

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МУРМАНСКИЙ АРКТИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Материалы
III Международного форума

27-29 ноября 2019 года



МУРМАНСК
2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МУРМАНСКИЙ АРКТИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ
АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА:
ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Материалы
III Международного форума

27-29 ноября 2019 года

МУРМАНСК
2021

УДК 008:7(082)
ББК 30.18я43
К 79

Печатается по решению Научно-технического Совета Мурманского арктического государственного университета

Рекомендовано к печати кафедрой искусств и дизайна Мурманского арктического государственного университета (протокол № 2 от 25.09.2020 г.)

Редколлегия: **Е.Ю. Терещенко**, доктор культурологии, заведующий кафедрой искусств и дизайна ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» (отв. ред.);
З.Ю. Желнина, кандидат философских наук, заведующий кафедрой сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет»;
Т.В. Белевских, кандидат экономических наук, директор Института креативных индустрий и предпринимательства, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет»

Коллектив авторов

Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития: материалы III Международного форума, 27-29 ноября 2019 года / отв. ред. Е.Ю. Терещенко. – Мурманск: МАГУ, 2021. – 202 с.

В сборнике представлены материалы, посвященные развитию креативных индустрий Арктического региона, а также опыт реализации социокультурных проектов в России и за рубежом. В статьях рассматриваются: арт-история и дизайн арктических территорий; арктическая урбанистика; туризм арктического мира; культурные тексты арктических городов. Материалы публикаций представляют интерес для специалистов в области искусства, дизайна, туризма, образования, менеджмента.

Печатается в авторской редакции.

ISBN 978-5-4222-0452-6

© Коллектив авторов, 2021
© ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», 2021

THE MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF THE RUSSIAN FEDERATION
MURMANSK ARCTIC STATE UNIVERSITY

**CREATIVE INDUSTRIES
OF THE ARCTIC REGION:
EXPERIENCE AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Proceedings of the
III International Forum

27-29 November 2019

MURMANSK
2021

UDC 008:7(082)
LBC 30.18я43
C 88

Issued by the Science and Engineering Research Board of Murmansk Arctic State University

Recommended for publishing by the Department of Arts and Design of Murmansk Arctic State University (report No. 2 from 25.09.2020)

Editorial board: **E.Yu. Tereshchenko**, Grand PhD in Culturology, Head of the Department of Arts and Design, Murmansk Arctic State University (editor-in-chief);
Z.Yu. Zhelnina, PhD in Philosophy, Head of the Department of Tourism and Consumer services, Murmansk Arctic State University;
T.V. Belevskikh, PhD in Economics, Director of the Institute of Creative Industries and Entrepreneurship, Murmansk Arctic State University

Composite authors

Creative industries of the Arctic region: experience and development prospects: proceedings of the III International Forum, 27-29 November, 2019 / [editor-in-chief E.Yu. Tereshchenko]. - Murmansk: MASU, 2021. - 202 p.

The collection contains proceedings that have been focused on the development of the creative industries of the Arctic region, as well as the experience of implementing socio-cultural projects in Russia and abroad. The articles are devoted to: art history and design of the Arctic territories; arctic urbanism; tourism of the arctic world; cultural texts of Arctic cities. The publications are of interest to specialists in the field of art, design, tourism, education, management.

Printed in the author's edition.

ISBN 978-5-4222-0452-6

© Composite authors, 2021
© Murmansk Arctic State University 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	9
Ашутова Т.В. III Международный форум «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития 2019».....	9
Абдиева А.Р. Креативный потенциал медиагалереи арктического искусства.....	13
Агаркова Э.П. Дизайнерское проектирование культурно-парковой зоны «Северная сказка».....	19
Ахметзянова И.С. Применение средств медиадизайна и световых технологий в городском пространстве.....	27
Батова Т.Р. Анализ колористики городской среды методами цветовой сегментации фотографического изображения.....	32
Берченко Т.В. Образ солнца в культуре коренных народов Российской Арктики.....	39
Бобкова М.А. Разработка проекта по оформлению входной группы подземного пешеходного перехода в городе Мурманске.....	48
Боровинская Д.Н. Подход к формированию креативного продукта: зарубежный опыт.....	58
Вэй Ф., Покровская Н.Н. Изучение и развитие культуры в Арктической зоне России: социокультурное сопровождение Ледяного Шелкового пути.....	65
Голов А.Г. Отечественные телевизионные сериалы как возможное средство привлечения туристов на Кольский полуостров.....	72
Демшина А.Ю. Формы презентации культурного наследия в дизайне XXI века.....	77

Ерохина Т.И. Современное театральное пространство: зарубежные и отечественные практики.....	85
Желнина З.Ю., Терещенко Е.Ю. Организация проектно-выставочной деятельности вуза в контексте развития креативных индустрий.....	89
Иванова Е.А. Обоснование идеи создания медиа-открыток о севере.....	99
Клюшкин И.В. Арктическая архитектура: история и современность.....	108
Козырева Е.И. Северный дизайн: вспоминая будущее.....	115
Котова Е.Ю. Событийный туризм как разновидность имиджевых культурных индустрий территории.....	124
Леонов И.В. Национальные образы мира и проблема их воспроизводства в сфере культурных индустрий.....	133
Махрова Э.В. Креативные стратегии современного музыкального театра.....	141
Михайлов Д.В. Хайкинг, треккинг и бэкпэкинг на Кольском Севере: сфера outdoor-практик Мурманской области.....	143
Трегубова А.К. Северный дизайн и проблемы его визуализации в рамках проекта «Арт-Арктика».....	152
Уткова М.А., Утков П.Ю. Эколого-экономическая безопасность как фактор управления инновационным развитием арктической урбанистики.....	157
Хашковский А.В. Метафизика циркумполярных сфер.....	166

Шевченко Н.А., Шевченко Г.И.	
Вопросы эстетической оценки авторской песни (на примере авторов Кольского Заполярья).....	171
Шишкина М.И.	
Разработка дизайна буклета из серии «Комфортно жить на Севере».....	178
Якимчук И.В.	
Современная музыкальная культура Кольского Севера.....	184
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	195

CONTENT

FOREWORD	9
Ashutova T.V. III International forum “Creative industries of the arctic region: experience and development prospects 2019”.....	9
Abdieva A.R. The creative potential of the media gallery of the arctic art.....	13
Agarkova E.P. The design engineering of the cultural and park zone “Northern fairy tale”.....	19
Akhmetzyanova I.S. The application of media design’s means and lighting technologies in the urban space.....	27
Batova T.R. The analysis of coloristics of the urban environment by methods of color segmentation of photo images.....	32
Berchenko T.V. The image of the sun in the culture of the indigenous peoples of the Russian Arctic.....	39
Bobkova M.A. The development of a project for the design of the entrance group of the pedestrian underpass in Murmansk.....	48
Borovinskaya D.N. The approach to formation of a creative product: foreign experience.....	58
Wei Feng, Pokrovskaja N.N. The study and development of culture in the Arctic zone of Russia: the support of sociocultural background of the Polar Silk road.....	65
Golov A.G. Domestic TV-series as a possible means of attracting tourists to the Kola Peninsula.....	72
Demshina A.Y. Features of the presentation of creative industries in the XXI century.....	77

Erokhina T.I.	
The modern theater space: foreign and domestic practices.....	85
Zhelkina Z.Yu, Tereshchenko E.Yu.	
The organization of design and exhibition activities of the university in the context of the development of creative industries.....	89
Ivanova E.A.	
The justification of the idea of creating media postcards about the North.....	99
Klyushkin I.V.	
The Arctic architecture: history and contemporary.....	108
Kozyreva E.I.	
The Northern design: remembering the future.....	115
Kotova E.Yu.	
The event tourism as a variety of trendy cultural industries of the territory.....	124
Leonov I.V.	
National images of the world and the problem of their reproduction in the field of cultural industries.....	133
Makhrova E.V.	
Creative strategies of a modern music theater.....	141
Mikhailov D.V.	
Hiking, trekking and backpacking in the Kola North: outdoor sphere of the Murmansk region.....	143
Tregubova A.K.	
The Northern design and the problems of its visualization in the framework of the project «Art-Arctic».....	152
Utkova M.A., Utkov P.Y.	
The ecological and economic safety as a factor of innovative development of Arctic urban studies.....	157
Khashkovsky A.V.	
The metaphysics of circumpolar spheres.....	166
Shevchenko N.A., Shevchenko G.I.	
Questions of the aesthetic evaluation of author's song (by the example of authors of the Kola Polar region).....	171

Shishkina M.I.

The design development of a booklet from a series “Comfortable to live in the North”178

Yakimchuk I.V.

The modern musical culture of the Kola North.....184

INFORMATION ABOUT AUTHORS.....199

ПРЕДИСЛОВИЕ

УДК 008
ББК 71.46

Т.В. Ашутова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

III МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 2019»

Аннотация. В статье рассматриваются итоги III Международного форума «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития», который объединил специалистов, страны и зарубежья, занятых проблемами и перспективами формирования ценностей и смыслов креативных индустрий циркумполярного мира. Результаты форума способствуют определению точек роста креативных индустрий в Арктическом регионе, достижению синергии творческих начинаний и инвестиций в устойчивое территориальное развитие. Участники форума внесли большой вклад в создание уникальных просветительских проектов, которые ориентированы на поддержку молодых талантов.

Ключевые слова: креативные индустрии, международный форум, Арктический регион.

T.V. Ashutova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

III INTERNATIONAL FORUM “CREATIVE INDUSTRIES OF THE ARCTIC REGION: EXPERIENCE AND DEVELOPMENT PROSPECTS 2019”

Abstract. The article examines the results of the III International Forum "Creative Industries of the Arctic Region: Experience and Development Prospects", which brought together specialists, countries and abroad, engaged in the problems and prospects for the formation of values and meanings of the creative industries of the circumpolar world are examined. The results of the forum contribute to the identification of points of growth for creative industries in the Arctic region, the achievement of synergy of creative initiatives and investments in sustainable territorial development. The forum participants made a great

contribution to the creation of unique educational projects that are focused on supporting young talents.

Key words: *creative industries, international forum, the Arctic region.*

27 – 29 ноября 2019 года в г. Мурманске прошёл III Международный форум «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития».

Форум объединил научные и творческие мероприятия, которые были выстроены таким образом, что участники и гости смогли включиться в работу на всех деловых площадках. На открытии и пленарном заседании III Международного форума был представлен творческий отчет по стратегическому проекту «Креативный город – территория развития», а также выступили спикеры, которые открыли дискуссию о векторах креативных индустрий в Арктическом регионе.

Форум обладает поддержкой со стороны министерств и ведомств региональной власти, муниципалитетов Мурманской области. В качестве экспертов на Форуме выступили специалисты арт-сообществ, представляющие креативные индустрии Москвы, Санкт-Петербурга, Петрозаводска, Калининграда, Великого Новгорода, Архангельска, Ярославля. Спикеры из-за рубежа представили такие страны как Индия, Англия, Финляндия, Норвегия, Китай, Канада.

На Форуме были проведены следующие мероприятия:

1. Митап «Арт-история и дизайн арктических территорий».
2. Дискуссионная площадка «КиноАрктика. Искусство+Индустрия или Индустрия VS Искусство».
3. Митап «Арктическая урбанистика».
4. Мастер-сессия «Креативные индустрии – траектории, кластеры, решения».
5. Митап «Медленный» туризм арктического мира.
6. Дискуссионная площадка «Культурные тексты арктических городов».

Митап – встреча-событие, где главным является не спикер, а тема для обсуждения, ожидаемым результатом становятся идеи для дальнейшего развития креативных проектов, нестандартных образовательных программ и новых форм коммуникаций. Встреча «Арт-история и дизайн арктических территорий» была посвящена обсуждению арт-истории и дизайна и построена вокруг задачи выявить закономерности формирования особого художественного образа арктических территорий. Для развития креативных индустрий важно было напомнить и по-новому прочесть картины, созданные на арктическом пленэре, увидеть, как повлияли открытия в изобразительном искусстве на дизайн-коды современных культурных индустрий, эстетику городских пространств и эмоциональное восприятие Арктики.

Участникам дискуссионной площадки «КиноАрктика. Искусство+Индустрия или Индустрия VS Искусство» была предложена дискуссия о взаимоотношениях искусства кино и киноиндустрии. Как живет и выживает «кино как искусство» в современном мире popcorn-cinema? «Фабрика грез» или фабрика клонов? «Независимое кино» в поисках зрителя? Кино «не для всех», а для кого? Кто финансирует, и кто смотрит «арт-хаус»? Государственная политика поддержки кино: что поддерживать и зачем? Инвестиции в кино и кино-меценатство. Как жить киноману вне Москвы и Санкт-Петербурга? Локальное кино в глобальном мире. Кино за полярным кругом. Специальные гости: Константин Бронзит и Алексей Янковский-Дьяконов.

Благополучие города, ландшафтный дизайн, создание открытых пространств с заданными свойствами – это были основные вопросы митапа «Арктическая урбанистика». В текущем периоде арктическая урбанистика в большей мере ставит вопросы, чем предлагает апробированные модели, но именно этот путь необходимо пройти для объединения усилий профессионалов, местного сообщества и даже критиков, скептически относящихся к долгосрочным планам «зеленых арктических городов», пешеходным кварталам, креативным кластерам и промышленным зонам как к привлекательным локациям для промышленного туризма. Также обсуждались темы о роли арктической урбанистики для создания уникальных решений для малых населенных пунктов Заполярья. Работа этой площадки была построена как диалог местного сообщества, творческих людей, представителей органов власти, а также предпринимателей индустрии туризма и гостеприимства.

Мастер-сессия «Креативные индустрии – траектории, кластеры, решения» раскрыла свои возможности для участников ремесленных кластеров, дизайнеров, организаций, поддерживающих малый бизнес, в том числе в креативных индустриях. Существуют ли трендсеттеры креативных индустрий? Может ли быть перенесен опыт ремесленных кластеров арктических территорий? Как материализуются креативные идеи в реальном бизнесе? Эти вопросы являлись ориентирами для дискуссии, в ходе обсуждения ресурсов и трендов креативных индустрий ожидаются презентации успешных проектов, выставочных пространств и продуктов, событий, стимулирующих креативное предпринимательство арктических регионов.

Митап «Медленный» туризм арктического мира был организован как встреча специалистов туристской индустрии. Арктический туризм в своих истоках относился к экстремальным и/или экспедиционным путешествиям, его маршруты были устремлены в высокие широты, а цели формулировались через концепты «покорение» или «преодоление». С течением времени туризм в арктических регионах становился всё

разнообразнее, его культурные направления все более «замедлялись», и в настоящее время актуальной стала идея отказа от насыщенной программы пребывания на маршруте или локации, в «медленном» туризме позиционируется задача погружения в местную культуру, природу для личного осмысления особенностей места. Можно обсуждать городские путешествия за полярным кругом, так как они раскрывают культурные коды эпохи XX века, а также притязания в Арктике со стороны арктических государств.

Дискуссионная площадка «Культурные тексты арктических городов» объединила культурологов, философов, социологов. Понятие «культурного текста» применительно к географическим пространствам достаточно давно было включено в парадигму отечественной философии и культурологии. Но важно то, что исследование культурных текстов как древних, так и современных дает новое прочтение ресурсов, трендов и противоречий культурных индустрий, что в свою очередь важно для устойчивого территориального развития.

На дискуссионной площадке обсуждались темы:

- зарубежный и российский опыт развития творческих и культурных индустрий в столичных, индустриальных, провинциальных, портовых и др. городах;
- социальные и культурные ресурсы, специфика ментального и эстетического освоения городских пространств;
- способы активации историко-культурных и создание современных культурных «текстов» в архитектурном пространстве городов;
- специфика развития культурных индустрий арктических городов.

Встреча была ориентирована на научный диалог, развитие понимания теоретических основ развития культурных и креативных индустрий.

Во время проведения Форума были представлены выставки творческих работ участников стратегического проекта «Креативный город – территория развития».

Представленный материал будет полезен для практической и научной деятельности специалистов в области креативных индустрий.

УДК 069.9:004.9(985)
ББК 79.2+85.127.5

А.Р. Абдиева
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИАГАЛЕРЕИ АРКТИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

***Аннотация.** Медиагалереи – новая культурная форма выставочной деятельности со своими особенностями и перспективными функциями. Они представляют собой интегративную культурную форму, отличающуюся структурным и функциональным разнообразием. В статье представлен авторский проект медиагалереи "MurmanArt". В целом, виртуальные галереи рассмотрены как значимый элемент современной культурно-досуговой среды, способствующий развитию творческих способностей, культурному обмену и общению пользователей.*

***Ключевые слова:** медиагалерея, современное искусство, искусство Арктики.*

A.R. Abdieva
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE CREATIVE POTENTIAL OF THE MEDIA GALLERY OF THE ARCTIC ART

***Abstract.** Media galleries are a new cultural form of exhibition activity with its own characteristics and promising functions. They represent an integrative cultural form characterized by structural and functional diversity. The article presents the author's project of the "MurmanArt" media gallery. In general, virtual galleries are considered as a significant element of the modern cultural and leisure environment, contributing to the development of creativity, cultural exchange and user's communication.*

***Key words:** media gallery, contemporary art, art of the Arctic.*

Медиагалереи – это новая технология бесконтактного информационного взаимодействия пользователя с выставочной средой, компьютерная система, которая обеспечивает определенные визуальные и звуковые эффекты. С другой стороны, виртуальные галереи как информационный ресурс обладают сущностью медиа – это и средство массовой

коммуникации, и новая форма издательства [1]. Наряду с этим, во всех своих формах и видах виртуальные галереи являются самостоятельным, ранее неизвестным социокультурным феноменом [3], обязанным своему появлению развитию сети «Интернет», мультимедийным технологиям, базам данных, ставшим легкодоступными благодаря информатизации [2].

В качестве основных аналогов были выбраны проекты, имеющие схожую тематику, направленность и технические возможности. Несмотря на наличие более развитых европейских ресурсов сети «Интернет», предпочтение отдавалось отечественным сайтам, существующим именно в российском социокультурном пространстве.

В онлайн галерее BORSCH¹ (г. Москва) представлены произведения не только состоявшихся, известных современных живописцев, но и работы молодых, талантливых художников, каждый из которых обладает неповторимым и оригинальным стилем. В галерее можно подобрать картину, которая дополнит интерьер, украсит образ.

