последующей формулировкой реалистичного прогноза их сохранности с учетом достоверных сведений о вероятной динамике ключевых параметров окружающей среды (температурно-влажностного, светового, биологического режимов и др.) и предложением перечня неотложных мер по консервации и реставрации артефактов в сложных случаях;

– экспертная информационная поддержка принятия капиталоемких управленческих решений об организации и проведении реставрационных работ, охватывающих серию научно-исследовательских, проектировочных, ремонтных и иных мероприятий;

– автоматизация отдельных операций процесса восстановления утраченных фрагментов произведений искусства по достоверным данным об оригинальном виде воссоздаваемых объектов;

– имитационное, прогнозное и другие виды моделирования этапов реставрационного процесса с использованием точных цифровых копий поврежденных музейных предметов (виртуализация отдельных реставрационных мероприятий) и др.;

4) менеджмент музейного веб-присутствия:

– создание и редактирование различных видов цифрового контента (текстового, графического, звукового, аудиовизуального) для последующего размещения на собственном интернет-сайте музея, в корпоративных аккаунтах учреждения в социальных сетях, профессиональных блогах, на иных веб-площадках;

– разработка рекомендательных информационных систем, в режиме реального времени обеспечивающих генерацию и продвижение цифрового музейного контента, адаптированного под устойчивые предпочтения, интересы и потребности музейной аудитории, на основе доступных для многоаспектного автоматизированного анализа разнородных данных о приобретенном в веб-среде культурном опыте, социально-демографических, ментальных, лингвистических, иных значимых характеристиках пользователей музейных интернет-ресурсов;

– поддержка мультязычности корпоративных музейных веб-ресурсов за счет использования технологии автоматизации перевода цифрового контента на другие языки, демонстрации локализованных версий веб-страниц в соответствии с данными о местоположении удаленных пользователей;

– конструирование, настройка и обслуживание виртуальных собеседников (чат-ботов, цифровых голосовых помощников), обеспечивающих диалоговое (в формате «вопрос – ответ») взаимодействие с посетителями веб-сайта

музея для решения задач информирования, консультирования, сбора отзывов, подключения к «почтовой» и SMS-рассылкам, технической поддержки, навигации по сетевому ресурсу, проведения финансовых транзакций (например, при приобретении билетов и сувенирной продукции, осуществлении пожертвований) и др.;

– автоматизация процесса адаптации вида цифрового контента для комфортного просмотра на пользовательских устройствах с разными техническими характеристиками (смартфонах, планшетах, ноутбуках, компьютерах и т.п.);

– автоматизация управления имиджевыми коммуникациями, пиар-активностью и маркетинговыми кампаниями музейного учреждения на основе данных многоаспектного анализа характеристик пользовательской аудитории сетевых ресурсов музея, учитывающего выявленные закономерности и тенденции в развитии пользовательских интересов и предпочтений (участие в разработке и экспертизе маркетинговой стратегии, настройка таргетированной рекламы, формулировка рекомендаций по оптимизации и анализу эффективности стратегии продвижения музейных продуктов и услуг в веб-среде и пр.) и др.;

5) научно-исследовательская работа:

– ускорение автоматизированных процессов сбора, обработки, глубокого анализа, интерпретации и представления больших данных, значимых для достижения целей исследовательской деятельности музейного учреждения;

– повышение качества научно-исследовательских процедур классификации, моделирования (в том числе реконструкции), прогнозирования за счет выявления ошибок, неочевидных корреляций, установления ранее неизвестных закономерностей в поведении, состоянии, характеристиках и т.д. наблюдаемых систем и объектов;

– расширение перечня доступных музею высокотехнологичных методов и сложных цифровых инструментов научного поиска за счет обращения к экспериментальным исследовательским практикам, предусматривающим использование программных разработок с элементами искусственного интеллекта и др.;

б) ресурсный менеджмент:

– оптимизация управленческого труда в сфере тактического, среднесрочного и стратегического администрирования трудовых, финансовых, имущественных, информационных и прочих ресурсов музея, менеджмента рисков (хозяйственных, кадровых, репутационных и др.) посредством автоматизации процессов сбора, обработки, интеллектуального анализа и визуализации больших данных, необходимых для эффективной организации работы музейного учреждения, установления важных зависимостей между переменными в управляемой системе, формулировки прогнозов последствий принятия критически значимых административных решений и др.;

– совершенствование качества системных управленческих действий в сфере ресурсного менеджмента за счет, с одной стороны, повышения степени их обоснованности через задействование возможностей многоаспектного анализа больших объемов управленчески значимой информации, с другой стороны, разработки альтернативных вариантов реалистичных сценариев управления ресурсным состоянием отдельных направлений деятельности музейного учреждения;

– частичная интеллектуализация процессов прогнозирования ресурсных (кадровых, финансовых, программно-аппаратных, временных, иных) потребностей музейных проектов и программ, автоматизация отдельных процессов планирования, бюджетирования музейных акций и событий и т.п.;

– участие в оценке эффективности труда работников музейного учреждения, формулировка аргументированных и логичных рекомендаций по оптимизации трудовой нагрузки на персонал;

– автоматизация отдельных процедур управления жизненным циклом музейного продукта, музейной услуги;

– решение иных прикладных задач в области целеполагания, планирования, организации, координации и контроля деятельности музейного учреждения, управления трудовой мотивацией сотрудников и др.;

7) оптимизация качества музейного обслуживания реальных и виртуальных посетителей:

– реализация сложных вычислительных проектов сервисного характера, нацеленных на повышение уровня комфортности взаимодействия пользователя с музейной средой, музейным продуктом и услугой (например, создание многозадачных виртуальных ассистентов на базе технологии распознавания и обработки естественного языка; проектирование ботов для сбора и анализа отзывов и пожеланий; разработка алгоритмов для создания и продвижения цифрового контента, релевантного индивидуальным информационным и культурным интересам и потребностям интернет-пользователя, для мониторинга реакций аудитории музейных цифровых площадок на сформированные нейросетью информационные сообщения ориентирующего и рекомендательного характера в целях совершенствования качества обслуживания музейных посетителей и пр.);

– избирательная автоматизация действий по управлению музейными веб-сайтами, мобильными приложениями, онлайн-сервисами и иными программными продуктами, доступными удаленно через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет;

– помощь в определении «проблемных» областей в сфере культурного обслуживания музейных посетителей, требующих повышенного управленческого внимания и др.

В примечании представлено краткое описание функций некоторых популярных нейросетей.

Не отрицая преимуществ, которые приобретает музейный мир в связи с интенсивным распространением самообучаемых искусственных нейронных сетей, нельзя не упомянуть ряд серьезных затруднений, препятствующих их активному включению в рабочий инструментарий цифровизации музейных процессов, среди которых:

– низкая экономическая эффективность самостоятельной разработки, тренировки и использования чрезвычайно ресурсозатратных многозадачных генеративных нейросетевых продуктов в музеях, относящихся к категории некоммерческих учреждений культуры;

– барьер финансовых, кадровых, иных ресурсных ограничений на пути адаптации возможностей искусственных интеллектуальных систем с открытым исходным кодом к решению узкоспециальных профессиональных задач в сфере музейного дела (в этой связи нельзя не упомянуть фундаментальную

проблему нехватки высококачественных, достаточно репрезентативных и сложных выборочных данных для оперативного и эффективного переобучения и дообучения таких «разумных» программных разработок под нужды конкретного музейного проекта);

– частичная технологическая изоляция музеев из-за недостаточной финансовой обеспеченности приоритетных направлений инновационного технологического развития учреждений (например, для работы с некоторыми мощными нейросетевыми разработками необходимы высокопроизводительные и отказоустойчивые программно-аппаратные системы, которые «средний» российский музей ввиду бюджетных ограничений в ближайшем будущем не сможет себе позволить; кроме того, некоторые мультизадачные искусственные нейросети доступны сетевым пользователям только на коммерческой или полукommerческой основе, поэтому вызов отдельных – «платных» – функций оказывается невозможен);

– неадекватно низкий уровень системного кадрового обеспечения процесса интеграции технологий машинного интеллекта в массовую музейную практику, а также трудности, связанные с приведением фактического квалификационного уровня работников музеев в соответствие с усложнившимися требованиями к цифровой компетентности специалистов (в контексте интересующей нас темы одним из ключевых оказывается узкоспециальный навык конструирования детализированных, непротиворечивых, строго приоритезированных «промтов» – текстовых запросов к нейросети на естественном языке, адаптированных к решению конкретных рабочих задач; речь также может идти и о навыках распознавания, верификации и отбора сгенерированного нейросетью контента);

– объективные риски постепенного ослабления некоторых профессиональных навыков музейных специалистов вследствие регулярного делегирования как типовых, так и нерутинных операций нейросетевым помощникам (привычка персонала к «когнитивной разгрузке» может обернуться заметным снижением производительности и качества труда) [32];

– необходимость задействования программ-посредников (потенциально опасных VPN-сервисов, иных прокси-технологий, используемых для сокрытия информации о фактическом местонахождении вычислительного устройства, с которого осуществляется выход пользователя в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет) для преодоления технических ограничений доступа к ряду нейросетевых продуктов с российских IP-адресов.

Отмечая высокие темпы развития инновационной технологии самообучаемого искусственного интеллекта, приходится тем не менее констатировать: современные генеративные искусственные нейронные сети имеют ряд существенных недостатков. В их числе:

– неспособность больших вычислительных моделей обеспечивать абсолютную достоверность выдаваемых по запросу пользователя сведений (проблема так называемых «когнитивных искажений» («галлюцинаций») искусственного интеллекта [28]), успешно блокировать тиражирование дискриминирующих социальных стереотипов [29. Р. 5; 30] и т.п.;

– относительная (т.е. неабсолютная) надежность работы нейросетевых продуктов, проявляющаяся, в частности, в неоднородности результатов раз-

ных сеансов генерации при вводе одинаковых исходных данных (при этом «рядовые» интернет-пользователи лишены возможности проследить «логику рассуждений» компьютерных систем, поскольку принципы и механизмы интерпретации данных ИИ-сервисами от них скрыты);

– недостаточно высокая реалистичность генерируемого нейросетями цифрового контента, вступающая в противоречие с привычными пользовательскими представлениями о качестве мультимедийных данных, имеющих «естественное» происхождение [31];

– сохраняющаяся неспособность нейросетей эффективно противостоять угрозам кибербезопасности [25. С. 136–137] (как и любой программный продукт, они могут стать мишенью для вирусных атак, несанкционированных машинных команд или неавторизованных проникновений, целью которых могут являться, например, деактивация интеллектуальной системы, повреждение или изменение критически важных для ее штатного функционирования данных, извлечение (организация утечки) конфиденциальной информации и т.п.);

– зависимость работоспособности нейросетевых программных продуктов и качества генерируемого ими цифрового контента от регулярной актуализации обучающего набора данных, количественно-качественных характеристик тренировочных датасетов и т.п. (к примеру, степень тематической или предметной ограниченности массивов данных для машинного обучения и анализа напрямую определяет способность ИИ-систем к генерализации своих «суждений»);

– недостаточно высокий уровень социальной ответственности разработчиков программ с элементами искусственного интеллекта [26. С. 37–38], негативно отражающийся на качестве алгоритмизации процессов генерации и фильтрации противоправного, ложного, бесполезного, бессодержательного цифрового контента; недостаток профессионализма участвующих в создании «разумных» компьютерных онлайн-систем инженеров, оборачивающийся несовершенством программных кодов нейросетевых проектов [27. С. 11], чреватого наступлением непрогнозируемых отрицательных последствий при создании контента по пользовательским запросам;

– жесткая зависимость результатов генерации от общего вида заданного промпта (формулировка запроса к нейросетям может включать, например, описание контекста решаемой пользователем конкретной задачи, закрепление за ИИ-сервисом роли, требование совершения действий по инструкции, упоминание ориентирующих примеров, указание на предпочтительный вариант оформления результатов (в виде простого или структурированного текста, таблицы, краткого списка, «облака слов» и т.д.));

– языковые трудности, связанные, во-первых, с отсутствием русскоязычного интерфейса в ряде популярных нейросетевых разработок, во-вторых, с существенными различиями в показателях полноты, релевантности, корректности, качества композиционного членения генерируемого текстового контента на русском и английском языках;

– ограничения, вызванные неспособностью ряда цифровых проектов на базе генеративного искусственного интеллекта к учету контекста беседы с интернет-пользователем в процессе добавления к запросу уточняющих формулировок, а также другие недостатки.

Подведем итог. Применение нейросетевых технологий в музейной практике позволяет профессионалам отрасли делегировать программам с элементами самообучаемого машинного интеллекта часть не только типовых, шаблонных, но и широкий круг творческих и управленческих задач. Музейные специалисты получают доступ к мощному инновационному цифровому инструменту, который может найти эффективное применение в контексте деятельности по сохранению, изучению, актуализации и трансляции определенной социальной и культурной памяти. В числе конкретных целей применения нейросетей в музейном деле: автоматизация процесса создания полноценного творческого текстового, иллюстративного, аудио- и видеоконтента для корпоративных интернет-площадок музея; перевод аудио- и видеозаписей в текст (транскрибация); конструирование и тестирование музейных цифровых продуктов (приложений, гидов и т.п.); подготовка сценарной основы музейных событий; комплексный анализ различных данных о потребителях музейных услуг; обеспечение ознакомительного, образовательного, игрового взаимодействия удаленных пользователей с цифровыми копиями музейных предметов; формулировка прогнозов (например, развития управленческой ситуации) на основе анализа репрезентативных статистических данных и многие другие.