Дизайн сайта выполнен в монохромической цветовой схеме. Логотип сайта – лаконичен, сразу бросается в глаза, занимает центральное место на сайте. Функционал сайта представлен разделами: главная, каталог, проекты, художники, новости, контакты, вход, корзина. На главной странице представлены работы и биография художников. На странице «Каталог» можно настроить фильтры для отбора картин по критериям: виды искусств, цвет, размер картины, ценовой диапазон. Картины представлены в хаотичном порядке, стикерами отмечается продана ли картина. Страница «Художники» отдалённо напоминает оформление страниц сети «Instagram». Благодаря системе прокрутки можно просмотреть работы художника без перехода на его профиль. В целом сайт создаёт впечатления хорошо спланированного и продуманного сайта, который полностью направлен только на продажу картин.

Арт центр «Борей»² был основан 5 января 1991 г., и таким образом стал первой некоммерческой галереей Петербурга, независимой организацией культуры. Главная задача – представить широкий срез художественной и интеллектуальной жизни, необходимый для выработки критериев оценки современного искусства. Борей, в первую очередь – это выставочная площадка, которая позволяет многим художникам, часто неизвестным, продемонстрировать свои работы. Сайт достаточно прост, но создаёт впечатление статусности. Как и предыдущего сайта, у Борей монохромная цветовая палитра. Присутствуют небольшие акценты в виде выделения

¹Онлайн галерея современного искусства BORSCH [Электронный ресурс] // Borsch.gallery: [сайт]. 2019. URL: <https://borsch.gallery/> (дата обращения: 31.10.2019).

²Борей Арт Центр [Электронный ресурс] // Borey.ru: [сайт]. 2019. URL: <http://borey.ru/> (дата обращения: 31.10.2019).

активных ссылок. Сайт носит информативный характер и на главной странице представлена вся основная информация. В разделе «Галерея» можно подробно узнать, как организовать свою выставку в реальном пространстве.

ARTDOART¹ – это первая в России онлайн-галерея, интерактивная площадка для общения профессиональных художников и ценителей искусства, с возможностью самостоятельной покупки и продажи работ. Функционал сайта позволяет отобрать работы по видам искусства, присутствует поиск по ключевым словам, возможно создать личный кабинет для оценки и покупки работ. Дизайн сайта сделан таким образом, чтобы посетитель увидел только картины и художников, вся дополнительная информация скрыта, и чтобы узнать о полной деятельности галереи нужно перейти в раздел «Информация». В целом сайт создаёт впечатления культурно-насыщенного источника, который очень трепетно относится к отбору выставляемых работ. В этом и заключается основная проблема: молодой художник, увидев всю строгость сайта, не прочитав информации об условиях выставления работ, может просто не воспользоваться им.

На основании представленного анализа сайтов и изучения подобных площадок можно сформировать основные положения проекта медиagalереи регионального искусства:

- сдержанная цветовая гамма сайта; на сайте ничто не должно отвлекать зрителя от просмотра экспонируемых работ;
- обязательное присутствие галереи работ и художников;
- новости – наличие данного раздела создаёт ощущение наполненности сайта, что над ним ведётся постоянная работа; более того, наличие новостных или событийных блоков может задать статус сайта как художественно-просветительского.

Данный анализ полезен только для определения структуры и наполнения сайта, поэтому необходимо также рассмотреть основные тенденции в сфере web-дизайна. Проектная часть проводилась в период 2019-2020 г. и основные тенденции этого периода были применены в разработке проекта таким образом, чтобы не вступать в разрез с основными критериями дизайна выставочных онлайн-пространств:

1. Смелое сочетание контрастных цветов.
2. Простота и удобство. «Меньше значит больше» – бессменный тренд. Простота подразумевает аккуратную страницу со светлым фоном в лучших традициях минимализма. Пространство – при его правильном использовании можно получить многофункциональный дизайн.

¹Онлайн-галерея картин и скульптур [Электронный ресурс] // Artdoart.com: [сайт]. 2019. URL: <https://artdoart.com/> (дата обращения: 31.10.2019).

3. Адаптивные лого. В мире «отзывчивого» дизайна адаптация логотипа под любое устройство крайне важна. По-настоящему адаптивный логотип не просто уменьшается на странице, а претерпевает дополнительные изменения и подстраивается под окружающий контекст. Адаптация логотипа стала топовой задачей для дизайнеров: бренд должен быть эффектно представлен вне зависимости от пространства и измерений.
4. Негативное пространство. Негативное пространство остается горячим трендом в дизайне. Этот тренд продолжает потрясать основы веб дизайна, хотя активно используется уже некоторое время. Ранее дизайнеры обращались к негативному пространству для создания минималистского стиля, новшество этого года – наполнение свободного пространства яркими цветами, геометрическими фигурами и узорами. Такой приём можно выгодно использовать при создании страниц с галереями.
5. Разбивка страницы на части позволяет разделить контент семантически, например, изолировав текст от картинок или расположив информацию по иерархии.
6. Асимметрия элементов страниц.

В ходе практики со студентами были разобраны различные структуры и схемы страниц сайта и в результате было установлено, что стандартная схема страницы, при которой используются блоки: шапка, слайдер, новостная область, подвал, выравнивание по центру наиболее подходят для проекта медиагалереи. Кроме того, во время практических занятий была разобрана поэтапная работа над страницей сайта, что было применено на практике при создании медиагалереи.

Рассмотрев аналоги, тенденции и не забывая о рекомендациях экспертов можно приступить к разработке дизайна основных страниц проекта.

Основная идея проекта автора статьи заключается в создании такой виртуальной площадки, на которой реализуется возможность:

- освещать культурные события Мурманского региона: персональные, региональные, межрегиональные выставки, лекции и семинары;
- освещать достижения и развитие в сфере искусства;
- создания личного кабинета художника и персональной выставки;
- создания каталога работ художников Мурманского региона;
- наличия фильтров, которые помогают выбрать работы по видам искусств.

Главное отличие проекта от аналогичных: наличие на сайте личного кабинета художника. Это такой инструмент, благодаря которому начинающий художник может продемонстрировать свои работы, заявить о себе на региональном уровне. Имеющиеся сайты, ориентированные на

выставочную деятельность Мурманского региона, не предоставляя возможности зарегистрироваться на сайте с целью публикаций работ. Администраторы сайтов самостоятельно занимаются созданием галерей. Роль личного кабинета:

- публикация работ;
- продвижение и творческий рост;
- формирование библиотеки работ нового поколения художников.

Сайт будет полезен для людей, которые интересуются художественной и культурной жизнью региона, коллекционеров, для тех, кто занимается или хочет заниматься творчеством. Также, основываясь на разборе аналогов, становится ясно, что наличие подобных проектов повышает статусность региона, показывая всё многообразие творческой деятельности.

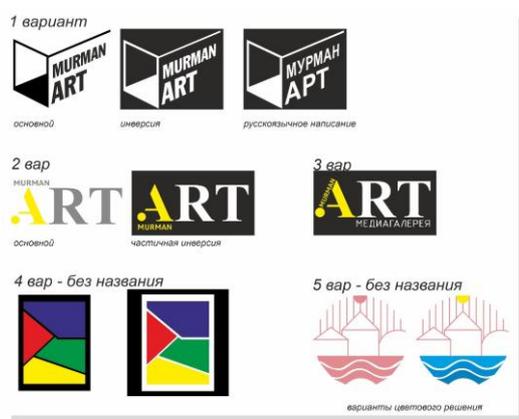


Рис. 1. Варианты логотипа медиагалереи

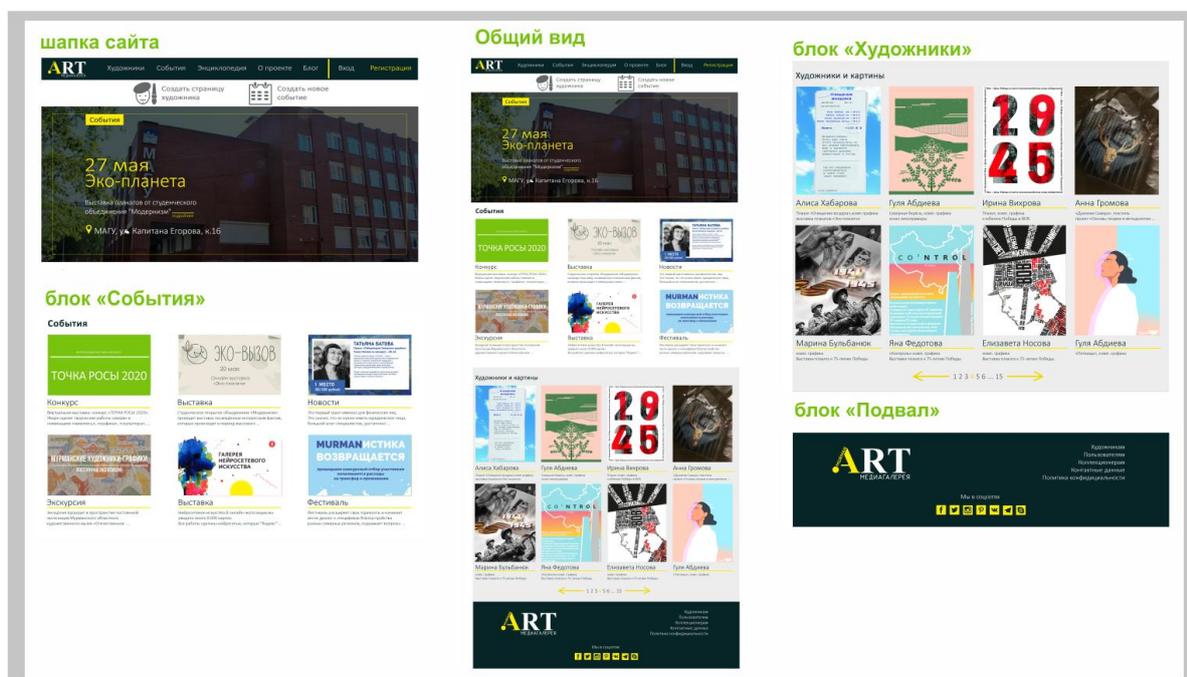


Рис. 2. Оформление сайта

Литература

1. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 445 с.
2. Прозерский В.В. Эволюция концепций дизайна в российской массовой культуре XX века // Российская массовая культура конца XX века: материалы круглого стола, 24 декабря 2001 года / [отв. ред. Б.Г. Соколов]. СПб: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 144-152.
3. Терещенко Е.Ю. Теоретические проблемы изучения произведений современного искусства // Актуальные вопросы образования в XXI веке: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 24-26 марта 2020 года / [отв. ред. Т.В. Белевских]. Мурманск: МАГУ, 2020. С. 219-222.

УДК 721.012:712(985)
ББК 85.118.24

Э.П. Агаркова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

ДИЗАЙНЕРСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ПАРКОВОЙ ЗОНЫ «СЕВЕРНАЯ СКАЗКА»

***Аннотация.** В статье рассмотрены дизайнерское проектирование культурно – парковой зоны, представлены основные понятия концептуальной проектной деятельности студентов для разработки тематических зон: этнического направления, функционального зонирования, основных этнических, культурных, региональных направлений, графического решения проекта, разработка световой тематической инсталляций.*

***Ключевые слова:** средовой дизайн-проект, развитие культурно-исторического наследия региона, искусство северных народов, орнаменты саамов, световая инсталляция, комфортные парковые зоны.*

E.P. Agarkova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE DESIGN ENGINEERING OF THE CULTURAL AND PARK ZONE “NORTHERN FAIRY TALE”

***Abstract.** The article deals with the design engineering of the cultural landscape zone, the main concepts of the conceptual design activity of students to develop thematic areas are presented: ethnic areas, functional zoning, main ethnic, cultural, regional directions, the graphic design of the project, the development of light-themed installations.*

***Key words:** environmental design project, development of cultural and historical heritage of the region, art of Northern peoples, Sami ornaments, light installation, comfortable park areas.*

Современному человеку, проживающему в городской среде, с каждым годом всё больше необходимо общение с природой. Тотальная нехватка времени и темп жизни негативно сказываются на жителях города, особенно за Полярным кругом. Чтобы снизить воздействие негативных факторов, подрывающих нервную систему человека, необходима смена

обстановка, отдых от привычной серости окружающих построек. Именно поэтому в городе так необходимо место, посетив которое, человек сможет отвлечься от повседневных дел, отдохнуть с маленькими детьми или просто с семьей некоторое время, привести в порядок свои мысли и чувства, и самое главное, побыть наедине с природой.

Особенно нехватка положительных факторов таких как, солнце, трава, цветы и т.д., остро ощущается в наших условиях Крайнего Севера. Продолжительность и начало полярной ночи и полярного дня серьезно воздействует на психо-эмоциональную сферу населения. Она крайне негативно реагирует на явления природы различным состоянием таким как сонливость, агрессия и апатия.

В больших городах, парки и скверы, помимо улучшения микроклимата городской территории помогают немного сгладить общий ландшафт города и приблизиться к природе, создаются дополнительно улучшенные условия для хорошего отдыха на открытом чистом воздухе. Здесь человек не отрывается от природы: он как бы поглощен и растворен в ней, следовательно он и работает, и отдыхает продуктивнее и интереснее, даже небольшая или длительная прогулка по парку, сильно способствует снятию общего напряжения. Больше всего спросом у жителей пользуются многофункциональные парки отдыха. На данный момент парки занимают одно из главнейших мест в сфере культурных и просветительных мероприятий.

Основное предназначение парков – обеспечение всех посетителей хорошим отдыхом, а также культурно-оздоровительными мероприятиями. Именно от многофункциональной грамотно спроектированной композиции в большей мере зависит, то какую смысловую нагрузку будет нести этот парк, сквер или зона отдыха: будет ли это спокойным местом, где можно будет посидеть, отдохнуть, насладиться звуками природы или ярким, шумным, с площадками для активного отдыха.

Основная цель средового дизайна – воссоздать уникальную по своей эстетике и комфорту композицию городской парковой территории, максимально сохранить и облагородить естественные пейзажи и существующие культурно-мемориальные комплексы, органично вписать их в архитектурный замысел тематического парка.

Основной задачей для городского парка или сквера является способствование отдыху, физическому и психологическому расслаблению посетителей. В связи с этим особую роль в дизайне парковой зоны занимают водные объекты, которые оказывает особое успокаивающее воздействие и привлекает к себе внимание любого человека независимо от его возраста, социального статуса и жизненных предпочтений. Ручейки, фонтаны, искусственные водоемы наполняют парк и сквер живыми и динамичными

«красками», создавая комфортные зоны, положительно влияющие на настроение гостей парка.

В средовом дизайн-проекте решаются вопросы грамотного зонирования территории городского парка. Приводится обоснование создания определенного вида ландшафтного дизайна: открытого и закрытого ландшафта, трассировки и ширины аллей, группировки растений, с учетом возможной антропогенной нагрузки на них, естественной шумоизоляции, а также необходимости создания дополнительных водных поверхностей и зон ограниченного режима использования.

У студентов Мурманского арктического государственного университета кафедры искусств и дизайна появляется прекрасная возможность применить свои дизайнерские навыки на практике, а именно: разработать различные концептуальные проекты городской среды для разных городов арктического региона. Разработка проектов парковых зон студентами подразумевает также развитие культурно-исторического наследия региона. Кроме того, в разрабатываемых концептуальных проектах зон скверов и парков предполагается развитие туристического сектора, посвященного жизни и традициям коренных народов Севера, различным северным природным явлениям Кольского полуострова, культурным и историческим наследиям известных туристических мест Мурманской области.

За последние несколько лет столица Заполярья невероятно преобразилась. Многие горожане сознают, что всех своих гостей из других городов они в первую очередь везут по мурманским скверам. Одним из таких объектов становится полюбившийся горожанам сквер «Аллея поколений».

В июле текущего года на территории этого сквера будет построена еще одна зона для маленьких жителей, на 164 м² игрового комплекса «Обсерватория» будет уложено мягкое покрытие из резиновой крошки. На площадке установят комплекс для игр с горками, лестницами и окошками-«иллюминаторами», а также качели и карусели, скамейки, новые урны и два мощных светильника. Жизнь в сквере затихнет только глубокой ночью. Но ненадолго – утром погулять по аллее придут мамы с колясками, на скамейках будут сидеть бабушки, днем после уроков придут поиграть и повеселиться школьники, а вечером при уютном свете фонарей тихо будут сидеть на лавочках влюбленные пары. «Аллея Поколений» в новом облике смогла объединить жителей города всех возрастов и подарить им удовольствие приятно провести время на свежем воздухе.

Дальнейшее благоустройство парка будет способствовать улучшению отдыха, духовному росту и расширению общения между людьми. Свою концепцию по благоустройству отдельной площадки этого сквера предложили студенты факультета искусств и дизайна Мурманского арктического

государственного университета. Концептуальным решением дизайн-проекта по благоустройству парковой зоны отдыха, была выбрана тематика северной идентичности «Северная сказка», по произведению «Семилетний стрелок из лука» – любимой сказке маленьких мурманчан.

Идея концепция сюжета композиции парковой зоны:

Сказка составлена автором Е.Я. Пация, в ней рассказывается как маленький мальчик из-за своей лени навлек опасность на свою незащищенную деревню и как ему пришлось все исправлять, беря на себя ответственность за свой поступок. Саамы и саамские сказки являются частью северной культуры. Кольские саамы прежде считались Саамы – коренные жители севера, населявшие в прошлом и более южные районы Карелии, Финляндии и Скандинавии. Традиционные занятия саамов – оленеводство, рыболовство, охота. На сегодняшний день, при разработке зоны отдыха с использованием саамской тематики, главной целью является привлечение большего внимания современного общества к этой культуре.

Художественное творчество Саамов связано со всей историей народа, его обычаями, хозяйственной деятельностью. Саамы – оленеводы, охотники, рыболовы – передвигались по тундре вслед за стадами оленей, в поисках рыбы и зверя. Полукочевой быт лопарей определил круг необходимых вещей, которыми они пользовались. Искусство северных народов, образно называют искусством, рождённым на снегу. На Севере, где большую часть года земля покрыта снегом, глазу человека особенно необходима разнообразная игра красок. Ярко горят на снегу кусочки сукна – красного, жёлтого, синего, светятся крупинки бисера, искрится мех, любовно и тщательно подобранный.

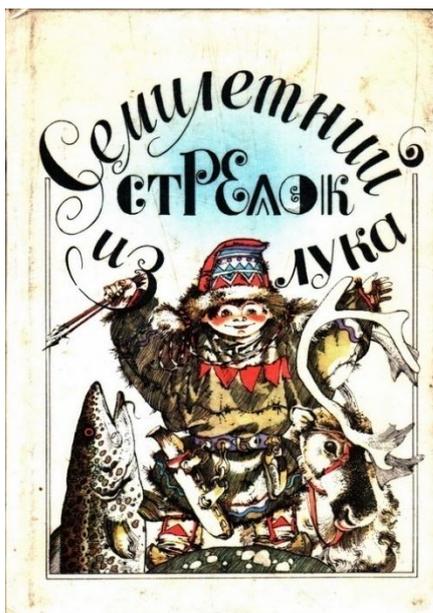


Рис. 1. Книга «Семилетний стрелок из лука» – идея концепция

Любимый цвет саамов и наиболее распространенный в художественных изделиях – красный. Возможно, что особая симпатия к красному цвету выработалась в результате длительного употребления настоя ольховой коры, имевшего не только практическое, но и религиозно-очистительное значение. Вторым, наиболее часто встречающимся цветом, является желтый и, наконец, синий. Реже встречаются зеленые цвета, при полном почти отсутствии в украшениях других цветных суконов.