Вместе с тем необходимо учитывать многообразие факторов, препятствующих ускорению темпов интеграции нейросетевых технологий в музейное дело. В их числе, например, неоправданный консерватизм руководящих работников в вопросах технологического перевооружения отраслевой практики (вкуче с инертностью профессионального мышления части музейного персонала, обусловленной в том числе технологическим скепсисом, осознанием рисков увольнений или перепрофилирования на фоне сверхавтоматизации рабочих процессов), некоторая неопределенность перспектив государственной регуляции национального рынка продуктов на базе искусственного интеллекта, разочарование пользовательской аудитории в потенциале нейросетей (например, вследствие неудачного опыта взаимодействия с компьютерными платформами), низкая доля оригинальности предлагаемых ИИ-системами творческих решений (нейросети, по сути, создают «сложные компиляции» [33] т.е. воспроизводят варианты комбинаций уже «известных» им данных), спорное авторство контента «искусственного» происхождения [33–36] и др.

Решение о применении нейросетевых технологий для достижения целей музейной деятельности должно предваряться внимательной оценкой ее преимуществ и недостатков, степени соответствия качества результатов их работы ожиданиям и потребностям конкретного музейного учреждения. Можно предположить, что ввиду отсутствия комплексной отраслевой стратегии применения искусственных нейросетей в отечественном музейном деле сохранится профессиональная установка на их экспериментальную эксплуатацию во внутренних музейных процессах, внешней музейной коммуникации с пользовательской аудиторией.

Примечание

Страна, разработчик нейросети	Название нейросети	Премьера нейросети	Краткая характеристика возможностей применения нейросети в музейном деле
Россия, ПАО «Сбербанк России»	«Kandinsky»	Ноябрь 2021 г.	Общедоступная бесплатная русскоязычная диалоговая нейросеть для генерации оригинальных и имитирующих заданный стиль статичных реалистичных изображений сверхвысокой четкости (4К) и коротких видеороликов на основе текстовых запросов на естественном языке и предоставленного пользователем графического материала
США, «Midjourney, Inc.»	«Midjourney»	Июль 2022 г.	Популярный полудокоммерческий англоязычный сервис на основе машинного интеллекта, который создает реалистичные изображения по текстовому описанию пользователя на естественном языке, обеспечивает их стилизацию в соответствии с популярными художественными направлениями (способен к сложным комбинациям разных стилей в одном изображении), умеет «подражать» работам знаменитых художников, иллюстраторов, дизайнеров и фотографов; на бесплатной основе доступны 15 сеансов генерации изображений
США, «OpenAI, Inc.»	«ChatGPT»	Декабрь 2022 г.	Лидер в своем сегменте, полудокоммерческий мультиязычный многозадачный чат-бот открытого доступа на базе генеративно-искусственного интеллекта, способный создавать связанные объемные тексты в различных стилях, оригинальные изображения, анализировать разнородные данные для формулировки обоснованных прогнозов, успешно решать отдельные задачи программирования, проектировать веб-сайты, писать сценарии, пересказывать содержание видеороликов, формулировать «осмысленные» ответы на пользовательские вопросы, учитывая контекст разговора и многие другие
Россия, ПАО «Сбербанк России»	«GigaChat»	Апрель 2023 г.	Общедоступная бесплатная русско- и англоязычная диалоговая нейросеть, создающая по коротким пользовательским запросам изображения, тексты, программный код, решающая иные творческие задачи, учитывая историю взаимодействия с конкретным пользователем
Россия, ООО «Яндекс»	«YandexGPT»	Май 2023 г.	Русскоязычная большая языковая модель (чат-бот) свободного доступа с текстовым и голосовым диалоговым интерфейсом, ориентированная на выполнение широкого спектра сложных задач, среди которых: создание, литературная правка, форматирование текста по пользовательскому описанию, формулировка кратких пересказов текстов и видео, создание оригинальных полноцветных реалистичных изображений, поддержание беседы с пользователем любого возраста на естественном языке

Список источников

1. *Цифровая экономика* [Россия]: 2023. М., 2023. 120 с.
2. *Количество пользователей сети Интернет в России в 2010 г. увеличилось на 22% до 57 млн человек.* URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/27253/> (дата обращения: 01.06.2024).
3. *Плуготаренко С.А.* Рунет сегодня: аналитика, цифры, факты : отраслевой доклад (Поляны, 25 апреля 2015 г.); данные по итогам 19-го Российского интернет-форума и конференции «Интернет и бизнес» (22–24 апреля 2015 г.). 48 с. URL: <https://raec.ru/upload/files/rif15-plugitarenko.pdf> (дата обращения: 01.03.2024).
4. *Рост охвата граждан России интернетом. Рунет 30 сентября в пятнадцатый раз отметит День интернета в России* // РИА Новости. 2012. 30 сент. URL: <https://ria.ru/20120930/761976690.html> (дата обращения: 05.01.2024).
5. *Воронина Ю.* Число пользователей интернета в России выросло за год на 6 миллионов // Российская газета. 2016. 13 апр. URL: <https://rg.ru/2016/04/13/chislo-polzovatelej-interneta-v-rossii-vyroslo-za-god-na-6-millionov.html> (дата обращения: 01.03.2024).
6. *Бороздина Н.* [Цифровое] Медиапотребление [россиян]. 2022: [специальное исследование АО «Mediascope»]. [Москва], 2022. 16 с. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f11r3k24o0ju2jkak4_v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf (дата обращения: 05.01.2024).

7. *Mediascope*: россияне проводят в соцсетях в среднем один час в день. Пользователи 25–44 лет предпочитают «ВКонтакте», а молодежь верна «TikTok». URL: <https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-62983.html> (дата обращения: 05.01.2024).

8. *A Definition of AI: Main Capabilities and Scientific Disciplines*: [report of the European Union's High-Level Expert Group on Artificial Intelligence]. Brussels (European Union), 2018. 9 p. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=56341 (accessed: 07.06.2024).

9. *What is Artificial Intelligence (AI)?* URL: <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence> (accessed: 08.05.2024).

10. *What is a Neural Network?* URL: <https://www.ibm.com/topics/neural-networks> (accessed: 08.05.2024).

11. «*Нейростат*» выяснил, как россияне используют генеративные нейросети. URL: <https://yandex.ru/company/news/03-21-03-2024> (дата обращения: 19.05.2024).

12. *Генеративные модели и нормативное регулирование*: в РАЭК прошла встреча кластеров «РАЭК/AI» и «РАЭК/Privacy&LegalTech». URL: <https://raec.ru/live/branch/13755/> (дата обращения: 08.05.2024).