В основном обычная гамма цветов на сброе, одежде и бытовых предметах состоит из красного, желтого и синего. Но наиболее значительную роль в изобразительном искусстве играл бисер (пессер). Характерной чертой саамского орнамента является всюду выраженный геометрический стиль. Реалистическая его основа столь стилизована, что не позволяет приблизиться к понятию о предметах, которые послужили основой для подражательной стилизации. Наблюдаемые на одежде, орудиях труда и утвари саамов орнаменты по своим формам сводятся к трем основным типам:

- 1) ромб и квадрат;
- 2) треугольник, зигзаг, ломаная прямая линия;
- 3) круг, розетка, звезда, крест.

Большинство знаков имеют солярное значение. Диск, ромб, квадрат, квадрат с расходящимися в четыре стороны прямыми линиями, по объяснению саамов-современников XVII-XVIII веков, означают символическое изображение солнца. Кроме солнца, луны и звезд на бубнах изображались духи-покровители, кольца, амулеты, стилизованные изображения окружающей среды (жилища, животных и т.д.) [1].

По изображениям на шаманских бубнах можно судить о связи орнаментальных мотивов в изобразительном искусстве с космогонией и верованиями древних саамов.



Рис. 2. Изображение солнца в саамской культуре

Зона для отдыха будет расположена на огороженном от других площадок участке, в центре которого расположена световая инсталляция в виде солнца – саамского бубна, мальчика с луком и оленем.

Первоначальной идеей было изобразить инсталляцию в виде северного сияния, но после изучения аналогов инсталляций, существующих в нашем регионе, было принято решение отказаться от этого образа по причине его частого использования. Изображение солнца более актуально для нашего региона, испытывающего световое голодание в период полярной ночи. Более того, солнце ассоциируется с теплом, которого так не хватает северному населению. В парковой зоне будут расположены три основные зоны:

1. Зона отдыха и принятия информации – скамейки и аудио-звукозапись прослушивания.
2. Зона визуальной информации – графические плакаты, иллюстрации к данному произведению.
3. Световая инсталляция – центральная групповая композиция (диск восходящего солнца, мальчик-саам и олень).



Рис. 3. План зонирования площадки

За основу был выбран этнический стиль, как бы люди не увлекались созданием новых синтетических изделий, наиболее уютно им среди природы и натуральных материалов.

Главная зона парка – центральная часть – будет располагаться вокруг двух альпийских горок, которые будут символизировать северную тундру, прородительницу саамов, по середине площадки будет находиться небесное светило – диск солнца.

Горки будут выполнены из камней разных размеров и форм, возле них будут высажены кустарниковые растения, которые могут благоприятно расти на территории Мурманской области – смородина, шиповник и т.д.

По бокам от центральной площадки будут находиться две зоны отдыха с ограждениями и осветительными приборами.

Покрытие площадки будет из каменной плитки, которая будет находиться на тротуарных дорожках, центральной площадке и зоне отдыха. Освещение будет состоять из световой инсталляции и уличных фонарей с шарообразными светильниками на ограждении.

Таким образом, парковые зоны в городе решают ряд экологических проблем. Большое значение городских парков в системе озеленения города определяется тем, что они создают условия для разнообразного отдыха жителей.



Рис. 4. Главный вид площадки зоны отдыха

Главным приоритетом проектирования является создание функционально-эстетичной атмосферы зоны отдыха горожан, гармоничное и правильное расположение всех объектов и монтаж оборудования, а также сохранение основных проходов где расположены скамейки и урны.

Данный проект по благоустройству парковой зоны был спроектирован с учетом пожеланий жителей города, целью которого является улучшение общего архитектурного облика сквера и качества отдыха горожан, удобство использования парковой зоны.

Подводя итог проектирования городского сквера «Северная сказка», хочется рассмотреть многие исторические ценности саамской культуры и обычаи, передать их традиции и культуру.

При создании ландшафтного проекта городского сквера автор статьи постарались учесть эти тенденции истории и воссоздать интересный образ и культурную среду наших предков.

Также, важно соблюсти баланс «эстетичности» и «комфорта» при планировании и зонировании городского объекта культуры и отдыха, правильное сочетание этих двух факторов является одним из ключевых моментов ландшафтного проектирования городского сквера.

Литература

1. Мозолевская А.Е, Мечкина Е.И. Саамские узоры. Мурманск: Рекорд, 2011. 183 с.
2. Орлов А.С. Ландшафтный дизайн на компьютере. СПб: Питер, 2008. 240 с.
3. Сычева А.В. Ландшафтная архитектура: учеб. пособие для вузов. М.: Издательство Оникс, 2007. 87 с.

4. Три солнца. Оптические иллюзии. Философские гипотезы [Электронный ресурс] // Liveinternet.ru: [сайт]. 2010. URL: http://www.liveinternet.ru/users/kru_iz/post_130131465 (дата обращения: 21.11.2019).

УДК 72.012.6:72.017(985)
ББК 85.118.202

И.С. Ахметзянова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ МЕДИАДИЗАЙНА И СВЕТОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. Внешний облик здания и его пространство – это территория взаимодействия учебного заведения и общества, поэтому здесь необходим функциональный подход к использованию и организации этого пространства. В статье показано, что создание положительного визуально-информативного образа университета с помощью световых технологий не только оживляет пространство, но и позволяет идентифицировать его среди других университетов, повышая престиж учебного заведения и играя важную роль в конкуренции на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: медиадизайн, световые технологии, городское пространство.

I.S. Akhmetzyanova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE APPLICATION OF MEDIA DESIGN'S MEANS AND LIGHTING TECHNOLOGIES IN THE URBAN SPACE

Abstract. The external appearance of the building and its space is the territory of interaction between the educational institution and society, therefore, a functional approach to the use and organization of this space is required. The article shows that the creation of a positive visually-informative image of the university using light technologies not only enlivens the space, but also allows it to be identified among other universities, increasing the prestige of the educational institution and playing an important role in competition in the educational services market.

Key words: media design, lighting technologies, urban space.

В стремлении к инновационному образованию, необходимо совершенствовать всю обучающую среду учебных заведений в

общегородском контексте. Город – это та среда, которая поддерживает обучение и формирует социальный опыт человека.

Концепция пространства университета должна строиться как часть концепции развития городского пространства. Анализу формирования искусственной световой среды города, световой урбанистики посвящены труды А.С. Блиновой, Е.С. Прозоровой, Н.В. Быстрынцевой, Е.Ю. Лекус, Н.И. Щепеткова [1; 2; 4; 5] и др.

В качестве демонстрации использования современных приёмов медиадизайна и световых технологий в городской среде было выбрано внешнее пространство учебного корпуса опорного вуза Мурманской области – Мурманского арктического государственного университета (МАГУ).

Один из главных трендов последних лет среди лучших (по пространственной организации) университетов – это открытость и информативность учебного заведения.

При разработке проекта по усовершенствованию внешнего облика МАГУ средствами медиа-световых технологий была предложена разработка светодиодного медиа-фасада на здание учебного корпуса МАГУ и световая навигационная стела для обозначения учебных корпусов университета.

Работа над проектом началась с создания эскизов и поиска художественного образа фасада учебного корпуса университета. Решением поиска стал зеркальный медиа-фасад, имеющий светодиодную подсветку в темное время суток (Рис.1).

После разработки эскиза с помощью компьютерных технологий была создана модель учебного корпуса с расположенным на нем проектируемым медиа-фасадом.

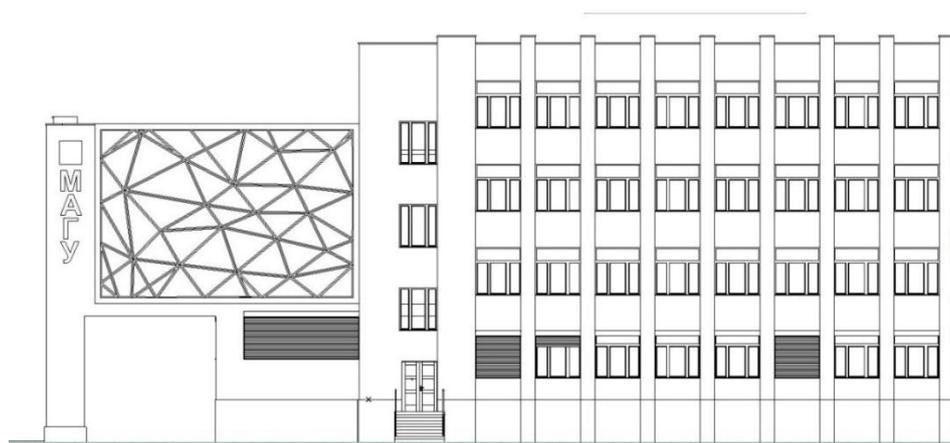


Рис. 1. Эскиз медиа-фасада для здания МАГУ

Следующим этапом, в соответствии с геометрическими размерами

здания, создавалась 3d-модель здания в компьютерной программе 3ds max.

В данной программе сложные архитектурные элементы можно получить с помощью применения примитивов, таких как квадрат, призма, цилиндр и применением команд: выдавливание (extrude), объединение (group), вычитание (boolean), различные модификаторы (bevel (выдавливании плоских фигур трехмерные объекты, применение плоской или круглой фаски по краям; twist (создание эффекта скручивания модели вокруг выбранной оси) и др.).

После того, как форма элемента выдавливания определена, элемент выдавливания можно вращать, объединять, вычитать или сохранять как новый элемент. В результате начальный эскиз был приведен к следующему объемному виду (Рис. 2).

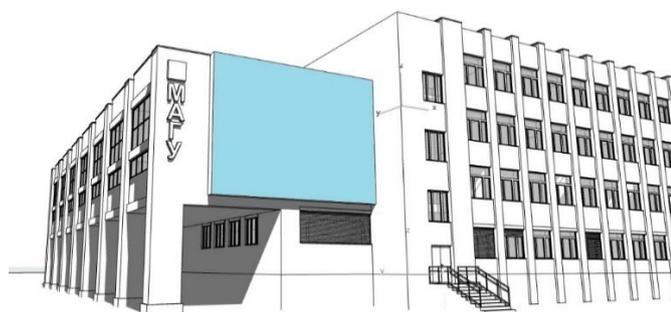


Рис. 2. 3d-модель здания МАГУ

Далее происходила работа с текстурой (выбором подходящих материалов), настройкой сцены (окружение, освещение) и заключительный этап: рендеринг (визуализация) объекта (Рис. 3).

В результате была получена объемная модель учебного корпуса университета с расположенным на нем зеркальным медиа-фасадом (Рис. 4). Фасады здания из стекла – популярный вариант в последние годы. В результате применения зеркальных фасадов здание становится привлекательным и современным.



Рис. 3. Визуализация проекта



Рис. 4. Медиа-фасад на здании МАГУ

В процессе работы со светом было продемонстрировано несколько вариантов подсветки объекта в темное время суток с возможностью трансляции видео-контента (дальнейшая обработка изображений в программе Adobe Photoshop). Благодаря такому способу внешнее очертание здания может видоизменяться, быть динамичным, приобретая иные образы. Создаваемая среда фасада трансформирует имеющееся пространство, помогая зданию передавать свое назначение и функцию в дизайне городской среды (Рис. 5).



Рис. 5. Подсветка медиа-фасада

Применение подобного светодиодного медиа-фасада к зданию учебного корпуса обусловлено тем, чтобы повысить престиж учебного заведения, закрепить его образ среди других вузов города и привлечь большее количество абитуриентов. Помимо прочего, светодиодный медиа-фасад несет в себе функцию информирования о проведении различных мероприятий (афиша с указанием времени, места и даты проведения мероприятий), различных конференций, конкурсов, фестивалей, мастер-классов, дня открытых дверей, общей информации о вузе, а также в формате видео-контента – размещение видеоматериалов о жизни университета.

Литература

1. Блинова А.С., Прозорова Е.С. Развитие меди-среды в городском пространстве // Дизайн. Материалы. Технология. 2018. №1 (49). С. 11-16.
2. Быстрянцева Н.В. Современное состояние проектирования световой среды городов // Светотехника. 2011. №1. С. 43-47.
3. Горгорова Ю.В., Протопопова Д.А., Сбытова А.Н. Современные тенденции проектирования медиа-фасадов [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона. 2018. №1 (48). С. 165. URL: http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD_159_gorgorova_protopopova__sbytova.pdf_f535a81cf2.pdf (дата обращения: 14.11.2019).
4. Лекус Е.Ю. Световая культура. СПб: Университет ИТМО, 2017. 59 с.
5. Щепетков Н.И. Световой дизайн города: учебное пособие. М.: Архитектура-С, 2006. 320 с.

УДК 72.017.4(470.21-25)
ББК 85.118.202

Т.Р. Батова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

АНАЛИЗ КОЛОРИСТИКИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ МЕТОДАМИ ЦВЕТОВОЙ СЕГМЕНТАЦИИ ФОТОГРАФИЧЕСКОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается метод визуального анализа колористики городской среды г. Мурманска посредством цветовой сегментации фотографических изображений, заключающийся в кластеризации цветовой палитры для дальнейшего анализа и выявления характерной для города колористической палитры.

Ключевые слова: колористика, городская среда, урбанистика, Мурманск, анализ фотографий, колористика северных городов, серый город.

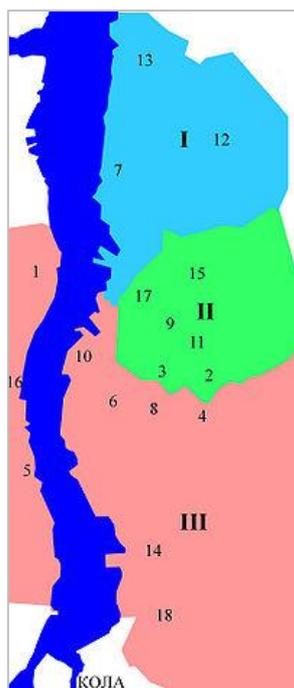
T.R. Batova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE ANALYSIS OF COLORISTICS OF THE URBAN ENVIRONMENT BY METHODS OF COLOR SEGMENTATION OF PHOTO IMAGES

Abstract. The article discusses a method of visual analysis of the coloristics of the urban environment of the city of Murmansk through the color segmentation of photographic images, which consists of clustering the color palette for the further analysis and identifying the typical city's color palette.

Key words: coloristics, urban environment, urban planning, Murmansk, photo analysis, coloristics of northern cities, grey city.

Город Мурманск основан 4 октября 1916 года. Город вытянут вдоль Кольского залива и имеет 3 района: Первомайский, Октябрьский и Ленинский (Рис. 1). Основной строительный материал при постройке г. Мурманска – это железобетонные конструкции, панельные дома [1, с. 4].



*Рис. 1. Распределение площади районов Мурманска.
I. Ленинский округ; II. Октябрьский округ, III. Первомайский округ*

Каждый из районов имеет свою историю и тип застройки. Город застраивался неравномерно и районы имеют неравнозначное значение.

Центральный район – это Октябрьский. Именно в этом районе и проходит центральная улица города – проспект Ленина. Город Мурманск начал свой рост от морского порта и железной дороги.

Основной тип построек на центральной улице – это каменные здания исторического наследия, имеющие колористический паспорт. Эти здания имеют хорошее насыщенное колористическое решение.

Улица Мира и Скальная – это 9-этажные панельные здания, построенные на террасах. Основной цвет домов – цвет материала. Материалом для строительства служил бетон. С редкими колористическими вставками.

Первомайский район – самый крупный район города. Считается спальным районом города Мурманска. Расположен в низине. Здания в основном – это панельные многоэтажки, выстроенные по Розе ветров – скобой, для защиты от непогоды.

Ленинский район – это район наиболее ранней застройки. Преобладают пяти-шестиэтажные здания, есть отдельный район деревянных барачных бараков.

Основная концентрация цвета на фасадах домов приходится на уровень первых этажей. Это может быть окраска подъездов или нижней части здания.

Город Мурманск – город за Полярным кругом. Продолжительность темного времени дня зимой составляет 40 суток. Город в плане колористики депрессивный, присутствует цветовая недостаточность в городской среде. Большое количество серых оттенков из-за цвета неба, асфальта или снега зимой – за счет недостаточности освещения плюс материалом основных построек является бетон. Что дает в целом разнообразную палитру серых оттенков. Исходя из чего можно сделать теоретическое заключение что город Мурманск – серый город. Но насколько серый?

Необходимость проведения исследования состояло в визуализации колористической палитры, которую видит горожанин.

Гипотеза: Мурманск – серый город?

Для того, чтобы визуально подтвердить или опровергнуть эту гипотезу решено провести исследование на основе фотографических данных. Сбор фотографий имел случайный, несистематический характер для того, чтобы собрать некую общую абстрактную картину. Методика анализа была использована и адаптирована из сборника научных статей «Социальные трансформации. Вып. 28: Цветовой дизайн среды: теория и практика» [3].

Этапы:

1. Сбор визуальных данных с сентября по октябрь 2019 года.
2. Анализ полученных данных: цветовая сегментация полученных изображений и кластеризация цвета для формирования колористической палитры фотографии.
3. Сбор общей палитры по районам и всей колористической палитры города.
4. Заключительный этап – анализ полученной колористической палитры для выявления наиболее характерных для города оттенков для подтверждения или опровержения гипотезы.

В период с сентября по октябрь 2019 года был проведен сбор данных – фотографии фасадов домов трех районов города. Студентам института креативных индустрий и предпринимательства на занятиях по предмету «Колористика» было дано задание: сфотографировать в указанный промежуток времени в дневное время суток до пятнадцати фасадов домов своей улицы. В фотографию не должны попадать рекламные конструкции и озеленение.

Все фотографии сортировались по районам. Всего было проанализировано 110 домов трех районов.

Следующий этап – при помощи цифровых алгоритмов анализа изображений, заключающийся в кластеризации цветовой палитры выявить характерную для города колористическую палитру.

Для начала брали каждую фотографию фасада и по отдельности раскладывали при помощи программы в палитру на пять цветов в системе RGB [2, с. 3-11] (Рис. 2).



Рис. 2. Фасад дома, Ленинский округ

После того, как была получена палитра из пяти цветов каждой проанализированной фотографии, при помощи программы Corel Draw 17 формировалась палитра района (Рис. 3; 4; 5).