13. *Jouibari F.R., Faizi M., Khakzand M., Shekari M.J.* Navigation Behaviour of Visitors in Museums Based on Visibility Analysis and Neural Network Simulation // *Museum Management and Curatorship*. 2021. Vol. 36, № 1. P. 30–47. doi: 10.1080/09647775.2020.1773302

14. *Vidal D., Gaussier Ph.* A propos du robot Berenson: anthropologie et robotique : Conférence enregistrée au Salon de lecture Jacques Kerchache, le 19 avril 2012. URL: <https://www.quaibrany.fr/fr/explorer-les-collections/base/ Bibliography/action/show/notice/ 000228539-a- propos- du-robot-berenson-anthropologie-et-robotique-conference- enregistrée-au-salon-de-lecture-jacques-kerchache-le-19-avril-2012> (accessed: 12.05.2024).

15. *Bile A., Tari H., Grinde A., Frasca F., Siani A.M., Fazio E.* Novel Model Based on Artificial Neural Networks to Predict Short-Term Temperature Evolution in Museum Environment // *Sensors*. 2022. Vol. 22, № 2. P. 615. doi: 10.3390/s22020615.

16. *Connect with [the US's Akron Art Museum's Digital Tour Guide] 'Dot'*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zFCcsvaeh-s&ab_channel=AkronArtMuseum (accessed: 18.05.2024).

17. *Lee D.* Deepfake Salvador Dali Takes Selfies with Museum Visitors // *The Verge*. 2019. May 10. URL: <https://www.theverge.com/2019/5/10/18540953/salvador-dali-lives-deepfake-museum> (accessed: 18.05.2024).

18. *Davis N.* Tate Britain Project Uses AI to Pair Contemporary Photos with Paintings // *The Guardian*. 2016. Aug. 28. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/aug/28/tate-britain-project-recognition-artificial-intelligence-photography-paintings> (accessed: 30.06.2024).

19. *Парфёнов В.* В Эрмитаж приняли на работу искусственный интеллект. URL: <https://www.techinsider.ru/editorial/558724-v-ermitazh-prinyali-na-rabotu-iskusstvennyy-intellekt/> (дата обращения: 18.05.2024).

20. *В Музее Набокова* открылась выставка картин, созданных нейросетью в соавторстве с учеными ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/news/life/595539556.html> (дата обращения: 19.05.2024).

21. [Каталог выставки «Nabokov Clip Art: нейросеть иллюстрирует Набокова» (8 апреля – 16 мая 2024 г.) Музея Владимира Набокова (г. Санкт-Петербург)]. URL: <https://ar.culture.ru/ru/museum-catalog/muzej-vv-nabokova> (дата обращения: 19.05.2024).

22. *Русский музей* запустил собственную нейросеть в сообществе «ВКонтакте». URL: <https://rusmuseum.ru/news/russkiy-muzej-zapustil-sobstvennyuyu-neyroset-v-soobshchestve-vkontakte/> (дата обращения: 18.05.2024).

23. *Выставка «Возрожденная коллекция»* [в Воронежском областном художественном музее им. И.Н. Крамского]. URL: <https://mkram.ru/ru/2023/11/27/vystavka-vozhrozhennaya-kolleksiya-0/> (дата обращения: 19.05.2024).

24. *В Русском музее* открылась выставка сгенерированных нейросетью рисунков // *Российская газета*. 2024. 12 февр. URL: <https://rg.ru/2024/02/12/reg-szfo/kartina-ot-ii.html> (дата обращения: 11.05.2024).

25. *Намиот Д.Е., Ильюшин Е.А., Чижов И.В.* Искусственный интеллект и кибербезопасность // *International Journal of Open Information Technologies*. 2022. Т. 10, № 9. С. 135–147.

26. *Леишквич Т.Г.* Парадокс доверия к искусственному интеллекту и его обоснование // *Философия науки и техники*. 2023. Т. 28, № 1. С. 34–47. doi: 10.21146/2413-9084-2023-28-1-34-47

27. *Аветисян А.* Доверенный искусственный интеллект: вызовы и перспективы. М., 2023. 18 с. URL: https://rannks.ru/upload/iblock/d1f/231014_aetisian_presentation.pdf (дата обращения: 06.01.2024).

28. *Rawte V., Chakraborty S., Pathak A., Sarkar A., Towhidul S., Tonmoy S.M.I., Chadha A., Sheth A.P., Das A.* The Troubling Emergence of Hallucination in Large Language Models – An Exten-

sive Definition, Quantification, and Prescriptive Remediations // Proceedings of the 2023 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing [(Singapore, December 6th–10th, 2023)]. Singapore : Association for Computational Linguistics, 2023. P. 2541–2573. doi: 10.18653/v1/2023.emnlp-main.155

29. Binns R. Fairness in Machine Learning: Lessons from Political Philosophy // Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. New York, Proceedings of Machine Learning Research, 2018. Vol. 81. P. 1–11.

30. Rozad D. The Political Biases of ChatGPT // Social Sciences. 2023. Vol. 12, № 148. P. 1–8. doi: 10.3390/socsci12030148

31. Edwards Ph. Why AI Art Struggles with Hands? And How Can It Get Better? // Vox. 2023. Apr 4th. URL: <https://www.vox.com/videos/2023/4/4/23669625/ai-data-learning-hands-difficulty-patterns> (accessed: 11.01.2024).

32. Merdas H.M. Intellectual Laziness and Artificial Intelligence // Brain Science and Neurosurgery. 2024. Vol. 1, № 1. P. 1–2. doi: 10.1875/bsn.2024/002

33. Беспамятнова П. Чье право: юристы пытаются понять, кому принадлежит контент, создаваемый нейросетями // Российская газета. 2023. 30 янв. URL: <https://rg.ru/2023/01/30/che-pravo-iuristy-pytaiutsia-poniat-komu-prinadlezhit-kontent-sozdavaemyj-nejrosetiami.html> (дата обращения: 06.07.2024).

34. De Vinck G. AI Learned from Their Work. Now They Want Compensation : A Rising Movement of Artists and Authors are Suing Tech Companies for Training AI on their Work Without Credit or Payment // The Washington Post. 2023. July 16. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/16/ai-programs-training-lawsuits-fair-use/> (accessed: 07.07.2024).

35. De Vinck G. 8 Major Newspapers Join Legal Backlash against OpenAI, Microsoft : The Chicago Tribune, New York Daily News and Six Other Dailies Accused the Tech Companies of Taking Their Work to Train AI Algorithms // The Washington Post. 2024. Apr. 30. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/04/30/chicago-tribune-open-ai-microsoft-lawsuit/> (accessed: 07.07.2024).