Рис. 3. Общая колористическая палитра Первомайского района

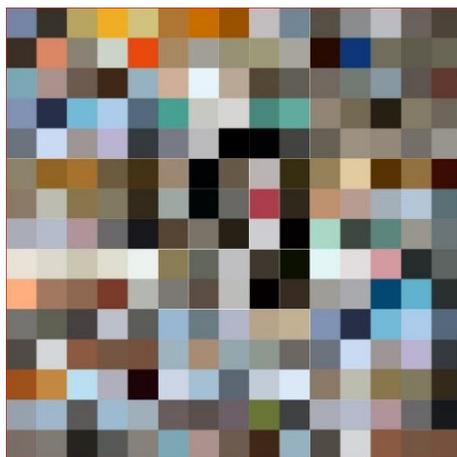


Рис. 4. Общая колористическая палитра Октябрьского района



Рис. 5. Общая колористическая палитра Ленинского района

Завершающим этапом исследования стал сбор общей колористической картины города Мурманска для анализа и получения характерной для города палитры (Рис. 6).



Рис.6. Общее колористическое панно, г. Мурманск

На основе анализа полученного изображения общей абстрактной картины колористики г. Мурманска было проведено вторичное исследование с целью выявить палитру города (Рис. 7).

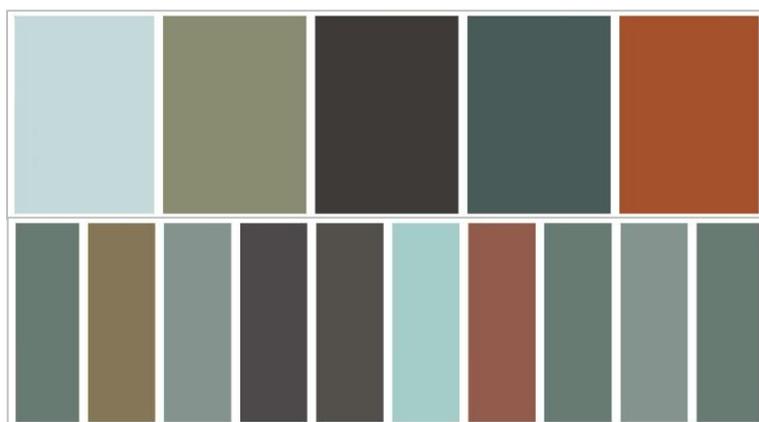


Рис. 7. Общая колористическая палитра, г. Мурманск

Вывод: на основе полученных данных можно сделать вывод, о том, что город Мурманск действительно серый город: за счет недостаточного освещения в зимнее время года; за счет фасадов домов, имеющих натуральный цвет материала постройки – бетона; за счет природного колорита Севера.

Решения: окраска фасадов домов. Студентами института креативных индустрий МАГУ было предложено два основных варианта общего колористического решения города Мурманска.

Первый вариант: разработка цветовой палитры, характерной каждому из трех районов города. Это помогло бы в дополнительной навигации по городу, когда каждый район окрашен в свои цвета. Они присутствуют не только на фасаде, но и в оформлении остановок и городской навигации.

Второй вариант: разработка палитры города и районов по отдельности согласно окружающей среде: районы, расположенные на сопках – в цветах весеннего северного неба, имеющего богатые оттенки; районы, расположенные ближе к заливу – в оттенках северного моря; районы, расположенные ближе к окраинам города – в оттенках осенней тундры.

Все предложения имеют рекомендательный характер. Предложенная методика анализа городской среды на предмет выявления основной палитры может быть применима на других городах.

Литература

1. Мурманск: начало пути 1916-1940 гг.: сборник документов: к 100-летию со дня основания города Мурманска / сост. С.А. Заборщикова [и др.]. Мурманск: ООО «Тореал», 2016. 402 с.
2. Программирование. Компьютерная графика и визуализация: сборник научных статей. Выпуск 5. Ижевск: ФГБУ ВО «ИГТУ им. Калашникова», 2018. 102 с.
3. Шарне И. Париж, город света и приглушенных тонов // Социальные

трансформации: сборник научных статей /под ред. В.М. Шиндлер, Ю.А. Грибер; отв. ред. серии А.Г.Егоров. Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2017. Вып. 28: Цветовой дизайн среды: теория и практика. С. 41-54.

УДК 39(985)
ББК 63.329(211)-77

Т.В. Берченко
*АНО ВО «Северо-Западный институт (филиал)
Московский гуманитарно-экономический университет»
г. Мурманск, Россия*

ОБРАЗ СОЛНЦА В КУЛЬТУРЕ КОРЕННЫХ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ АРКТИКИ

***Аннотация.** Статья посвящена символике солнца в культуре народов, живущих на территории русской Арктики, это кольские саамы, ненцы, ханты, эвенки, чукчи, и др. Раскрывается идея солнца в религии, мифах, преданиях, государственной символике. Раскрыта мысль о том, что издавна у разных народов солнце было предметом поклонения, особенно у народов Крайнего Севера.*

***Ключевые слова:** культ солнца, традиционная культура, этнос, солярный знак, мифология, сказки.*

T.V. Berchenko
*The North-Western Institute (branch)
Moscow Humanitarian and Economic University
Murmansk, Russia*

THE IMAGE OF THE SUN IN THE CULTURE OF THE INDIGENOUS PEOPLES OF THE RUSSIAN ARCTIC

***Abstract.** The article is devoted to the symbolism of the Sun in the culture of the peoples living in the territory of the Russian Arctic – Kola Sami, Nenets, Khanty, Chukchi, Evenki, etc. The idea of Sun in religion, myths, legends, state symbols is expanded. The idea that the Sun was subject of worship for a long time among different peoples especially among the peoples of the far North is disclosed.*

***Key words:** cult of the Sun, traditional culture, ethnicity, solar sign, mythology, fairy tales.*

Сохранение традиционной культуры коренных народов – залог сохранения уникальной традиции, самобытности, менталитета народа, который опираются на исторически сложившиеся представления, отразившиеся в мифах, очеловечивающих все окружающее человека. «Древний человек не знал неодушевленных предметов, всюду находил он и разум, и чувства, и волю», – пишет русский собиратель фольклора,

исследователь духовной культуры славянских народов, историк и литературовед А.Н. Афанасьев [3, с. 220.]. Отголоски этих представлений сохранились и до сегодняшнего дня в культуре коренных народов российской Арктики, в частности в артефактах, включающих в себя солярные мотивы. «Первая и главная причина превращения ежедневного опыта в миф есть верование в одушевление всей природы – верование, которое достигает высшей своей точки в олицетворении ее. Это вовсе не случайное гипотетическое действие человеческого ума неразрывно связано с тем первобытным умственным состоянием, когда человек в мельчайших подробностях окружающего его мира видит проявление личной жизни и воли», – отмечал Э.Б. Тайлор [14, с. 90, 129].

Актуальность исследования обусловлена необходимостью сохранения традиционной культуры этносов в мультикультурном пространстве. В рамках реализации Государственной программы «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года» предусмотрено «улучшение качества жизни коренного населения и социальных условий хозяйственной деятельности в Арктике» [10]. В связи с малочисленностью коренных народов, особым родом их занятости и спецификой образа жизни перед Государственной комиссией по вопросам развития Арктики поставлена задача сохранения «традиционного образа жизни и традиционной хозяйственной деятельности, а также объектов культурного наследия» этих народов [10]. Коренные народы Арктики – народы, исторически населяющие земли, расположенные выше полярного круга (66°33' с.ш.)

По Указу Президента РФ от 27 июня 2017 г. № 287 «О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 2 мая 2014 г. № 296 «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации» от 29 июня 2017 г. в число сухопутных территорий Арктической зоны Российской Федерации включены территории Мурманской области, Ненецкого автономного округа, Чукотского автономного округа, Ямало-Ненецкого автономного округа, муниципальных образований «Беломорский муниципальный район», Нижнеколымского района, Усть-Янского улуса (района), Республика Саха (Якутия) и др. [9].

В основном местное население представлено множеством малочисленных коренных народов Российской Федерации. На территории русской Арктики это карелы, кольские саамы, ненцы, энцы, кеты, ханты, нга-насань, коряки, долганы, эвены, эвенки, чукчи, юкагиры. Кроме того, здесь проживают коми и якуты – коренные народы, не считающиеся малочисленными, а также коренные жители-потомки первых русских поселенцев в Арктике – поморы, колымчане, гжигжане, усть-цилемцы, марковцы.

Как феномены культуры, верования и культы любого народа часто несут в себе интернациональные общекультурные черты. Религиозное мировоззрение, будучи, как никакое другое, консервативно, отражает все-таки культурные связи и взаимовлияния различных народов [1].

Проследим, как отразилось мировоззрение некоторых коренных народов Арктики в представлениях о роли солнца в жизни этноса и человечества, в солярных мифах и их отголосках в современной культуре.

Солярные мифы – мифы, главным персонажем которых является солнце <...> солярными называются также мифы, в которых у героя или героини обнаруживаются солярные черты, т.е. черты, сходные с признаками солнца как мифологического героя. В расширительном смысле солярные мифы относят к астральным мифам [7, с. 461].

Наиболее многочисленный коренной народ русского сегмента Арктики – это **якуты** (Саха). Это народ, численность которого составляет около 500 тыс. человек. Якуты тоже издревле почитают солнце, что нашло отражение в якутском героическом эпосе олонхо. Фундаментальная идея солнца как источника жизненной энергии, самой жизни воплотилась и в материальной культуре: многие предметы одежды украшались металлическими кружками, изображающими солнце... Характерно, что крепились они на головном уборе (лобная часть), на груди. Металлическим, чаще всего выполненным из серебра изображением солнца, приписывалась защитная магическая функция. В частности, якутский воин на панцире имел изображение солнца в виде металлического кружка. Ратник, лишившись этого «солнца», по поверьям, чувствовал себя обречённым на поражение [11, с. 137].

В мифологических представлениях о трёхфункциональном строении Вселенной (мирового дерева) выявляемые солярные образы и сюжеты у народа саха занимают центральное положение. В эпосе олонхо солнечное племя айыы во главе с Юрюнг Айыы Тойоном – главой богов и создателем Вселенной – находится во главе пантеона богов [5].

Якутская мифология рассказывает о том, что есть девять ярусов, или небес различных по цвету. На самом последнем, где обитает Урунг Айыы Тойон, светят три солнца, но на земле видно только одно, его свет и тепло достигает земли через отверстие в ярусах небес [6, с. 159].

Ненцы – второй по численности коренной народ Арктики, расселившийся на побережье от устья р. Мезень до устья р. Енисея. В работе Л.А. Лара исследованы различные выводы ученых о культе солнца у этого народа. Празднование дня появления солнца дает все основания сделать вывод, о том, что раньше культ солнца, как и культ грома, играл значительную роль и занимал не меньшее место в жизни ненцев, чем великие божества и духи. По мнению ученых, бог отождествляется с солнцем по имени «Хай». По версии Л.А. Лара слово «хай», «хае»

происходит от искаженного «хаер'» – солнце. Ненцы, будучи язычниками, почитали солнце и луну. Изучая ненецкие мифы, можно заметить, что солнце и луна в пантеоне небесных божеств занимают более низкую ступень и «считаются подчиненными божествами, посредством, которых высшее существо управляет людьми и природой. Для них солнце – мать бога, и они поклоняются ему как матери бога. А луна относится к мертвым (она – бог мертвых), и на одной стороне гроба рисуют солнце, а на другой луну [8].

Обряды поклонения светилам сохранялись у ненцев до конца XIX – середины XX вв., преимущественно в двух видах: в обряде, требующем жертвоприношения, и в праздновании дня появления солнца «хэбидя яля». В честь появления солнца устраивался праздник, на который собирались все ненецкие роды. Праздник сопровождался общей трапезой, состязаниями и т.д. В ходе встреч обсуждались порядок и маршрут кочеваний и другие важные события предстоящего года. Появление солнца в середине января приветствовалось ненцами за его живительную силу, так как с его исчезновением вся жизнь в природе замирала. По представлению ненцев солнце уходило туда, куда уходили мертвые. Солнцу посвящались белые олени «хаер' ты», на которых ставили особую метку. Мясо жертвенного оленя, посвященного солнцу, нельзя было вносить в чум и употреблять женщинам. При жертвоприношении такого оленя присутствовал шаман, который должен был уметь предсказывать. Участники поворачивались во время ритуала на восток и произносили слова благодарности и просили защиты и благополучия у солнца.

У **чукчей** (малочисленного коренного народа крайнего северо-востока Азии, расселившегося на территории от Берингова моря до р. Индигирки и от Северного Ледовитого океана до р. Анадыря и Анюя) к числу верхних существ (чукот. Ваыргын) относятся творец, рассвет, зенит, полдень, Полярная звезда. Полярная звезда – это кол, к которому, как олени, привязаны другие звёзды. Звёзды и созвездия часто представляются людьми. Например, Арктур – предводитель звёзд, Алтаир-Тараред из созвездия Орла – одно существо (Пегитген), которое раньше было родоначальником племени, Орион (Рультегнын) – горбатый стрелок из лука, а созвездие Льва – его жена и т.д. Солнце – богатый ездок на белых оленях, луна – солнце злых духов [13].

М.Б. Абсалямов считает, что культа Солнца, как такового, у чукчей не было, слаба также, по его представлениям, и божественная сила луны. Отношение к луне чукчей – оленеводов и охотников – основывалось на представлении о луне как о «солнце запада», т.е. темной стороне, как о прибежище злых и коварных сил, с которыми могут общаться только люди, знающие тайны этого мира. Поклонение луне поддерживается чукчами лишь боязнью перед ее злонаправленным могуществом, носит нерегулярный характер и не входит ни в какие годовые или другие циклы

праздников. В то же время люди рады ей, ее свету, и поэтому они защищают и оберегают луну. Это странное противоречие прочно бытовало в мировоззрении чукчей [1].

У чукчей солнце изображают на ручных мячах – это связано с мифами о похищении и возвращении небесных светил [13, с. 611].

Кеты – малочисленный коренной народ Сибири, живущий на севере Красноярского края. В основе религиозных представлений кетов лежал анимизм. Мир, делившийся на три сферы (верхний небесный мир, средний мир людей и нижний подземный мир) населялся множеством добрых и злых духов. Высшим добрым началом в кетской мифологии было небесное божество Есь. Низвергнутая на землю жена этого божества, Хоседэм, олицетворяла собой зло. Солнце в женском образе занимает одно из ведущих мест в кетской мифологии. Восток и юг – стороны восхода и полуденного расположения солнца – выделялись как стороны положительного начала, а природные явления, связанные с ними, олицетворялись в положительных образах, которые занимали в кетском пантеоне место главных. И только шаманы находились в прямых связях с Луной, часто получая от нее поддержку в своих коварных замыслах [1].

Культ Неба у кетов правильнее понимать, как почитание не собственно неба, а всех природных явлений, связанных с небом. И в первую очередь это относится к солнцу. Персонификации неба в образе Еся (Ее – небо) в кетской мифологии предшествовали представлениям о нем, как о живом существе высшего начала, ему приписывалась способность мыслить. Согласно представлениям кетов, только человек, медведь, злая Хоседам и Небо обладали способностью мыслить – имели семь ан – мысль, ум. В дальнейшем в шаманском культе получили развитие идеи о верхнем мире и Есе как о главном покровителе шаманов. Окончательное оформление образа Еся как верховного божества, произошло под влиянием христианства, не затронувшего глубоко народное мировоззрение. Однако это не исключает древних корней кетского монотеизма. В кетском фольклоре часто слово Ее – небо – употреблялось и в значении «солнце» [1].

Эвенки расселены по огромной территории, в Арктике – на побережье Яно-индигирской, Колымской низменностей, Северо-сибирской низменности к востоку от Хатангского залива. Культ солнца у эвенов проявляется и в обряде встречи солнца и нового года, и в традиционном танце «һээдьү» «дьэһэрийэ». Круговые движения хороводного танца эвенов «һээдьү» по ходу солнца означали, по предположению А.А. Алексеева, «воображаемое магическое солнце, которое брало своих детей в свой круг, и дети солнца – эвены, радуясь этому, посвящали ему танец һээдьэ матери-солнцу и отцу-небу» [2, с. 31].

У **саамов** – малочисленного финно-угорского коренного народа Северной Европы, проживающего в частности и на территории русской

Арктики в Мурманской области, пожалуй, сама разветвленная система солярных символов. Саамы считали солнце матерью всех животных, поскольку оно способствует увеличению их оленьих стад и дает тепло, чтобы молодые олени хорошо росли. Существует легенда о саамах как о детях солнца. Согласно Н.Н. Харузину, в религии народа саами «первый бог из числа богов второго разряда, богов сфер небенсных, – это Бейве или Пейве... Это бог солнца, или лучше сказать, само Солнце! Ему чаще других богов приносились жертвы [15, с. 142].

В среде саамов процветал шаманизм как древняя форма верований, в основе своей он был в тесной связи с поклонением душам усопших предков. Солнце было частью саамского бубна, напоминающего по форме солнце. Саамские бубны различаются в зависимости от места изготовления. Но почти все они имеют на наружной стороне обтяжки рисунки. Иногда в центре обтяжки бубна изображалось солнце, от которого отходили лучи, как бы разделяющие сферы деятельности различных существ [15, с. 143]. В некоторых отношениях к солнцу находятся боги некоторых праздничных дней, их символы в виде крестов помещались на бубне между «вожжами солнца» [15, с. 145].

Не случайно, символика национального флага саамов включает бубен шамана.

Мифы о солнце нашли отражение в устном народном творчестве саамов. По саамской легенде, Солнце – Пеййв – небесное божество, утром объезжает небо на медведе, в полдень запрягает оленя-быка, вечером пересаживается на важенку. У Солнца-Пеййва есть мать и три сестры – дочери Солнца-матери.

Согласно южно-саамской легенде дочь Солнца-матери, поймав диких оленей, приручила их и собрала оленье стадо. Именно она стала родоначальницей сыновей Солнца, один из которых стал родоначальником богатырей – Калла-паррнэ, то есть богатырских сыновей, которые изобрели лыжи и приручили оленей.

В восточно-саамских сказках Солнце – Пеййв – мужчина. Он похитил себе жену у Найнаса – сполоха северного сияния. Родилась у них дочь Салла-ниййт, вышла Салла-ниййт замуж за пастуха [4, с. 243-244].

Литературные сказки саамов тоже обращались к солярной тематике, например «Сказка о Солнце» П.П. Юрьева. В ней саамы нашли свое счастье, когда сто тысяч оленей принесло на своих рогах солнце [12, с. 112].

На севере, где большую часть года земля покрыта снегом, глазу человека особенно необходима разнообразная игра красок. Саамский народный орнамент создается вышивкой бисером, что является характерным именно для искусства саамов Кольского полуострова, среди основных элементов саамской вышивки круг (солнце), восход солнца, ромб (знак солнца), солнце, солнце и сопка [4, с. 209-210].

Солярные мотивы из древних представлений перекочевали в современную государственную символику коренных народов Арктики.

Слова из последней строфы официального Гимна саамов в переводе Юха Янхунена и Татьяны Нарлыковой с северносаамского языка звучат так:

Наши предки победили
всех злодеев в старину
и мы должны бороться, братья,
упрямо с угнетателем!
Народ ты крепкий, рожденный солнцем!
Враги тебя не победят...

Саамский флаг, который имеет следующий вид: на прямоугольном полотне синяя, желтая, зеленая, красная вертикальные полосы и в центре объединяющий их красно-синий круг. Символика флага – бубен шамана и стихотворение южносаамского поэта Андерса Фьельнера (1795-1876) «Сыновья солнца», в котором он описывает саамов как сыновей и дочерей солнца. Круг флага представляет собой солнце (красный полукруг) и луну (синий).

Флаг Чукотского автономного округа включает эмблему Российского флага в центре белого треугольника, что означает единое Российское государство (земля России); а жёлтый ободок вокруг эмблемы Российского флага на белом треугольнике означает, что в России солнце восходит (день начинается) именно с Чукотки.

Флаг Республики Саха (Якутия) представляет собой прямоугольное полотно, состоящее из четырех горизонтальных полос разного размера соответственно голубого, белого, красного и зеленого цветов. На середине голубой полосы расположен круг белого цвета. Белое солнце занимает большое место в якутской мифологии. Саха считают себя «детьми белого солнца».

Флаг Камчатского края представляет собой прямоугольное полотно из двух горизонтальных полос: верхней – белого, нижней – лазурного цвета с изображением фигур герба Камчатского края, расположенных в крыже: три вулкана разного размера чёрным цветом с посеребрёнными вершинами, с выходящим из каждой вершины червлёным пламенем в окружении серебряного дыма. За вулканами червлёнием по серебру изображено восходящее солнце. Вокруг солнца – национальный орнамент, состоящий из червлёных и лазурных треугольников, обведённых серебряным кантом.

Флаг Анадырского муниципального района Чукотского автономного округа Российской Федерации включает изображение северного оленя, а в верхнем углу у свободного края – птица на фоне солнца.

Человек в своей сознательной истории большую часть времени пребывал в мифе, посредством которого он оформлял и регулировал свою

жизнедеятельность, всю систему отношений с природой, обществом и с самим собой. Многовековое мифологическое миропонимание и мироотношение в процессе планетарного развития приобрело множество различных форм и проявлений. Эти явления составили суть многообразия культур в истории, однако каждая эпоха (культура), накладывая особый отпечаток на человека и преобразая его, не может изменить «истинно человеческое» обусловленное самой природой его становления [6, с. 9-10].

Основные мотивы солярных образов и сюжетов в мифологии и современной культуре коренных народов русского сегмента Арктики имеют особенности, обусловленные их локальным развитием. Однако в них присутствует значительный пласт духовной культуры, объединяющий эти представления, в мифологических представлениях о трёхфункциональном строении Вселенной (мирового дерева) выявляемые солярные образы и сюжеты в большинстве культур занимают центральное положение.

Литература

1. Абсалямов М.Б. Мифы Древней Сибири. Красноярск: Краснояр. гос. аграр. ун-т, 2004. 304 с.
2. Алексеев А.А. Забытый мир предков: очерки традиц. мировоззрения эвенков Сев.-Зап. Верхоянья. Якутск: Коммерч.-изд. фирма «Ситим», 1993. 93 с.
3. Афанасьев А.Н. Древо жизни: избр. статьи. М.: Современник, 1983. 464 с.
4. Большакова Н.П. Жизнь, обычаи и мифы кольских саамов в прошлом и настоящем. Мурманск: Мурман. кн. изд-во, 2005. 415 с.
5. Габышев Е.С. Культ солнца в мифологии якутов: проблема древних этнокультурных параллелей [Электронный ресурс]: автореферат на соиск. ученой степ. канд. ист. наук: 07.00.07 – этнография, этнология и антропология. СПб, 1999. 22 с. URL: <http://cheloveknauka.com/kult-solntsa-v-mifologii-yakutov> (дата обращения: 12.03.2019).
6. Зелинская Е.А. Мифы тюркских народов Сибири о небесных светилах [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2011. №4 (27). Т. 2. С. 157-159. URL: <https://moluch.ru/archive/27/2955/> (дата обращения: 02.03.2019).
7. Иванов В.В. Солярные мифы // Мифы народов мира: Энциклопедия / под ред. С.А. Токарева [и др.]. М.: Советская энциклопедия, 1980. С. 938-939.
8. Лар Л.А. Традиционная религиозно-обрядовая жизнь ненцев // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №62. С. 98-108.

9. О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 2 мая 2014 г. № 296 «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации [Электронный ресурс]: указ Президента РФ от 27 июня 2017 г. № 287 // Гарант: [сайт]: информ.-правое обеспечение. 2019. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71605322/> (дата обращения: 12.03.2019).
10. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации» на период до 2020 года»: постановление Правительства Рос. Федерации от 21.04.2014 № 366 // Рос. газ. 2014. 24 апреля.
11. Пашкевич О.И. Образ солнца в творчестве писателей Якутии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. №10-2 (40). С. 136-138.
12. Саамские сказки / пер. с саамского; запись, перевод, обработка, предисловие и примечания В.В. Чарнолуцкого; художник Н. Костров. М.: Гос. изд-во художественной литературы, 1962. 304 с.
13. Сказки и мифы у народов Чукотки и Камчатки / под ред. И.С. Брагинского [и др.]. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1974. 646 с.
14. Тайлор Э.Б. Первобытная культура. М.: Политиздат, 1989. 572 с.
15. Харузин Н.Н. Русские Лопари: очерки прошлого и современного быта. М.: т-во скоропеч. А.А. Левенсон, 1890. 472 с.

УДК 72.04:738.5(985)
ББК 85.146.1

М.А. Бобкова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО ОФОРМЛЕНИЮ ВХОДНОЙ ГРУППЫ ПОДЗЕМНОГО ПЕШЕХОДНОГО ПЕРЕХОДА В ГОРОДЕ МУРМАНСКЕ

***Аннотация.** Актуальность работы состоит в изучении функционирования подземных пешеходных переходов в современном городе и формировании в них средствами монументальной живописи информационного наполнения, отражающего исторические и культурные события, связанные с жизнью города и региона. Предполагается, что создание монументальных мозаичных панно в рамках эскизно-концептуального проекта по оформлению входных групп подземного пешеходного перехода позволит по-новому взглянуть на использование городских общественных пространств.*

***Ключевые слова:** монументальная живопись, мозаика, подземные переходы, дизайн среды.*

М.А. Bobkova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE DEVELOPMENT OF A PROJECT FOR THE DESIGN OF THE ENTRANCE GROUP OF THE PEDESTRIAN UNDERPASS IN MURMANSK

***Abstract.** The relevance of the work lies in the study of the functioning of underground pedestrian crossings in a modern city and the formation of information content monumental painting in them, reflecting historical and cultural events related to life of city and the region. It is assumed that the creation of monumental mosaic panels within the framework of a sketch-conceptual project for the design of the entrance groups of an underground pedestrian crossing will allow a new look at the use of urban public spaces.*

***Key words:** monumental painting, mosaic, pedestrian underpasses, environmental design.*

Подземные пешеходные переходы уже давно стали неотъемлемой частью дорожно-уличной системы городов, а, следовательно, и городских общественных пространств. На них возложена важная задача – разведение транспортного и пешеходного потоков, обеспечение безопасности участников дорожного движения.

Формирование комфортной городской среды является важным этапом в создании внешнего облика города, оно охватывает все элементы, формирующие архитектурно-художественный облик городского пространства. Характер города определяется его улицами и общественными пространствами.

Теоретической основой исследования являются краеведческие источники, отражающие развитие городского строительства Мурманска (А.А. Киселёва [1], И.А. Неруша [3] и др.; современные работы по исследованию развития монументального искусства в городской архитектурной среде (С.Н. Крылов [2] и др.).

Общественное пространство включает в себя все места, являющиеся общественной собственностью или места общественного пользования, открытые и доступные к пользованию для всех на бесплатной основе и не предполагающие извлечение прибыли. Такими местами, в частности, являются улицы, открытые пространства и общественные объекты.

Одним из инструментов создания комфортных общественных пространств является монументальная живопись. Она является частью монументального искусства и предназначена для декоративного украшения архитектурных ансамблей, пространств, общественных зданий, сооружений и промышленных объектов. Произведения монументальной живописи становятся источником дополнительного визуального повествования об истории города, о его пространствах и достопримечательностях, а кроме этого, нельзя недооценивать потенциал монументальной живописи для развития культурно-исторической и туристической привлекательности городов.

Особенностями монументальной живописи в формировании городских общественных пространств, являются:

- особый строй художественных форм, особенности пространственного восприятия (памятники, скверы, единое оформление жилых микрорайонов);
- простота и лаконичность композиции, использование простых и узнаваемых символов и изображений, вызывающих ассоциации, которые позволяют донести идею (смыслы) монументального сооружения или функциональное назначение архитектурного объекта до жителей города (театры, дворцы культуры, детские площадки);
- чёткость и обобщённость рисунка;

- большие цветовые массы, которые позволяют сформировать нужное впечатление или настроение у посетителей общественного пространства (объекты городской инфраструктуры), и крупный масштаб изображения, который усиливает величие и значение изображённого события или государственного деятеля в истории города или страны;
- продуманность ракурсов и перспективы, учитывающие восприятие произведения с больших расстояний и под различным углом зрения.

К монументальной живописи относятся: роспись; мозаика; витраж; изобразительное панно.

Проблемой некоторых видов монументального искусства является их сохранность и долговечность, зависящая от природных воздействий и влияния агрессивной городской среды. Опыт развития монументальной живописи в городской архитектурной среде позволяет сделать выводы, о том, что наиболее долговечными, не теряющими своих художественных свойств, устойчивыми к влиянию климатических, погодных условий и пребыванию в городской среде являются произведения, выполненные в технике монументальной живописи (сграффито) и мозаики (майолика и смальта). Если же учитывать антивандальные свойства этих видов живописи, то предпочтение будет отдано мозаике, так как материал, из которого она создаётся подлежит механической и химической очистке.

Мозаика (лат. *musivum* - посвящённое музам) – это особая техническая разновидность монументальной живописи, для создания которой в качестве основного художественного материала применяются разноцветные твёрдые вещества: смальта, натуральные цветные камни, обожжённая глина с цветными эмалями и т.п. Изображение в мозаике составляется из кусочков этих материалов, хорошо пригнанных друг к другу, укреплённых на цементе или специальной мастике.

Пешеходные переходы являются линейными объектами капитального строительства нормального уровня ответственности. Каждый пешеходный переход имеет адресную привязку к улично-дорожной сети города.

Подземный пешеходный переход включает в себя, как правило: тоннели, лестничные сходы, пандусы или подъёмное оборудование, технологические помещения и инженерное оборудование. В подземном пешеходном переходе предусматриваются системы инженерного обеспечения: электроснабжения, электрооборудования, водоснабжения, водоудаления, отопления, снегоудаления, а также вентиляция, диспетчерское управление, охранная сигнализация, видеонаблюдение.

Два подземных пешеходных перехода г. Мурманска относятся к однопролётным подземным пешеходным переходам с тоннельной частью прямоугольной или иной конфигурации, имеющими по одному выходу с каждой стороны. Железобетонные ограждения входа и выхода пешеходных

переходов представляют собой прямоугольные парапеты, возвышающиеся над тротуарами.

Пешеходный переход Кольского проспекта (Рис. 1), расположенный в Первомайском округе г. Мурманска, имеет железобетонные потолочные и напольные перекрытия, его стены и парапеты входной группы облицованы колотыми шлифованными кусками местного природного камня. Пешеходный тоннель перехода имеет подсветку.

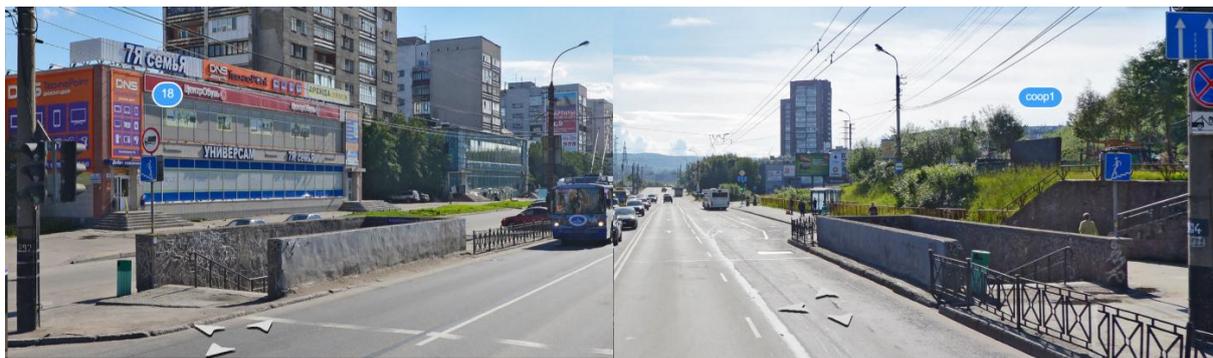


Рис. 1.

Расположение подземного перехода на пересечении Кольского проспекта и улицы капитана Пономарёва, Первомайский округ г. Мурманска

Строительство подземного перехода под Кольским проспектом в 1980-х годах позволило решить вопрос оптимизации транспортного движения и безопасности пешеходов на одной из проблемных развязок города. Первомайский округ в месте соединения с Октябрьским, в районе проспектов Ленина и Кольского, имел сложный природный рельеф и плотную жилую застройку вдоль будущей трассы, что ограничило при строительстве ширину Кольского проспекта, и соответственно его транспортную пропускную способность. Кольский проспект на долгие годы стал единственной дорогой, связывающей центр Мурманска с его южной частью.

Пешеходный переход под улицей Шмидта в Октябрьском административном округе был построен в 1980-х годах рядом с остановками общественного транспорта и пешеходного моста, ведущего к градообразующим промышленным предприятиям Мурманска (торговому, рыбному и морскому портам).

Подземный переход улицы Шмидта, расположенный в Октябрьском округе Мурманска, имеет железобетонные потолочные, стеновые и напольные перекрытия. Пешеходный тоннель перехода имеет подсветку.

Подземные пешеходные переходы Мурманска сохранили свой первоначальный облик и используются по своему функциональному назначению в настоящее время. Рассматривая подземные пешеходные

переходы г. Мурманска, можно сделать вывод о том, что они расположены в сложившемся городском пространстве. В Октябрьском районе (подземный пешеходный переход на ул. Шмидта) с одной стороны улицы Шмидта расположились жилые дома, с другой – пешеходный мост и железнодорожные пути. В Первомайском районе (подземный пешеходный переход на пр. Кольский) по обе стороны проспекта на сложном рельефе местности расположились жилые микрорайоны.

Появление объектов искусства в общественных пространствах современных городов становится все более частым явлением. Подземные пешеходные переходы начинают формироваться как зоны средового дизайна, в оформлении их входных групп, коридоров, тоннелей широко используются архитектурные, монументально-декоративные решения раскрывающие историю места, события, культурные традиции региона.

Исследование, проведённое в рамках данной работы, позволяет сделать вывод о том, что в общественных пространствах города возможны качественные изменения путём благоустройства и дополнения объектов произведениями монументальной живописи при сохранении их привычного средового образа.

Из двух подземных пешеходных переходов г. Мурманска, у перехода, расположенного на пр. Кольском, полностью отсутствует информационная составляющая, что при разработке эскизно-концептуального проекта даёт возможность создания для него нового художественно-информационного формата средствами монументальной живописи.

Для эскизно-концептуального проекта по оформлению входных групп подземного пешеходного перехода были выбраны две картины:

1. Картина «В Кандалакшском заливе. Белое море» (холст на картоне, масло, 30 x 49 см), 1896 год, Государственная Третьяковская галерея, Москва (Рис. 2). Автор: Александр Алексеевич Борисов (1866-1934).



Рис. 2. А. Борисов. В Кандалакшском заливе. Белое море. 1896 г., ГТГ

2. Картина «Мурманский берег» (холст, масло, 37 х 62 см), 1894 год, Государственная Третьяковская галерея, Москва (Рис. 3). Автор: Константин Алексеевич Коровин (1861-1939).



Рис. 3. К. Коровин Мурманский берег. 1894 г., ГТГ

Картины, выбранные для эскизно-концептуального проекта, были созданы более 100 лет назад. В настоящее время они находятся в собрании Государственной Третьяковской галереи и согласно статье 1281 ГК РФ «Срок действия исключительного права на произведение» являются общественным достоянием (Исключительное право на произведение действует в течение всей жизни автора и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора; исключительное право на произведение, обнародованное после смерти автора, действует в течение семидесяти лет после обнародования произведения, считая с 1 января года, следующего за годом его обнародования, при условии, что произведение было обнародовано в течение семидесяти лет после смерти автора).

В соответствии с вышеизложенным их изображения могут быть использованы для создания данного эскизно-концептуального проекта.

Обращение к истории освоения Русского Севера в эскизно-концептуальном проекте поможет создать новое информационное наполнение для объекта, связанное с историей г. Мурманска, и позволит формировать интерес и уважение к истории края у жителей и гостей г. Мурманска средствами монументальной живописи.

При выборе техники монументальной живописи для исполнения эскизно-концептуального проекта учитывались:

- возможность использования имеющейся основы – фронтальной стороны парапета входной группы подземного перехода;
- стойкость материалов исполнения проекта к влиянию климатических, погодных условий и внешних факторов городской среды,
- художественные характеристики и цветовая палитра материалов;

- долговечность материала, его антивандальная устойчивость, стойкость к механической и химической чисткам.

Наиболее отвечающим требованиям эскизно-концептуального проекта является создание монументального панно для входной группы подземного перехода в технике мозаики.

Для создания монументального мозаичного панно были рассмотрены следующие виды материалов:

1. Керамическая плитка, которая имеет большую цветовую палитру, но проигрывает в декоративности другим видам мозаики. При работе с ней возможны сколы на глазурованной декоративной поверхности плитки при подгонке модулей рисунка. Из всех видов мозаики она имеет самую низкую себестоимость.
2. Майолика имеет недостаточно широкую цветовую палитру, крупные размеры мозаичных модулей, возможность сколов глазурованной поверхности плиток. Наиболее предпочтительна при создании сюжетных и орнаментальных композиций.
3. Природный камень долговечен, но ограничен в цветовых решениях и уступает другим видам плитки в декоративности.
4. Смальта – это цветное декоративное стекло, отличающегося особой прочностью и непрозрачностью.