36. De Vinck G. Record Companies Sue AI Music Generators Suno, Udio : The Lawsuits from “Sony”, “Warner” and “UMG” Allege AI Companies Trained Their Tools on Copyrighted Songs without Payment or Permission // The Washington Post. 2024. June 24. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/06/24/suno-lawsuit-udio-sony-warner-umg-copyright/> (accessed: 07.07.2024).

References

1. Russian Federation. (2023) *Tsifrovaya ekonomika [Rossii]* [Digital Economy [of Russia]]. Moscow: [s.n.].

2. Russian Federation. (n.d.) *Kolichestvo pol'zovateley seti Internet v Rossii v 2010 g. uvelichilos' na 22% do 57 mln chelovek* [The Number of Internet Users in Russia in 2010 Increased by 22% to 57 Million People]. [Online] Available from: <https://digital.gov.ru/ru/events/27253/> (Accessed: 1st June 2024).

3. Plugotarenko, S.A. (2015) *Runet segodnya: analitika, tsifry, fakty: otraslevoy doklad (Polyany, 25 aprelya 2015 g.); dannye po itogam 19-go Rossiyskogo internet-foruma i konferentsii "Internet i biznes" (22–24 aprelya 2015 g.)* [Runet Today: Analytics, Figures, Facts: Industry Report (Polyany, April 25, 2015); data from the 19th Russian Internet Forum and Conference “Internet and Business” (April 22–24, 2015)]. [Online] Available from: <https://raec.ru/upload/files/rif15-plugitarenko.pdf> (Accessed: 1st March 2024).

4. *RIA Novosti*. (2012) Rost okhvata grazhdan Rossii internetom. Runet 30 sentyabrya v pyatnadsatyy raz otmetit Den' interneta v Rossii [Growth of coverage of Russian citizens by the Internet. Runet will celebrate Internet Day in Russia for the fifteenth time on September 30]. 30th September. [Online] Available from: <https://ria.ru/20120930/761976690.html> (Accessed: 5th January 2024).

5. Voronina, Yu. (2016) Chislo pol'zovateley interneta v Rossii vyroslo za god na 6 millionov [The number of Internet users in Russia has grown by 6 million in a year]. *Rossiyskaya gazeta*. 13th April. [Online] Available from: <https://rg.ru/2016/04/13/chislo-polzovatelej-interneta-v-rossii-vyroslo-za-god-na-6-millionov.html> (Accessed: 1st March 2024).

6. Borozdina, N. (2022) *[Tsifrovoe] Mediapotreblenie [rossiyan]. 2022: [spetsial'noe issledovanie AO "Mediascope"]* [[Digital] Media consumption [of Russians]. 2022: [special study of JSC Mediascope]]. [Online] Available from: https://mediascope.net/upload/iblock/883/fl1r3k24o0ju2jkk4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLЕНИЕ_DIGITAL_14092022.pdf (Accessed: 5th January 2024).

7. Sostav.ru. (n.d.) *Mediascope: rossiyane provodyat v sotssetyakh v srednem odin chas v den'. Pol'zovateli 25–44 let predpochitayut "VKontakte", a molodezh' verna "TikTok"* [Mediascope: Russians spend an average of one hour a day on social networks. Users aged 25–44 prefer VKontakte, while young people are loyal to TikTok]. [Online] Available from: <https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-62983.html> (Accessed: 5th January 2024).

8. European Union. (2018) *A Definition of AI: Main Capabilities and Scientific Disciplines: [report of the European Union's High-Level Expert Group on Artificial Intelligence]*. Brussels, European Union. [Online] Available from: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=56341 (Accessed: 7th June 2024).

9. IBM. (n.d.) *What is Artificial Intelligence (AI)?* [Online] Available from: <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence> (Accessed: 8th May 2024).

10. IBM. (n.d.) *What is a Neural Network?* [Online] Available from: <https://www.ibm.com/topics/neural-networks> (Accessed: 8th May 2024).

11. Yandex. (2024) *"Neyrostat" vyясnil, kak rossiyane ispol'zuyut generativnye neyroseti* ["Neurostat" found out how Russians use generative neural networks]. [Online] Available from: <https://yandex.ru/company/news/03-21-03-2024> (Accessed: 19th May 2024).

12. RAEC. (n.d.) *Generativnye modeli i normativnoe regulirovanie: v RAEK proshla vstrecha klasterov "RAEK/AI" i "RAEK/Privacy&LegalTech"* [Generative models and regulatory framework: a meeting of the "RAEC/AI" and "RAEC/Privacy&LegalTech" clusters was held at RAEC]. [Online] Available from: <https://raec.ru/live/branch/13755/> (Accessed: 8th May 2024).

13. Jouibari, F.R., Faizi, M., Khakzand, M. & Shekari, M.J. (2021) Navigation Behaviour of Visitors in Museums Based on Visibility Analysis and Neural Network Simulation. *Museum Management and Curatorship*. 36(1). pp. 30–47. DOI: 10.1080/09647775.2020.1773302

14. Vidal, D. & Gaussier, Ph. (2012) *A propos du robot Berenson: anthropologie et robotique*. Conférence enregistrée au Salon de lecture Jacques Kerchache, le 19 avril 2012. [Online] Available from: <https://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections/base/Bibliography/action/show/notice/000228539-a-propos-du-robot-berenson-anthropologie-et-robotique-conference-enregistree-au-salon-de-lecture-jacques-kerchache-le-19-avril-2012> (Accessed: 12th May 2024).

15. Bile, A., Tari, H., Grinde, A., Frasca, F., Siani, A. M. & Fazio, E. (2022) Novel Model Based on Artificial Neural Networks to Predict Short-Term Temperature Evolution in Museum Environment. *Sensors*. 22(2). p. 615. DOI: 10.3390/s22020615

16. Youtube.com. (n.d.) *Connect with [the US's Akron Art Museum's Digital Tour Guide] 'Dot'*. [Online] Available from: https://www.youtube.com/watch?v=zFCcsvaeh-s&ab_channel=AkronArtMuseum (Accessed: 18th May 2024).

17. Lee, D. (2019) Deepfake Salvador Dali Takes Selfies with Museum Visitors. *The Verge*. 10th May. [Online] Available from: <https://www.theverge.com/2019/5/10/18540953/salvador-dali-lives-deepfake-museum> (Accessed: 18th May 2024).

18. Davis, N. (2016) Tate Britain Project Uses AI to Pair Contemporary Photos with Paintings. *The Guardian*. 28th August. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/aug/28/tate-britain-project-recognition-artificial-intelligence-photography-paintings> (Accessed: 30th June 2024).

19. Parfenov, V. (n.d.) *V Ermitazh prinyali na rabotu iskusstvennyy intellect* [Artificial intelligence has been hired by the Hermitage]. [Online] Available from: <https://www.techinsider.ru/editorial/558724-v-ermitazh-prinyali-na-rabotu-iskusstvennyy-intellekt/> (Accessed: 18th May 2024).