Перед другими видами мозаичных материалов смальта обладает бесспорными преимуществами:

- цветовой диапазон смальты от 300 цветов (заводское производство);
- до нескольких тысяч цветов (смальтовые мастерские). Палитра Императорских мозаичных мастерских насчитывала 12 000 цветов смальты;
- стойкость цвета – смальта со временем не теряет яркости и насыщенности цвета, не выцветает на солнце, ей не требуется специальный уход;
- высокая прочность – из-за минеральных добавок она обладает большой плотностью и твердостью, не бьётся и не трескается от ударов, не подвержена истиранию;
- устойчивость к негативным факторам внешней среды – смальта хорошо переносит большие перепады температур, является морозоустойчивой, не впитывает влагу, не расширяется при нагреве;
- экологичность – материал безопасен для здоровья человека, не выделяет токсинов и веществ, вызывающих аллергию. Использование стеклянных отходов при производстве смальты способствует защите окружающей среды.

При размещении монументальных смальтовых мозаик в городской среде следует помнить о глянце смальты, поэтому, во избежание бликования материала, дополнительного или точечного освещения для

мозаик не требуется. Оптимальным освещением для них является естественный свет или рассеянный свет уличного освещения.

При создании монументальных мозаичных панно для городской архитектурной среды, в основном, применяется техника прямого набора.

На предварительном этапе эскизирования проекта были проведены замеры и фотографирование входных групп подземного перехода, расположенного на Кольском проспекте (рис. 4; 5).

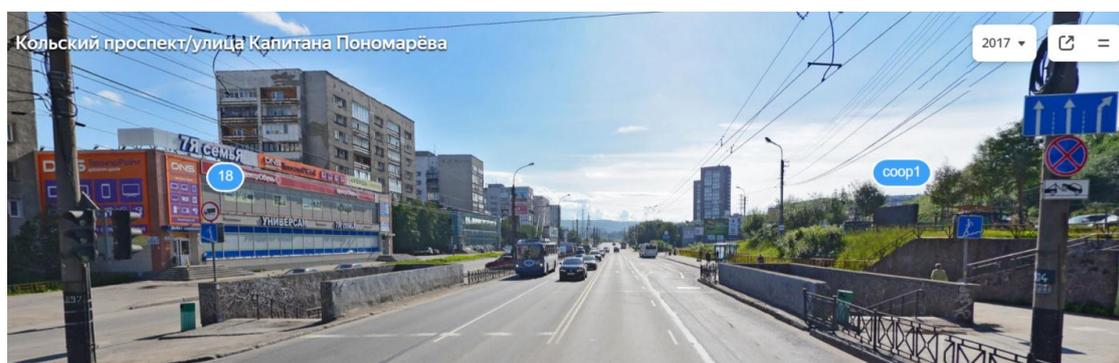


Рис. 4. Две входные группы перехода¹



*Рис. 5. Входные группы подземного пешеходного перехода
(пр. Кольский, г. Мурманск)*

В программе ARCHICAD была создана графическая визуализация эскизно-концептуального проекта – размещение мозаичного панно «В Кандалакшском заливе. Белое море» на парапете входной группы подземного пешеходного перехода (Рис. 6).

При дальнейшем развитии эскизно-концептуального проекта будет целесообразно дополнить стены пешеходного тоннеля подземного перехода

¹Кольский проспект, 11 на карте Мурманска [Электронный ресурс] // Яндекс.Карты: [сайт]. 2017. URL: <https://yandex.ru/maps/-/CKevUSPR> (дата обращения: 01.11.2019).

горизонтальным мозаичным бордюром, что позволит соединить входные группы и пешеходный тоннель в единый монументальный ансамбль.



Рис. 6. Визуализация эскизно-концептуального проекта подземного пешеходного перехода

Частота посещения перехода разновозрастной категорией пользователей, его доступность в любое время делают пространство подземного пешеходного перехода привлекательным для дальнейшего культурно-информационного развития. С этой целью возможно размещение на торцевых стенах пешеходного тоннеля антивандальных стендов с анонсами мероприятий культурной жизни Мурманска или выставочных стендов для знакомства жителей города с произведениями мурманских художников. Также необходимо рассмотреть вопрос оснащения тоннеля пешеходного перехода системой видеонаблюдения, светодиодным освещением.

Осуществление данного проекта отвечает задачам программы «Формирование современной городской среды на территории муниципального образования город Мурманск»¹ федерального приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды»².

¹Об утверждении муниципальной программы города Мурманска «Формирование современной городской среды на территории муниципального образования город Мурманск на 2018-2022 годы» [Электронный ресурс]: постановление администрации города Мурманска от 05.12.2017 № 3875 // Администрация города Мурманска [официальный сайт]. Мурманск, 2019. URL: https://www.citymurmansk.ru/poleznaya_inform/fkgs/programma/ (дата обращения: 10.11.2019).

²Федеральный приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды» [Электронный ресурс] // Администрация города Мурманска [официальный сайт]. Мурманск, 2019. URL: https://www.citymurmansk.ru/poleznaya_inform/fkgs/o_proekte/ (дата обращения: 10.11.2019).

Литература

1. Киселёв А.А., Тулин М.А. Улицы Мурманска. Мурманск: Кн. изд-во, 1991. 284 с.
2. Крылов С.Н. Актуальные технологии и техники монументальной живописи // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. №11-1(61). С. 85-87.
3. Неруш И.А. Города Кольского Севера: очерк истории стр-ва и формирования городов на Кол. п-ове. Мурманск: Кн. изд-во, 1978. 108 с.

УДК 008
ББК 65.497+60.523

Д.Н. Боровинская
БУ «Сургутский государственный
педагогический университет»
г. Сургут, Ханты-Мансийский
автономный округ-Югра, Россия

ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ КРЕАТИВНОГО ПРОДУКТА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация. В статье выделены экономические и культурные основания креативности в рамках подхода культурных индустрий. Проведён анализ актуальных зарубежных исследований в области культурных индустрий с целью определения содержания креативности во взаимодействии с экономикой и культурой.

Ключевые слова: культурные блага; культурные индустрии; креативные индустрии; культурное производство.

D.N. Borovinskaya
Surgut State Pedagogical University
Surgut, Khanty-Mansiisk
autonomous district-Ugra, Russia

THE APPROACH TO FORMATION OF A CREATIVE PRODUCT: FOREIGN EXPERIENCE

Abstract. The article highlights the economic and cultural foundations of creativity in the framework of the approach of cultural industries. The analysis of current foreign researches in the field of cultural industries is carried out in order to determine the content of creativity in interaction with the economy and culture.

Key words: cultural benefits; cultural industries; creative industries; cultural production.

Научная значимость изучения креативности обусловлена необходимостью совершенствования многогранной деятельности людей, формированием методов мотивации, изменением системы ценностей, проектированием возможностей и, в конечном счёте, решением практических задач общества.

С экономической точки зрения всё больший интерес вызывает креативность как процесс создания и распространения новой утилитарной ценности (т.е. наделённой потребительскими качествами), что является

результатом отражения социально-экономических проблем современной эпохи.

Для более полного определения объёма и содержания креативного продукта обратимся к подходу культурных (креативных) индустрий, выделим сущностные признаки и обозначим границы деятельности, в рамках которых формируется креативный продукт. Затем определим характерные черты производства культурных благ, к которым, по мнению зарубежных авторов, относятся креативные продукты.

Признаки культурных (креативных) индустрий

Одной из главных особенностей в исследовании культурных индустрий за рубежом является то, что креативность рассматривается как движущая сила, напрямую связанная с развитием новых условий труда, стилей жизни, форм общения.

Используя вместо термина «искусство» термин «символическая креативность», английский исследователь Д. Хезмондалш утверждает, что она составляет основу ключевых и периферийных культурных индустрий. Своё внимание автор акцентирует преимущественно на так называемой индустриализированной символической креативности и отводит культурным индустриям особую роль [7].

Индустрии, составляющие основу современной экономики, классифицируются как культурные и креативные. В международной практике большинство специалистов эти определения используют как альтернативные термины. На наш взгляд, это связано, в первую очередь, с особенностями понимания, выделения сущностных характеристик культуры.

Креативные индустрии активно используются в широком контексте политики информационного общества и тесно связаны с такими понятиями, как авторское право, средства массовой информации, общество знаний, интеллектуальная собственность [6].

В зарубежной литературе к категории креативных индустрий, помимо «информационных индустрий», относят «индустрии досуга», включая спорт и туризм, «индустрии развлечений», а также «медийные индустрии».

В своё время представители Франкфуртской школы критической теории Т. Адорно и М. Хоркхаймер термин «культура» приравнивали в идеальном её состоянии к искусству, а именно к особым формам человеческого творчества [5]. Столь узкое понимание культуры является предметом споров многих отечественных и зарубежных исследователей.

Если учитывать более широкую коннотацию термина «творчество», а именно как высшую и специфическую форму его развития, характерную для человека, то результаты всех культурных индустрий появляются благодаря исключительно высшему виду деятельности человека.

Развитие культурных (креативных) индустрий обусловлено экономическим контекстом культуры. Специалисты в этой области выделяют три разноплановых сегмента. Во-первых, искусство в традиционном его понимании (музыка, театр, изобразительные искусства и др.), в том числе и новейшие формы практик (видео-арт, компьютерное искусство). При этом к искусству, как правило, относятся индустрии, целью функционирования которых является получение прибыли.

Во-вторых, – это индустрии, занятые не только производством и распространением культурных товаров и услуг: широкое вещание (телевидение, радио), киноиндустрия, издательская деятельность, включая печать и публикации в электронном виде.

И, наконец, в-третьих, «к культурным индустриям зарубежные исследователи относят индустрии, в основном действующие вне культурной сферы, но производящие культурные продукты: реклама, маркетинг, туризм, архитектурные услуги» [1, с. 49-50].

Культурные индустрии представляют собой комплекс институтов (в основном коммерческих компаний, а также государственных и некоммерческих организаций), которые участвуют в производстве социального смысла. Д. Хезмондалш утверждает, что почти все определения культурных индустрий будут включать в себя телевидение (в том числе кабельное и спутниковое), радио, кинематограф, газеты, журналы и книгоиздание, звукозаписывающую индустрию, рекламу и исполнительские искусства. Всё это виды деятельности, первичной целью которых является общение с аудиторией, создание текстов [4].

В этом случае коннотации слова «культура» в современной функциональной ориентации, включающей так или иначе все три сегмента, обладают рядом характерных для подобной деятельности черт, среди которых специалисты чаще всего выделяют следующие: основания креативности; формирование и распространение символического смысла; тесная взаимосвязь продукта культуры с некоторой формой интеллектуальной собственности.

Данные характеристики применимы преимущественно к видам деятельности по созданию продуктов, имеющих отношение к интеллектуальным, художественным аспектам жизни человека. Учитывая всю сложность определения термина «культура» на современном этапе развития научной мысли, мы полагаем, что перечисленные выше черты не являются достаточным условием для того проецирования всего многообразия определений культуры на конкретный вид деятельности, так как разнообразные формы культурной деятельности – например, спорт и туризм, отдельные виды развлечений (киноиндустрия, видео- и компьютерные игры) или же программирование обуславливают

необходимость корректировки (изменения и расширения) перечня характерных черт.

С одной стороны, перечисленные характеристики вносят ограничения в культурную деятельность, так как при этом не учитываются параметры прикладной науки, которая не направлена на передачу смысла. А, с другой, – границы между видами деятельности по созданию креативного продукта становятся размытыми. Всё то, что имеет потенциальный влиятельный смысл на общественное сознание, соотносится с креативностью.

Культурные товары и услуги – результат культурных индустрий – представляют собой совокупность экономических и культурных ценностей. Однако в целом деятельность в сфере культурных индустрий нацелена, в первую очередь, на формирование и распространение ценности экономической. Интенсивная коммерциализация мира искусства есть твёрдое свидетельство влияния на него экономического фактора. Например, креатив на заказ, курс графического дизайна для тех, кто хочет превратить хобби в доход. Тесная взаимосвязь креативности и коммерции подробно представлена в работах П. Будье¹.

Учитывая то, что культурные индустрии представляют собой совокупность нескольких сфер одновременно, выделим ряд обобщающих их признаков:

- многообразие форм, обусловленных широтой охвата (искусство, интеллектуальная собственность, наука и т.д.);
- наличие в основе креативной составляющей;
- нацеленность на получение прибыли (креативность / коммерция);
- тесная взаимосвязь с искусством;
- превалирование символического смысла исходя из узкого понимания термина «культура».

Характерные черты культурного производства как процесса

В качестве основных составляющих культурного производства выделим собственно саму деятельность, предмет производства и средства производства.

Характеризуя деятельность по созданию новых культурных благ, следует отметить ряд важных моментов. Во-первых, рисковый характер, обусловленный тесной взаимосвязью с бизнесом. Культурные индустрии представлены преимущественно бизнес-структурами, производящими нематериальные товары. К ним относятся различные сегменты, составляющие, как правило, основу экономик многих развитых стран. Широкое распространение получили транснациональные корпорации, целенаправленно вкладывающие огромные средства в кино, телевидение.

¹Bourdieu P. The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field. Cambridge: Polity Press, 1996. 410 p.

Однако многие культурные товары, даже те, которые, казалось бы, просто обречены стать востребованными, успеха не имеют.

Процесс создания новых комбинаций, схем и алгоритмов характеризуется высоким уровнем неопределённости и риска, сложностью прогнозирования результатов, в том числе и жизненно необходимых.

Во-вторых, в качестве другой характерной черты особо стоит выделить высокий уровень конкуренции. Экономика представляет собой динамичную систему, в основе которой лежит креативность как источник конкурентного преимущества.

В-третьих, деятельность по созданию культурных благ является сложным многоуровневым процессом, и это не вызывает сомнения. С одной стороны, процесс может быть связан с рождением новой идеи. А, с другой, – внедрением этих новых идей, например, в форме результатов научных исследований и разработок в практику.

Ярким примером здесь может послужить инновационный цикл, который традиционно включает в себя период создания новации и жизненный цикл (внедрение, коммерциализация, рутинизация и превращение в традиционный продукт). Вначале рождаются идеи, в том числе и креативные, которые, безусловно, могут быть лишены практического смысла. Однако, на наш взгляд, креативность является не только предпосылкой для развития инноваций, так как это сложный процесс, имеющий результат; но и для производного креативности, инновации – это реализация на практике новой идеи, чаще всего полученной при помощи креативного мышления. И здесь мы согласимся с мнением британского специалиста Ч. Лэндри [2], что для успешного воплощения инновации в практическую деятельность недостаточно одной лишь творческой идеи, пусть даже и не исключающей её наличие.

Создание культурных благ следует отнести к деятельности более высокого и сложного труда, который требует более высоких издержек (рабочего, а порой и свободного времени), тем самым формируя и более высокую стоимость.

С экономической точки зрения специфика культурного производства на стадии создания заключается, во-первых, в сложности, а порой и невозможности вычислить труд, материализованный в создаваемом продукте. Во-вторых, – в отсутствии определённого алгоритма формирования окончательной стоимости культурных товаров и услуг.

В качестве основных черт деятельности по созданию культурных благ выделим следующие: риск; конкуренция; многоуровневость.

Создатели культурных благ

Первой особенностью современного подхода культурных (креативных) индустрий является то, что, с одной стороны, акцент делается на проектные группы, креативные классы, то есть, на тех, кто работает

профессионально, создавая и распространяя креативные продукты. И речь в данном случае не идёт о каких-то особо одарённых исполнителях. Появлению результатов культурной деятельности способствует сотрудничество нескольких индивидов на основе разделения труда. С другой стороны, «креативность не ограничивается креативным классом. В труде фабричных рабочих и даже самого низкооплачиваемого обслуживающего персонала всегда был свой творческий элемент» [3]. Элемент, возможно, и есть, однако это никоим образом не свидетельствует о наличии креативности, например, как системного процесса, непрерывной практики по созданию и реализации (внедрению) новых, ценных, часто утилитарных идей и артефактов у работников всех уровней производства.

В качестве второй особенности в исследовании создателей креативного продукта можно выделить широкое понимание того, кто относится к создателям культурных благ. Существующие варианты их иерархий основаны, как правило, на определённом перечне выполняемых работником функций. Например, Г. Гарднер отмечал существование пяти типов личности, проявляющей креативность. Это люди, решающие проблемы, создатели теорий, артистичные натуры и изобретатели, работники-энтузиасты и общественные активисты.

Анализируя черты создателей культурных благ, обратимся к структуре проектных групп, предложенной Б. Райеном, основу которой составляют: первичные креативные работники, технические работники, креативные менеджеры, маркетинговые работники, собственники и руководство, неквалифицированные и полуквалифицированные рабочие.

Третья особенность в рамках исследований культурных индустрий – это нацеленность на изучение условий, с которыми сталкиваются работники культуры.

Подводя итог, отметим, что за основу нашего анализа взят подход культурных индустрий, где внимание акцентируется на креативности особого типа, связанной с созданием и распространением культурных символов в форме культурных благ.

Развитие креативности связано с получением прибыли, удовлетворением потребностей и интересов, что провоцирует рациональное, осмысленное поведение людей в пользу экономически выгодного положения.

В качестве особенностей исследования креативности согласно подходу культурных индустрий, выделим следующие:

- узкая коннотация термина «культура» через символы;
- широкое понимание термина «искусство», тесно взаимосвязанное с креативностью;
- многовариантность использования креативности;

– наделённость креативного продукта одновременно и культурными и экономическими ценностями.

Литература

1. Боровинская Д.Н. Экономические и культурные основания креативности // Вестник Томского государственного университета. 2014. №388. С. 47-53.
2. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006. 397 с.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2011. 419 с.
4. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом Высш. школы экономики, 2014. 456 с.
5. Adorno T.W. The Cultural Industry: selected Essays on Mass Culture. Abingdon: Routledge, 1991. 210 p.
6. Garnham N. Concepts of culture – public policy and the cultural industries (Originally published as a discussion paper by the Greater London Council (1983): reprinted // Cultural Studies. 1987. Vol. 1. No. 1. pp. 23-37.
7. Hesmondhalgh D. Media Production. Maidenhead and Milton Keynes. London: Open University Press, 2006. 160 p.