20. HSE. (n.d.) *V Muzee Nabokova otkrylas' vystavka kartin, sozdannykh neyroset'yu v soavtorstve s uchenymi VShE* [An exhibition of paintings created by a neural network in collaboration with HSE scientists has opened at the Nabokov Museum]. [Online] Available from: <https://www.hse.ru/news/life/595539556.html> (Accessed: 19th May 2024).

21. The Vladimir Nabokov Museum. (2024) *Katalog vystavki "Nabokov Clip Art: neyroset' ilyustriruet Nabokova" (8 aprelya – 16 maya 2024 g.)* [Catalogue of the exhibition "Nabokov Clip Art: a neural network illustrates Nabokov" (April 8 – May 16, 2024)]. [Online] Available from: <https://ar.culture.ru/ru/museum-catalog/muzey-vv-nabokova> (Accessed: 19th May 2024).

22. The Russian Museum. (n.d.) *Russkiy muzey zapustil sobstvennyyu neyroset' v soobshchestve "VKontakte"* [The Russian Museum launched its own neural network in the community in VKontakte]. [Online] Available from: <https://rsmuseum.ru/news/russkiy-muzey-zapustil-sobstvennyyu-neyroset-v-soobshchestve-vkontakte/> (Accessed: 18th May 2024).

23. The I.N. Kramskoy Voronezh Regional Art Museum. (2023) *Vystavka "Vozrozhdannaya kolleksiya"* [Exhibition "Revived Collection"]. [Online] Available from: <https://mkram.ru/ru/2023/11/27/vystavka-vozrozhdannaya-kolleksiya-0/> (Accessed: 19th May 2024).

24. *Rossiyskaya gazeta*. (2024) V Russkom muzee otkrylas' vystavka sgenerirovannykh neyroset'yu risunkov [An exhibition of drawings generated by a neural network has opened at the Russian Museum]. 12th February. [Online] Available from: <https://rg.ru/2024/02/12/reg-szfo/kartina-ot-ii.html> (Accessed: 11th May 2024).

25. Namiot, D.E., Ilyushin, E.A. & Chizhov, I.V. (2022) Iskusstvennyy intellekt i kiberbezopasnost' [Artificial Intelligence and Cybersecurity]. *International Journal of Open Information Technologies*. 10(9). pp. 135–147.

26. Leshkevich, T.G. (2023) Paradoks doveriya k iskusstvennomu intellektu i ego obosnovanie [The Paradox of Trust in Artificial Intelligence and Its Justification]. *Filosofiya nauki i tekhniki*. 28(1). pp. 34–47. DOI: 10.21146/2413-9084-2023-28-1-34-47

27. Avetisyan, A. (2023) *Doverennyy iskusstvennyy intellekt: vyzovy i perspektivy* [Trusted Artificial Intelligence: Challenges and Prospects]. Moscow: [s.n.]. [Online] Available from: https://rannks.ru/upload/iblock/d1f/231014_aetisian_presentation.pdf (Accessed: 6th January 2024).

28. Rawte, V., Chakraborty, S., Pathak, A., Sarkar, A., Towhidul, S., Tonmoy, S.M.I., Chadha, A., Sheth, A.P. & Das, A. (2023) The Troubling Emergence of Hallucination in Large Language Models – An Extensive Definition, Quantification, and Prescriptive Remediations. *Proceedings of the 2023 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. Singapore, December 6–10, 2023. Singapore: Association for Computational Linguistics. pp. 2541–2573. DOI: 10.18653/v1/2023.emnlp-main.155

29. Binns, R. (2018) Fairness in Machine Learning: Lessons from Political Philosophy. *Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, New York, Proceedings of Machine Learning Research*. 81. pp. 1–11.

30. Rozad, D. (2023) The Political Biases of ChatGPT. *Social Sciences*. 12(148). pp. 1–8. DOI: 10.3390/socsci12030148

31. Edwards, Ph. (2023) Why AI Art Struggles with Hands? And How Can It Get Better? *Vox*. 4th April. [Online] Available from: <https://www.vox.com/videos/2023/4/4/23669625/ai-data-learning-hands-difficulty-patterns> (Accessed: 11th January 2024).

32. Merdas, H.M. (2024) Intellectual Laziness and Artificial Intelligence. *Brain Science and Neurosurgery*. 1(1). pp. 1–2. DOI: 10.1875/bsn.2024/002

33. Bespamyatnova, P. (2023) Ch'e pravo: yuristy pytayutsya ponyat', komu prinadlezhit kontent, sozdavaemyy neyroset'yami [Whose right: lawyers are trying to understand who owns the content created by neural networks]. *Rossiyskaya gazeta*. 30th January. [Online] Available from: <https://rg.ru/2023/01/30/che-pravo-iuristy-pytaiutsia-poniat-komu-prinadlezhit-kontent-sozdavaemyj-nejrosetiyami.html> (Accessed: 6th July 2024).

34. De Vinck, G. (2023) AI Learned from Their Work. Now They Want Compensation: A Rising Movement of Artists and Authors are Suing Tech Companies for Training AI on their Work Without Credit or Payment. *The Washington Post*. 16th July. [Online] Available from: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/07/16/ai-programs-training-lawsuits-fair-use/> (Accessed: 7th July 2024).

35. De Vinck, G. (2024) 8 Major Newspapers Join Legal Backlash against OpenAI, Microsoft: The Chicago Tribune, New York Daily News and Six Other Dailies Accused the Tech Companies of Taking Their Work to Train AI Algorithms. *The Washington Post*. 30th April. [Online] Available from: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/04/30/chicago-tribune-open-ai-microsoft-lawsuit/> (Accessed: 7th July 2024).

36. De Vinck, G. (2024) Record Companies Sue AI Music Generators Suno, Udio: The Lawsuits from “Sony”, “Warner” and “UMG” Allege AI Companies Trained Their Tools on Copyrighted Songs without Payment or Permission. *The Washington Post*. 24th June. [Online] Available from: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/06/24/suno-lawsuit-udio-sony-warner-umg-copyright/> (Accessed: 7th July 2024).

Сведения об авторах:

Фролова А.С. – кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотековедения и информационных технологий Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия). E-mail: rus.librarian@yandex.ru

Балашова Е.В. – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой библиотековедения и информационных технологий Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия). E-mail: balash_elena@list.ru

Куран М.С. – старший преподаватель кафедры библиотековедения и информационных технологий Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия). E-mail: kuran@mail.ru

Моргачев К.П. – аналитик научно-исследовательской лаборатории «Культурное наследие Алтая» кафедры музеологии и туризма Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия). E-mail: morgachevk@gmail.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about authors:

Frolova A.S. – Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russian Federation). E-mail: rus.librarian@yandex.ru

Balashova E.V. – Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russian Federation). E-mail: balash_elena@list.ru

Kuran M.V. – Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russian Federation). E-mail: kuran@mail.ru

Morgachev K.P. – Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russian Federation). E-mail: morgachevk@gmail.com

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 06.07.2024;
одобрена после рецензирования 27.11.2024; принята к публикации 15.05.2025.*

*The article was submitted 06.07.2024;
approved after reviewing 27.11.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

ПУБЛИКАЦИИ И РЕЦЕНЗИИ

Научная статья

УДК 82-95

doi: 10.17223/22220836/58/22

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ ВОЛЬФГАНГА МЮЛЛЕР-ФУНКА «ЖЕСТОКОСТЬ. ИСТОРИЯ НАСИЛИЯ В КУЛЬТУРЕ И СУДЬБАХ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА»

Никита Александрович Кутявин

*Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия,
nikitakutyavin@yandex.ru*

Благодарности: Исследование выполнено в рамках госзадания Министерства науки и высшего образования РФ FEWS-2024-0005 «Исследование и разработка методологических и теоретических подходов по формированию патриотизма и профилактике конфликтного и деструктивного поведения молодежи и в условиях современного кризиса в России».

Для цитирования: Кутявин Н.А. Рецензия на книгу Вольфганга Мюллер-Функа «Жестокость. История насилия в культуре и судьбах человечества» // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2025. № 58. С. 263–267. doi: 10.17223/22220836/58/22

PUBLICATIONS AND REVIEWS

Original article

REVIEW OF WOLFGANG MULLER-FUNK'S BOOK “CRUELTY: THE HISTORY OF VIOLENCE IN CULTURE AND FATE OF HUMANITY”

Nikita A. Kutyavin

*Udmurt State University, Izhevsk, Russian Federation,
nikitakutyavin@yandex.ru*

Acknowledgments: The study was made within the framework of the state task of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation FEWS-2024-0005 “Research and development of methodological and theoretical approaches to the formation of patriotism and prevention of conflict and destructive behavior of young people in the context of the current crisis in Russia”.

For citation: Kutyavin N.A. (2025) Review of Wolfgang Muller-Funk's book “Cruelty: The history of violence in culture and fate of humanity”. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 58. pp. 263–267. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/58/22

В XXI в. насилие все еще остается серьезным вызовом для человечества. Огромное количество исследователей, от Конрада Лоренца до Ричарда Рэнгема и от Эриха Фромма до Марка Юргенсмейера, как естественников, так и социогуманитариев, стремилось описать феномен насилия в природе и обществе, выявить его корни и придумать способы его ограничения, преодоления или сублимации. Выработан целый ряд подходов к проблеме, включающий в себя объяснительные схемы в духе биологического редукционизма, психоанализа или антропологической теории миметического соперничества.

Учитывая важность этой темы, каждая связанная с ней переводная научная работа заслуживает хотя бы минимального внимания и включения в отечественный академический контекст. Не является исключением и монография Вольфганга Мюллер-Функа, в оригинале опубликованная на немецком языке в 2022 г., но уже через год переведенная на русский язык Д.С. Дамте и вышедшая в издательстве АСТ. Таким образом, перед нами один из свежих образцов западного осмысления проблемы насилия.

Рецензируемое издание является первой переведенной в России книгой автора, поэтому имеет смысл сказать о нем пару слов. Согласно опубликованному в открытом доступе резюме, базовое образование исследователь получил в Мюнхенском университете, где изучал германистику, историю, философию и испанский язык. Там же в 1980 г. он получил степень магистра по германистике и истории, а затем под научным руководством Ренате фон Хайдебранд защитил диссертацию, посвященную творчеству писателя Лиона Фейхтвангера. После этого в 1993 г. в австрийском Университете Клагенфурта он защитил еще одну диссертацию (хабилитационную) по литературоведению и философии по теме «Опыт и эксперимент. Исследования по теории и истории эссеизма». В 1995 г. она вышла в качестве книги. Можно заключить, что В. Мюллер-Функ является одним из тех исследователей, чьи интересы затрагивают одновременно множество дисциплин. Обычно его сферу исследований определяют как литературоведение или культурология.

Предлагаемая рецензия посвящена книге «Жестокость. История насилия в культуре и судьбах человечества». В ней В. Мюллер-Функ, несмотря на обращение к большому количеству литературных объектов исследования, выступает скорее в своей культурологической ипостаси. При знакомстве с работой становится очевидным, что методология автора вдохновлена теоретиками, относящимися прежде всего к сферам социологии и антропологии. Среди них Мишель Фуко, у которого позаимствован основной метод анализа дискурсов, а также Марсель Энафф и Рене Жирар, чьи работы, посвященные проблеме насилия, широко известны, в том числе и в России. Человек, знакомый с трудами Жирара, увидит некоторое количество омажей в адрес этого антрополога со стороны автора, например, в его кратком анализе произведения Стендаля «Красное и черное» [1. С. 62–66], явно вдохновленном работой Жирара «Ложь романтизма и правда романа». Исследователь также отдает дань социально-психологическим и психоаналитическим интерпретациям. Не удивительно, что на с. 14 автор пишет, что «психология и антропология – две дисциплины, в которых, вероятно, с наибольшей непредвзятостью рассматривается феномен расчетливого насилия, его значение и функция в психическом устройстве человека». Также в работе используется литературоведческий метод «медленного чтения» (англ. *close reading*). Наконец, периодически

в работе всплывает имя Ханны Арендт и возникают отсылки на ее концепции тоталитаризма, банальности зла и различие власти и насилия как противоположных категорий.

Важной отличительной чертой рецензируемого исследования является то, что В. Мюллер-Функ сдвигает фокус внимания с насилия в целом на его частную форму – жестокость, определяемую им следующим образом: «Жестокость – это наиболее радикальная форма негативного отношения к другому, направленная на то, чтобы устранить его или ее как нарушителя спокойствия в реальном и символическом смысле. При этом другой человек становится объектом извращенного желаяния, которое реализуется в насильственных действиях или наказании...» [1. С. 18–19]. Жестокость также существует не сама по себе, ей сопутствуют дискурсы, в рамках которой она получает свое обоснование и оправдание. Они и оказываются в книге основным объектом исследования.

Книга наряду с введением, авторскими благодарностями и библиографией включает в себя 12 глав. Первая является вводной, в ней изложены теоретические взгляды автора. Каждая следующая глава посвящена одной или нескольким личностям, большинство из которых писатели (Роберт Музиль, Эрнст Юнгер, Элиас Канетти, Уильям Шекспир, маркиз де Сад, Исмаил Кадаре, Артур Кестлер, Марио Варгас Льюса, Жан Амери), но есть среди них философы и ученые-гуманитарии (Мишель де Монтень, Фридрих Ницше, Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно, Ролан Барт, Рене Жирар, Зигмунд Фрейд), а также историки, мыслители и путешественники далекого прошлого (Сенека, Геродот, Ибн Баттута). Произведения перечисленных авторов и подвергаются в работе дискурсивному анализу.