УДК 316.7
ББК 60.523

Ф. Вэй

*«Северо-Западный Университет
сельского и лесного хозяйства»
г. Янлинь, провинция Шаньси, Китай*

Н.Н. Покровская

*ФГБОУ ВО «Российский государственный
педагогический университет
им. А.И. Герцена»
г. Санкт-Петербург, Россия*

ИЗУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ЛЕДЯНОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ

***Аннотация.** Развитие инфраструктуры и глобальная интеграция социально-экономических, политических и технологических платформ нуждаются в социокультурном фундаменте. Построение Полярного Шелкового пути как форма континентальной евразийской интеграции и как инструмент глобального развития может опираться только на построение системного инструментария взаимопонимания и согласования целей и ценностей. Для этого необходим общий социокультурный фундамент, формируемый при личных контактах и физическом посещении в рамках туризма и при общении через разнообразные сети с учетом знакомства и взаимного интереса. Туристический и культурный обмен служат эффективным средством решения задач социокультурного сопровождения развития Арктики.*

***Ключевые слова:** социокультурный фундамент, социокультурное сопровождение, туризм, Арктика, сотрудничество.*

Wei Feng
North-West A&F University
Yanling, province Shaanxi, China

N.N. Pokrovskaja
The Herzen State Pedagogical University of Russia
St. Petersburg, Russia

THE STUDY AND DEVELOPMENT OF CULTURE IN THE ARCTIC ZONE OF RUSSIA: THE SOCIOCULTURAL SUPPORT OF THE POLAR SILK ROAD

Abstract. *The infrastructure development and global integration of socio-economic, political and technological platforms need a sociocultural ground. The construction of the Polar Silk Road as a form of continental Eurasian integration and as a tool for global development can only be based on the construction of system tools for mutual understanding and harmonization of goals and values. This requires a common sociocultural background, formed by personal contacts and physical visits as part of tourism and communication through a variety of networks and media, taking into account acquaintance and mutual interest. Tourist and cultural exchange are an effective means of solving the problems of sociocultural support for the development of the Arctic.*

Key words: *sociocultural background, sociocultural support, tourism, Arctic, cooperation.*

The development of the digital society and economic growth requires the expansion and improvement of the infrastructure. The projects of development in economic, societal, political fields are concentrated on the connectivity and communication in the physical form – the transport network (hubs, sea and air ports, roads and pipelines, navigation, etc.) and telecommunication equipment (space satellite and land stations for wireless signal transmission, wire networks with the new high volume of data transfer such as fiber-optic cables, etc.). The gap of efforts for analysis and design is observed in the field of the symbolic communication and of the cultural, educational and research infrastructure that can assure smoother mutual understanding, negotiations and agreements.

This paper deals with the socio-cultural background that is necessary for the development of the societal, economic and technological cooperation on the territory of Arctic zone. The socio-cultural infrastructure includes the language and communicative tools' adaptation for the international development of the Arctic zone, the knowledge transfer and translation of the values and norms as behavioural models is to be facilitated with the travelling experience, the tourism and cultural exchanges are the important tools to be used for the development of the contacts.

The Arctic zone is a subject of considerable interest from the point of view of three main aspects: environment, resource and transport. The development of the Arctic territories today is the subject of interest of many national countries and regional integrations from the northern America and Western Europe. The Asian development is also concerned with the Arctic exploration, especially, in the framework of building the way of the "snow dragon".

China is constructing now the important initiatives to include the polar territories into the global network for the world infrastructure. The Chinese-Russian collaborative projects in the field of the development of the Arctic zone become strategic task for the development of the both countries, Russian Federation and People's Republic of China. This is determined by the need to expand the mineral and raw materials base of the Russian economy and the growth of the geopolitical significance of this region.

The shift of the approaches to the Arctic development is observed during last decade. Previously Western European countries focused on the conservation of the polar environment, now the European policies privilege the rational use of natural resources and territories in political, military and commercial purposes. The broad international participation and observance of advanced standards are dominating principles, with the development of alternative energy, ecosystem management aimed at conserving biodiversity and taking into account the values of traditional culture small-numbered peoples, the creation of water-territorial clusters with the participation of universities and research centers. In North America, priority is also given to the development of high-tech industries, increasing the share of the information economy in the Arctic region, the development of environmental and transport infrastructure [7].

Asia is also interested in the development of the Arctic, political priorities are concentrated on the design and expansion of the transport connectivity, the Chinese Belt and Road Initiative includes the project of the Ice Silk Road as a part of the logistics for the world trade. Initially proposed in 2013 by China's president Xi Jinping as One Belt One Road initiative (the official outline was issued on 28 March 2015), the program was enriched with the different ways and includes now the land based Silk Road Economic Belt with 6 continental "economic development corridors" and 2 maritime Silk Roads – the 1st Century Maritime Silk Road and the Polar Silk Road, referring to the Northern Sea Route within the official documents of the Belt and Road initiative. On 28 January 2018, the State Council Information Office of the People's Republic of China published a white paper, titled "China's Arctic Policy", vowing to actively participating in Arctic affairs. The document is a blueprint for China's Arctic strategy and its ambition to develop a "Polar Silk Road" under the "Belt and Road Initiative". The land based Silk Road Economic Belt and the both southern and northern maritime Silk Roads are understood as complement to each other regarding the strategic integration of the regions under Belt and Road initiative.

Until recently, the Russian Federation did not pay enough attention to the development of the Arctic zone. In fact, only the Russian Academy of Sciences had a specialized program of scientific research focused on Arctic territories with funding of 200 million rubles, approved by the Decree of the Presidium of the Russian Academy of Sciences on February 11, 2014 No. 22 [5]. Specificity of the approach to the development of the Arctic zone in the Russian Federation, defined in the latest regulatory documents [1; 3; 4] consists, on the one hand, in the allocation of support to the zones, on the other hand, in an integrated approach to the implementation of strategic projects.

The strategic development planning takes into account different aspects: geopolitical, social, ecological, economic, sectoral. The development of the region's alternative energy base requires the new approaches to the use of the different opportunities, e.g., Rosatom adopts a program of creating a line of nuclear reactors of small and medium power, including dual-use technologies [6]. Examination of the competitiveness of the territories takes into account the economic side (capital and current costs), but also the problems of reliability, environmental safety, the possibility of autonomous functioning, etc. [8]. The environment-friendly technologies are often perceived as inexpedient for the economic reasons, but the nuclear energy is the safest solution from the both financial and ecological points of view.

The cultural aspect is mentioned within the documents on the Belt and Road Initiative, as one of the five cooperation priorities that include:

1. Policy coordination. Promotion of intergovernmental cooperation, multi-level intergovernmental macro policy exchange and communication mechanism.
2. Facilities connectivity. Improvement of connectivity of infrastructure construction plans and technical standards systems.
3. Unimpeded trade. Reduction of investment and trade barriers, promotion of regional economic integration.
4. Financial integration. Coordination and cooperation in monetary policy, set-up of financing institutions.
5. People-to-people bonds. Cultural and academic exchange and dialogue, media cooperation.

The cultural and research cooperation is presented as dialogue that precedes all negotiations. The values that are implemented today for the policies towards the Arctic development are based on the civilization priorities which were born in the Western culture. The easternization of society and economy [10] demonstrates the new need to the better mutual understanding among the contractors on the level of political and social negotiations and among the representatives of the concrete companies and of the local populations. The question of preserving the life style of the small-numbered northern peoples is only one facet. The cultural diversity has the huge impact on the results of the common initiatives to develop

the region, that is why the purpose of this paper is to demonstrate the role of the tourism and cultural exchange for the conformity and efficient functioning of the political and economic agreements.

The culture is considered as a specific value, but the cultural mechanisms play the functional role for smooth cooperation and for identifying the common goals and objectives as well as the rules and procedures to be implemented.

The cultural mechanisms necessary for the efficient collaboration include:

- the coordination of the values helps to determine the objectives and aims of the common projects, Chinese-Russian or Asian-European negotiations are built on the basis of the reciprocal appreciation of the mentality and the vision;
- the normative rules are embedded in the long-term history of the peoples practices, the coordination of the ways of acting is necessary to construct the similar logic and consequent steps of doing;
- the social mechanism of trust is fostered on the ground of the long-term shared experience of contact. The tourist sector is a great way to make acquaintance between peoples. The era of the social media helps to improve the place image with the individuals’ reports of being there, of exploring the polar circle life and experience;
- individuals are flexible in getting agreements when they know better each other. The social contacts can be enhanced through the wide cultural events organized for the representatives of the different peoples which are interested in the development of the region.

These mechanisms of enhancement of the socio-cultural background are not exhaustive and reflect only the essential elements to take into account for the development of the polar territories [9]. The tourism serves as the multifaceted tool for enhancing the dialogue and mutual understanding because of the wider perception of the local reality by the travellers.

The mentioned cultural mechanisms can use the corresponding sectors and industries as it is reflected in the Table 1:

Table 1

Functional role of cultural mechanisms to enhance the cooperation

Cultural mechanism	Function	Sectors and tool to fulfil the function
Values scale	Aiming, purpose for cooperation	Cultural heritage, art objects and chef d’oeuvres of local artists, writers, painters, etc. help to understand the priorities and significance of different elements of life within the local tradition, that is fundamental for efficient negotiations. Cultural exchange and spread and presenting the inherited works is a tool to enhance the values’ scale coordination

Behavioural norms and patterns	Acting	The infinite diversity of the reality' aspects and significant elements influence the practices, the tourism is the helpful tool to make acquaintance
Trust, shared experience	Wider and deeper understanding	The shared past is necessary to built up the future, the common interests are to be constructed on the basis of the higher probability of the mutual respect of obligations, of cases and practices as proofs of the reciprocal efficiency and sustainability, reliability
Social capital and media	Contacting, getting in contact	The punctual contacts by the information space of internet or other physical or virtual ways help to enlarge the mutual basis of cases, representations and ideas of the specific features of life and action. The social media play important role for territorial communication and place and companies' branding, the industries and organizations are investigated from different points of view that are aggregated with social media and give an integrated image

The impact of the cultural and scientific exchange, of tourism development and contacts between individuals is worth to assure the networking [2, p. 204-215] of the Arctic zone development as a very specific territory with its beauty and its high requirements towards humans who live and work there. The real cooperation needs the ground of human experience to build up an efficient construction for the development of the territory and people.

Литература

1. Государственная программа Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации [Электронный ресурс] // О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2014 г. № 366: постановление Правительства Рос. Федерации от 31.08.2017 № 1064 / Правительство России: [офиц. сайт]. М., 2019. URL: <http://static.government.ru/media/files/GGu3GTtv8bvV8gZxSEAS1R7XmzloK6ar.pdf> (дата обращения: 17.09.2019).
2. Маркетинговая архитектура и эффективность Евразийской экономики: коллективная монография / под науч. ред. Г.Л. Багиева, И.А. Максимцева. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. 463 с.
3. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: указ Президента Рос. Федерации от 01.12.2016 № 642 // Электронный фонд правовых и нормативно-

- технических документов / АО Кодекс. СПб., 2016. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420384257> (дата обращения: 15.09.2019).
4. О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года [Электронный ресурс]: указ Президента Рос. Федерации от 08.02.2013 № Пр-232 // Гарант: [сайт]: информ.-правое обеспечение. 2013. URL: <http://base.garant.ru/71796486/> (дата обращения: 17.09.2019).
 5. Павленко В.И., Подоплекин А.О., Куценко С.Ю. Система фундаментальных научных исследований в Арктике и реализация геополитических интересов циркумполярных стран // Арктика: экология и экономика. 2014. №4 (16). С. 86-92.
 6. Паспорт программы инновационного развития и технологической модернизации Госкорпорации «Росатом» на период до 2030 года (в гражданской части). М., 2016. 76 с.
 7. Пилясов А.Н. Прогнозное развитие регионов российской Арктики: трансформация пространства, внешние связи, уроки зарубежных стратегий // Арктика: экология и экономика. 2011. №2 (2). С. 10-17.
 8. Саркисов А.А., Смоленцев Д.О., Антипов С.В., Биладенко В.П., Шведов П.А. Экономическая эффективность и возможности применения атомных энергоисточников мегаваттного класса в Арктике // Арктика: экология и экономика. 2018. №1 (29). С. 4-14.
 9. Трифонова Н.В., Эпштейн М.З., Покровская Н.Н., Ковалева А.С. Особенности управления крупными арктическими проектами // Финансовая экономика. 2018. №6. С. 1609-1613.
 10. Pokrovskaja N.N., Wei F. Easternisation of innovative growth: China-Russia infrastructure development // Вестник факультета управления СПбГЭУ, 2018. №3-1. С. 436-440.

УДК 338.48:791.43(470.21)
ББК 65.433+85.370,9

А.Г. Голов
МОУ Молочненская СОШ
пгт. Молочный, Кольский район,
Мурманская область, Россия

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ СЕРИАЛЫ КАК ВОЗМОЖНОЕ СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ НА КОЛЬСКИЙ ПОЛУОСТРОВ

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы развития туристического бизнеса на Кольском полуострове – возможно один из перспективнейших способов привлечения финансовых потоков, развития социально-экономической сферы региона. Автор высказывает предположение, что при недостатке средств в местном бюджете на развитие туристической инфраструктуры, привлечение туристов в Мурманскую область можно активизировать за счёт создания телевизионного сериала, снятого на территории региона.

Ключевые слова: туризм, Кольский полуостров, Мурманская область, телевизионный сериал, привлечение туристов.

A.G. Golov
Secondary school
Molochny, Kola district,
the Murmansk region, Russia

DOMESTIC TV SERIES AS A POSSIBLE MEANS OF ATTRACTING TOURISTS TO THE KOLA PENINSULA

Abstract. This article discusses the development of tourism business on the Kola Peninsula – perhaps one of the most promising ways to attract financial flows, the development of the socio-economic sphere of the region. The author suggests that if there is a lack of funds in the local budget for the development of tourist infrastructure, attracting tourists to the Murmansk region can be activated by creating a television series filmed in the region.

Key words: tourism, Kola Peninsula, Murmansk region, TV series, attraction of tourists.

Привлечение туристов (их денег) – одна из важнейших задач администрации и представителей бизнеса любого региона в любой стране мира.

Мурманская область в этом отношении – весьма перспективна, в настоящее время она только начинает (по большому счёту) становится привлекательным для туристов регионом России. До начала 2010 годов единственным, пожалуй, туристически привлекательным местом был Хибинский горный массив (горнолыжные спуски, альпинистские маршруты для любителей экстремального отдыха). Ситуация изменилась после выхода на мировые экраны фильма «Левиафан» (2014 год, режиссёр Андрей Звягинцев). Часть натуральных съёмок проходили в Териберке – селе на Мурманском побережье Кольского полуострова.

После этого в Териберку устремились туристы не только из России, но и из других стран, в том числе граждане Китая. Следует отметить, что гостей из Поднебесной эти места манят ещё и тем, что зимой здесь можно наблюдать северное сияние.

Вообще же туристов привлекают, и будут привлекать:

- относительно небольшое расстояние от обеих столиц (Москвы и Санкт-Петербурга) – соответственно полтора и день пути по железной дороге;
- очень красивая природа (обилие сенсорных впечатлений).

К негативным составляющим развития туризма в нашем регионе следует отнести следующие:

- ограничение передвижений по Мурманской области (ЗАТО, пограничная зона, заповедники);
- большое количество моногородов (Заполярный, Мончегорск, Никель и другие), как следствие плохая экология, промзоны, которые «не привлекают» потенциальных туристов – людей, например, с хроническими заболеваниями органов дыхания и не красят пейзаж;
- туристическая инфраструктура недостаточно развита – не рассчитана на людей с достатком ниже среднего, горнолыжные базы в Хибинах уступают по уровню комфорта не только европейским, но и подобного рода горнолыжным курортам в России, к примеру – на Северном Кавказе;
- плохо разработаны туристические маршруты (пример – не охвачены бывшие становища на Мурманском берегу, исключения – Териберка).

Купирование негативных составляющих – дело долгое и весьма дорогое (областному бюджету на решение этих проблем не рассчитан). Каким же образом, возможно, увеличить туристическую привлекательность региона? Вопрос этот не праздный и не риторический, а имеющий исключительно прикладное значение.

Выход: не «изменение реальности в лучшую сторону», а «создание улучшенного образа реальности» посредством «важнейшего из искусств» – кино.

Привлекательность Кольского полуострова (сюда же можно отнести и Карелию) для кинематографистов наблюдается уже давно.

Киноэкспедиции для натуральных съёмок фильмов «Сибири», «Дальнего Востока» и даже «Украины» в наш регион обходились гораздо дешевле, чем, если бы их снимали там, где действие развивалось по сценарию.

Подробные сведения о фильмах, которые снимались на Кольском полуострове можно найти в книге Дмитрия Еромолаева «Мурманское кино» [1].

Но во всех этих картинах внимание зрителей практически не акцентируется на факте принадлежности «киноряда» к нашему региону. Помимо этого, фильмы и сериалы эти не создают у смотрящего их человека ощущения привлекательности региона, стремления сюда приехать.

Между тем, сериальная продукция является в наше время, гораздо более востребованной и воздействующей на сознание людей с гораздо большей эффективностью (продуктом масс-культуры), чем кинофильм, который мы идём смотреть в кинотеатр, покупаем поп-корн и т.д.

Чем сериал более «удобен»? Как правило, его смотрят в удобное для себя время на компьютере, планшете, мобильном телефоне в поездке, в гостях, в обеденный перерыв на работе и, конечно же, дома (в некоторых семьях сериал становится ещё одним её «членом»).

Некоторые из сериалов являются высокохудожественными произведениями, поднимающими важные вопросы, и оказывающие значительное эмоциональное воздействие на зрителей разных стран.

К числу таких сериалов можно отнести «Клан Сопрано» («The Sopranos», 1999-2007, режиссёр Дэвид Чейз), «Во все тяжкие» («Breaking Bad», 2008-2013, режиссёр Винс Гиллиган), «Игра престолов» («Game of Thrones», 2011-2019, создатели Дэвид Бениофф и Дэниел Бретт Уайсс) и др. Эти сериалы вызывают и «туристический», если можно так выразиться, интерес к тем местам, где происходили их натурные съёмки.

«Клан Сопрано» – штат Нью-Джерси, США.

«Во все тяжкие» – город Альбукерк, штат Нью-Мексико, США.

«Игра престолов» – Северная Ирландия, остров Мальта, Хорватия, Исландия и Марокко.

Люди со всего мира стремятся туда, наверное, затем, чтобы ощутить чувство личной сопричастности с героями и событиями полюбившегося сериала.

Транспорт, гостиницы, кафе и рестораны, выпуск и продажа сувенирной продукции, проведение фестивалей способствуют созданию рабочих мест, приносят значительные доходы бизнесменам, и, соответственно, увеличивают налоговые доходы в местный бюджет.

Это и является главной целью использования телесериалов для привлечения туристов в наш регион.

Каким же должен быть сериал, способный привлечь и удерживать внимание зрителей, прежде всего, как кинопродукт, и, впоследствии вызвать «туристический» интерес к Кольскому полуострову.