Структура работы во многом предопределена склонностью В. Мюллер-Функа к жанру эссе. Хотя исследование объединено общей тематикой и методологией, его хронологические и географические рамки не заданы заранее и автор свободно «перемещается» во времени из современности в древний Рим или на средневековый Восток, а затем обратно в современность. Так, в одной главе могут соседствовать Монтень и Сенека или Элиас Канетти и Ибн Баттута.

В книге представлены разнообразные ситуации, позаимствованные из художественной литературы, публицистики и исторических источников. Все они так или иначе связаны с темой жестокости, которая проявляется в таких сферах, как образование, политика, колониализм, пенитенциарная система или архаические традиции ритуалов и кровной мести. Перед читателем предстают эпизоды как индивидуального, так и системного насилия. Перечисление всех этих ситуаций рискует перейти в дословный пересказ книги, поэтому ниже будут приведены лишь три примера размышлений автора над проблемой жестокости.

Во второй главе В. Мюллер-Функ анализирует произведение Р. Музиля «Душевные смуты воспитанника Терлеса», где трое одноклассников издеваются над четвертым. Они шантажируют его тем, что знают о его воровстве, за которое он мог бы быть изгнан из школы. Как результат, жертва не оказывает сопротивления. Однако школьники, выступающие в качестве мучителей, вовсе не рассматривают издевательства как наказание за проступок, а скорее видят в своей жертве объект для экспериментов: «В этом случае главное – это

необходимость страданий другого, а мотив мести, в котором все еще присутствует момент реципрокности, является лишь предлогом» [1. С. 82]. Таким образом, юноша становится жертвой жестокости через «символический обмен, передачу души и тела в обмен на молчание» [1. С. 82]. Здесь автор, очевидно, использует антропологическую терминологию для объяснения того, почему один человек позволяет другим совершать насильственные действия в отношении себя. Также он обращает внимание и на гендерную составляющую жестокости, так как один из мучителей демонстрирует свое стремление пройти мужскую социализацию через преодоление в себе чувств жалости и сострадания, кажущихся проявлениями слабости [1. С. 86].

В четвертой главе одним из объектов исследования становится философское наследие Сенеки, древнеримского философа-стоика, который был наставником императора Нерона. Имя Нерона стало в истории одним из синонимов тирании и жестокости, и тем интереснее взглянуть на то, как его учитель пытался привить своему ученику *clementia* – умеренность и мягкосердечие: «Сенека использует стратегию двойного дна: он представляет Нерону безмянного тирана в качестве устрашающего примера и предполагает, что Нерон хотел бы стать копией этого властителя... Он как бы предлагает зеркало Нерону, чтобы направить его нарциссизм в иное русло, чем у жестокого правителя, который появляется на страницах трактата» [1. С. 141].

Разумеется, исследование жестокости не могло бы обойтись без попытки проанализировать феномен Третьего Рейха и его репрессивной системы, которой посвящена одиннадцатая глава. Можно согласиться с автором в том, что «национал-социализм – это, вероятно, наиболее подробно описанное коллективное преступление из всех, когда-либо происходивших в человеческой истории» [1. С. 369]. Основными источниками для В. Мюллер-Функа здесь оказываются произведения Жана Амери, еврейско-австрийского писателя и публициста, ставшего жертвой нацистских пыток. Амери пишет о том, что ситуация насильственного контакта, избиения приводит к потере чувства доверия к миру: «С первым ударом полицейского кулака, от которого нельзя защититься и который не отпаривает дружеская рука, часть нашей жизни заканчивается и никогда уже не возродится» [1. С. 337]. В пытках и садизме как отрицании «социального принципа и принципа реальности» [1. С. 380] он видит суть национал-социализма. Как утверждает В. Мюллер-Функ, «всякая пытка представляет собой оскорбительный акт близости, цель которого намного больше, чем причинение боли. А именно: интимность, к которой принуждает мучитель, направлена на разрушение психики» [1. С. 375–376].

Подводя итоги, можно сказать, что рецензируемая книга будет интересна всем, кого волнует проблема жестокости, как литературоведам, так и антропологам, психоаналитикам, педагогам и историкам. Каждый сможет найти в ней интересные сюжеты и мысли. Конечно, по теме каждой из глав этой книги можно было бы написать намного больше, чем эссе на 20 или 30 страниц, но тем плодотворнее может стать знакомство с этой книгой для тех, кто будет готов взяться за подобную работу. Но стоит помнить предостережение В. Мюллер-Функа, с которого начинается его труд: «Исследование этой мрачной темы угрожает нашему собственному душевному состоянию, тянет нас в ад невыразимого, который в религии и метафизике описывается как зло *par excellence*» [1. С. 11].

Список источников

1. Мюллер-Функ В. Жестокость. История насилия в культуре и судьбах человечества / пер. с нем. Д.С. Дамте. М. : АСТ, 2023. 416 с.

References

1. Muller-Funk W. (2023) *Zhestokost'. Istoriya nasiliya v kul'ture i sud'bah chelovechestva* [Cruelty: The History of Violence in Culture and Fate of Humanity]. Moscow: AST.

Сведения об авторе:

Кутявин Н.А. – ассистент, младший научный сотрудник Института социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета (Ижевск, Россия). E-mail: nikitakutyavin@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Kutyavin N.A. – Udmurt State University, assistant, junior research fellow at the Social Communications Institute (Izhevsk, Russian Federation). E-mail: nikitakutyavin@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 22.10.2024;
одобрена после рецензирования 01.11.2024; принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 22.10.2024;
approved after reviewing 01.11.2024; accepted for publication 15.05.2025.*

Научный журнал

**ВЕСТНИК ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

КУЛЬТУРОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ
2025. № 58

Редактор *В.Г. Лихачева*

Оригинал-макет *О.А. Турчинович*

Дизайн обложки *Яна Якобсона* (проект «Пресс-интеграл»,
факультет журналистики ТГУ)

Учредитель Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Национальный исследовательский
Томский государственный университет»

Подписано в печать 17.06.2025 г. Дата выхода в свет 10.07.2025 г.

Формат 70x100¹/₁₆. Печ. л. 16,8; усл. печ. л. 21,8; уч.-изд. л. 23.

Тираж 50 экз. Заказ № 6362. Цена свободная.

Адрес издателя и редакции: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36
Томский государственный университет

Издание отпечатано на оборудовании Издательства
Томского государственного университета
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, тел. 8(382-2) 53-15-28; 52-98-49
<http://publish.tsu.ru>; e-mail: rio.tsu@mail.ru