1. Сериал должен быть длительным: как минимум три, а лучше четыре-пять сезонов.
2. Он должен быть захватывающим, зрители должны с нетерпением ждать каждую следующую серию (сезон).
3. Сериал должен показываться по платным каналам, должен быть выложен в сеть «Интернет» (в нём будут откровенные сцены и сцены насилия, присутствовать ненормативная лексика) – сериал обязательно должен быть ориентирован, прежде всего, на «продвинутую молодёжь» – самую мобильную и при этом достаточно обеспеченную в материальном отношении часть российских граждан (и не только российских).
4. Отрицательные персонажи сериала должны вызывать чувство эмпатии, они должны быть обаятельными, на них должно хотеться быть похожим (ярчайший пример из классической русской литературы – Печорин, сериальный – Тони Сопрано).
5. Сюжет и герои сериала должны у зрителя ассоциироваться с собственной жизнью, с ним самим. Поэтому герои не должны быть идеальными / супергероями, они не должны быть, образно выражаясь, из «Marvel Cinematic Universe».
6. В основе сюжета должен быть детектив, вариант – исторический детектив, детектив с элементами мелодрамы. Это не должна быть фантастика, тем более – фэнтези, так как качественный продукт в этом секторе создать крайне сложно. Успех «Игры престолов» по большей части обусловлен великим циклом «Песнь льда и пламени» Джорджа Мартина. Зададимся риторическим вопросом: Где найти другого такого автора?
7. Фильм должен быть «динамичным», события не должны «затягиваться», диалоги героев должны быть содержательны и экспрессивны, сюжет должен быть богат неожиданными поворотами. В этом отношении можно упомянуть шведско-датский сериал «Мост» («Bron» / «Broen», 2011-2018, создатель Ханс Розенфельдт) – успешный проект, вызвавший целый ряд ремейков в разных странах. Единственный, по мнению автора статьи, недостаток – в фильме не показаны места, куда хотелось бы приехать (исключение –

Эресуннский мост¹ (Öresundsbron / Øresundsbroen)).

8. Сериал должен получать необходимую финансовую поддержку на всех этапах организации съёмочного процесса и на этапе продвижения фильма. Сериал должен сниматься профессиональной съёмочной группой. В этой связи для работы над этим проектом можно заключить соглашение с компанией НВО (Home Box Office) или другим производителем сериальной продукции мирового уровня.

Региональные органы власти должны оказывать полное содействие съёмочной группе. Все вопросы, связанные с компетенцией федеральных властей решаются ещё до начала съёмок.

Успешный сериальный продукт в кратчайшие сроки (в течение 2-3 лет) привлечёт в область существенные финансовые потоки в виде доходов от туристического бизнеса. Это быстрый, эффективный и малозатратный путь увеличения доходов региона.

Литература

1. Ермолаев Д.А. Мурманское кино: книга-фильм. Мурманск: Опимах, 2017. 408 с.

¹ Эресуннский мост (дат. Øresundsbroen, швед. Öresundsbron) — совмещённый мост-тоннель, включающий двухпутную железную дорогу и четырёхполосную автомагистраль, через пролив Эресунн. Это самая длинная совмещённая дорога и железнодорожный мост в Европе, соединяющие столицу Дании Копенгаген и шведский город Мальмё [Электронный ресурс] // Википедия - свободная энциклопедия: [сайт]. 2019. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эресуннский_мост (дата обращения: 02.11.2019).

УДК 008:7.012
ББК 71.46

А.Ю. Демшина
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный институт культуры»
г. Санкт-Петербург, Россия

ФОРМЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ДИЗАЙНЕ XXI ВЕКА

***Аннотация.** В современную эпоху дизайн является не только формой создания эстетики и эргономики конфигурации окружающего человека жизненного мира, но и способом трансляции и утверждения культурных ценностей, частью идеологических стратегий. В XXI веке дизайн играет важную роль в маркетинге территорий, формировании туристической и инвестиционной привлекательности регионов. Культурное наследие в таком контексте воспринимается максимально широко: традиционная культура, этнические традиции, художественная культура, культурные стереотипы, достижения промышленности и природные особенности могут стать основой построения концепции создания дизайн-продукта, понимаемого как часть определённой маркетинговой стратегии. Выступая формой реализации ценностей и идей, дизайн пытается проектировать и корректировать поведение человека, влиять на его ценностные ориентиры.*

***Ключевые слова:** дизайн, культурное наследие, актуальные стратегии дизайна, социальные медиа, властный потенциал дизайна.*

A.Yu. Demshina
St. Petersburg State Institute of Culture
St. Petersburg, Russia

FEATURES OF THE PRESENTATION OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE XXI CENTURY

***Abstract.** In the modern era, design is not only a form of creating aesthetics and ergonomics of the configuration of the world surrounding the person, but also a way of transmitting and approving cultural values, part of ideological strategies. In the XXI century, the design plays an important role in the marketing of territories, the formation of tourist and investment attractiveness of regions. The cultural heritage in this context is perceived as widely as possible: traditional culture, ethnic traditions, art culture, cultural stereotypes, industry achievements and natural features can become the basis for constructing the concept of creating*

a design product, understood as part of a certain marketing strategy. Acting as a form of realization of values and ideas, design tries to design and adjust human behavior, to influence its value orientations.

Key words: *design, cultural heritage, actual design strategies, social media, design's power potential.*

В современную эпоху дизайн является не только формой создания эстетики и эргономики конфигурации окружающего человека жизненного мира, но и способом трансляции и утверждения культурных ценностей, частью идеологических стратегий. В XXI веке дизайн играет важную роль в маркетинге территорий, формировании туристической и инвестиционной привлекательности регионов. Культурное наследие в таком контексте воспринимается максимально широко: традиционная культура, этнические традиции, художественная культура, культурные стереотипы, достижения промышленности и природные особенности могут стать основой построения концепции создания дизайн продукта, понимаемого как часть определённой маркетинговой стратегии. Культурное наследие в эпоху глобализации или встраивается в актуальные культурные практики, продолжает развиваться здесь-и-сейчас или воспринимается определённым уникальным культурным опытом, объектом сохранения, реставрации. Эти две формы осмысления культурного наследия на сегодняшний день являются ведущими формами отношения дизайна к культурным ценностям. Телесность дизайн-продукта способна создавать эффект присутствия в бытие человека здесь – сейчас, поэтому властный потенциал дизайна оказывается чрезвычайно востребован в коммерческих и гуманитарных целях. Э. Гуссерль утверждал: «Жизненный мир уже всегда присутствует для нас, ведущих в нём бодрствующую жизнь, он заранее существует для нас и составляет «почву» всякой, теоретической или внетеоретической, практики» [2, с. 193]. В рамках визуального и тактильного взаимодействия человека и дизайн-продукта происходит проникновение определенных идей и норм поведения. Согласно идеям Э. Гидденса, автора концепции «интенсифицированной рефлексивной модернизации», человечество реализует проекты, трансформирует материальные и социальные условия жизни на основе абстракций, на которые влияют СМИ и система образования [4]. Дизайн попадает в систему подобного проектирования репрезентуя визуальный абрис абстракций, участвует в формировании коммуникаций.

Обладая способностью встраиваться в окружающую действительность, визуализировать идеи, дизайн способен выступать как носитель определенным идеологий, стандартов и ценностей. О дизайне как о средстве утверждения определённого поведения человека, а через него и некоторых моральных ценностей размышлял Б. Латур: «Свойства

артефактов способны заставить человека изменить свое поведение, так как содержат «скрипты», сценарии действия, как сценарий кинофильма содержит инструкции для поведения актёров в рамках определённой роли» [3]. Скандинавский дизайн через эническо-экологическую эстетику вынуждает потребителя внимательнее относиться к проблемам экологии, японский дизайн костюма утверждает ценности японской культуры как актуальные для бытия в современном постинформационном мире. В такой ситуации опора на культурное наследие предстаёт особым трендом, обладающим аурой укорененности, освоенности в человеческом бытии, за счет чего предмет наделяется дополнительными достоинствами, аурой подлинности. Обратная ситуация, когда в процессе встраивания в новые идеологии культурное наследие теряет свою нарративную оболочку; в таком случае происходит искажение или стирание отсылки к первоисточнику, предмет предстаёт как симулякр или как абсолютно новый суперактуальный концепт. В тоже время первоисточник остаётся в архиве коллективного культурного наследия для последующих интерпретаций. Показательный пример, использование в модном дискурсе концепта «скандинавский» или «северный» орнамент, который, по сути, является результатом смешения принципов композиции, элементов, цветового решения из традиционного костюма различных народов севера. С точки зрения историка или культуролога подобная вольность выглядит настоящей катастрофой и варварством, но в рамках дизайна и моды такой подход выглядит обоснованным. С другой стороны унификация туристической дизайн-продукции превращает культурное наследие в симулякры, в которых культурная память эксплуатируется в коммерческих целях, теряя изначальные смыслы. Концептуализация и архивация конкретного феномена как части культурного наследия так же является динамичным процессом. Последние десятилетия идет расширение конгломерата артефактов и концептов, попадающих в такой ранг. Можно говорить об активном включении феноменов актуальной культуры в зону культурного наследия. По такому же принципу в сферу интереса дизайна попадают артефакты, идеи, концепции прямо или косвенно связанные с культурным наследием.

Общество потребления озабочено не удовлетворением реальных потребностей человека, а формированием новых, вынуждающих осваивать новые вещи из иллюзорной необходимости моды или актуальных культурных трендов. Дизайн-решение и имя бренда в такой ситуации превращаются в важный конкурентный аргумент. Для определенных целевых аудиторий «no-name дизайн» оказывается такой же стратегией продвижения. Принципы работы с культурным наследием основаны на реконструкции, переосмыслении, интерпретации, деконструкции. Развитие интернета и других средств коммуникации привели к увеличению

критериев ранжирования целевых аудиторий. Сдерживающим фактором оказывается обратная сторона развития доступности и скорости коммуникаций – большая информированность и, как следствие, большая разборчивость потребителей, ряд из которых готовы вступать в публичное обсуждение качеств продукта и дизайн-идей. Культурное наследие его удачное или не удачное использование в различных целях так же становится отдельной темой в социальных сетях, подобные обсуждения сегодня способны принести результаты. Недавний характерный пример, публичное возмущение японцев новой коллекцией нижнего корректирующего белья под названием «Кимоно» созданной К. Уэстом и К. Кардашьян. Японская общественность по всему миру выступила в социальных сетях против пренебрежительного отношения к культурному наследию своей родины. Мэр г. Киото написал Ким Кардашьян официальное письмо, настоятельно рекомендуя переименовать бренд: «Кимоно – это наследие, которое мы бережно храним и передаем следующим поколениям. Название «кимоно» – достояние всего человечества, поэтому его нельзя монополизировать». В результате название бренда было изменено на «Solutionwear». Другой пример, не уважительная по отношению к китайской культуре, реклама итальянского бренда Dolce & Gabbana, которая привела к отказу от вещей этого бренда многих известных людей и уменьшению доверия к бренду¹. Подобные примеры демонстрируют важность уважения к своему и чужому культурному наследию в современной культурной ситуации.

Отличительным качеством современности является сосуществование различных социокультурных норм и образцов, оцениваемых не как противоречия, а как различные актуальности, составляющие своеобразный «архив» стилей и ценностей. Еще в 1960-е годы XX века Г. Саймон отмечал: «Дизайн провоцирует человека на любование видом вещей, призывает к усмотрению их смысловой целостности» [5, с. 55-56]. Уникальность вещи, ручной труд, воссоздание традиционных технологий в такой ситуации обретают особую ценность. Возвращение традиционных технологий, их сочетание с современными технологиями приводят к формированию новых дизайн-идей. Ручная работа, малотиражность видятся альтернативой давлению общества потребления, способом не только найти свой индивидуальный образ, но и выразить свои ценностные установки. Обращение к ручному изготовлению тканей (или имитация ручного труда), использование материалов из традиционных материалов (войлок), использование техник, связанных с культурными традициями (вышивка, бисероплетение) делают визуальное и тактильное восприятие вещи особым. Машинная имитация подобных техник делает подобные вещи более

¹Распопова О. Рианна-гейша и D&G против китайцев: 8 расистских скандалов в мире моды [Электронный ресурс] // Thecity.m24.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://thecity.m24.ru/articles/869> (дата обращения: 05.11.2019).

доступными для широких слоев потребителей. В итоге у современного потребителя есть выбор: элитарное потребление через уникальные дизайнерские продукты, самостоятельное создание уникальной вещи или использование продукции масс-маркета. К культурному наследию приравнивают и винтажные вещи, связанные с костюмом, бытом, техникой недавних десятилетий: от дедушкиной кружки с изображением пионеров до бабушкиного пальто из «того самого сукна». Не случайно на современном рынке достаточно большое количество имитаций и примеров эксплуатации культурного наследия недавнего прошлого. Отдельный вопрос вызывает эксплуатация самого дизайна и феноменов культурного наследия в контексте популярности идеи саморазвития личности, которая должна быть способна искать виды деятельности, соответствующие запросам самой личности и общества, иметь возможности и навыки для успеха в выбранном виде деятельности. Освоение традиционной культуры и культурного наследия видятся способом развития личности, инструментом успешности, формой развития креативного потенциала личности.

Взаимодействие элитарного и массового в дизайне становится инструментом обновления моды, проводником идеи демократизации культуры, доступности художественных ценностей. Узнаваемость становится особым трендом в эпоху геопозиционирования и социальных сетей. На первый план выходит яркий визуальный образ, сигнализирующий о предпочтениях человека, его реальной или виртуальной оригинальности; демонстрирующий связь с определенным нарративным пластом или географической точкой, культурным пространством. Футболка с профилем А.С. Пушкина или фото на фоне «Медного всадника» в г. Санкт-Петербурге становятся частью образа персонажа в социальных сетях. В эпоху социальных сетей актуализировалась идея конструирования ситуаций, провозглашенная Ги Дебором и другими участниками Ситуационистского интернационала, как искусство создания самоорганизованных городских ситуациях, которые проживаются теми, кто в них участвует [6, с. 38]. Подобные ситуации могут быть, как принципиально не фиксируемы (ряд иммерсивных представлений) или изначально создаваться для транслирования в виде фото или видео. Дизайн подобных событий сегодня отдельная форма продвижения культурного наследия, связанного с городской средой или природными ресурсами. Можно говорить об отдельном «дизайнерском образе» артефакта или локации в социальных медиа, о геолокационном двойнике, существующим отдельно от реальности или желания отдельных людей или организаций.

Для современного человека подобной ситуацией может стать знакомство с культурным ландшафтом или посещение экопарка, предусматривающее погружение в среду отличную от привычной или связанную с историей культуры региона. Дизайн подобных площадок

становиться важной частью территориального маркетинга. Основой для позиционирования может стать как историческое событие, так связь с реальной или воображаемой известной личностью, уникальность природных условий, архитектурно-художественные особенности и т.д. Без дизайн-концепции подобные локации не выглядят достаточно привлекательными для посетителей. Примером может быть работа над горным парком «Рускеала», по созданию архитектурно-ландшафтной концепции или позиционирование города «Мышкин» как «Мышиного царства» на основании интерпретации значения географического названия. Дизайн-реконструкции предметов быта, костюма, артефактов, локаций, связанных с различным пониманием исторических, культурных, мифологических, литературных или фантазийных миров в реальном или виртуальном мире стали в XXI веке отдельной индустрией. От компьютерных игр, персонажи которых отдалённо напоминают героев различных мифов, по стечению игровых обстоятельств, оказавшихся в одной локации, до создания продуктов мерчандайзинга связанных с литературными героями или огромное количество сувенирной продукции, напоминающей об исторических событиях. Принципы работы с культурным наследием остаются теми же: реконструкция, переосмысление, интерпретация, деконструкция.

Дизайн-сопровождение кроме создания и оформления локаций подразумевает огромную работу по созданию артефактов: от сувенирной продукции до презентации в социальных сетях. «Когда технологии используются, они всегда помогают формировать контекст, в котором они выполняют свою функцию. Они помогают формировать человеческие действия и восприятие, создавать новые практики и образ жизни. Это явление было проанализировано как «технологическое посредничество», – утверждает П. Вербек в известной работе «Мораль в дизайне» [8]. Утверждение ценности того или иного объекта оказывается недостаточным фактором для привлечения внимания современной аудитории. Поэтому дизайн использует современные рекламные технологии и сам является маркетинговой стратегией продвижения культурных ценностей в различных целях. Современный человек подчас не хочет тратить время на поиски удачного ракурса или точки для съёмки. Организаций мест для фотографирования и видеосъёмки важный элемент продвижения подобных мест. Взгляд через камеру телефона или объектив фотоаппарата придает особую ценность объекту как в глазах смотрящего через объектив, так и для зрителей. На практике, к сожалению, переживание участников часто связано ни с культурной средой, а с процессом фотографирования для социальных сетей. Схема «studium и punctum», предложенная Д. Бартом помогает описать двоякость реакции на фото-видео результаты самоорганизованных ситуаций. Studium создается социально-культурным

контекстом восприятия того или иного артефакта, логикой контекста. Punctum по идее французского философа характеризует ощущение укола, неконтролируемой эмоции от изображения [1].

Продуманный дизайн пространства и раскрытие коммуникационного потенциала приводят к вынужденному Punctum, подготовленному дизайн-оболочкой самого артефакта и дизайном его презентации, создающими пред - эмоции и пред - ожидания. Опасность таится исключительно в обмане ожиданий потребителей. Это в эпоху тотальной коммуникации может привести к понижению репутации, поставить под сомнение ценность.

Дизайн подобных мест гарантирует не только популярность локации, но и безопасность. Культурное наследие в такой ситуации перестает быть декорацией, становится площадкой для новых ощущений, переживаний. Культурная среда видится частью личной истории, проживаемой личностью, а не просто информацией или абстрактной ценностью. Дизайн объекты обладают лишь интенцией к реализации определенного действия или идеи, решения всё-таки принимает сам человек. П. Вербек отмечает, что роль технологий в качестве посредника связана не только с заложенной в артефакт создателем идеей и набором «скриптов», но зависит от человека использующего, артефакт или технологию [7, с. 371].

Дизайн в эпоху тотального маркетинга и систем коммуникаций становится формой трансляции и утверждения ценности определённых идей и артефактов. В ситуации тотальности социальных медиа авторами и экспертами в области дизайна, утверждающими успешность или неуспешность интерпретации конкретных культурных ценностей выступают не только люди, бренды или организации, но и коллективное сознание активных пользователей социальных медиа. Это сообщество анонимных и известных авторов разнообразного виртуального контента, создающих точку зрения, репутацию и оценку событию.

Наиболее распространенными формами презентации культурного наследия в дизайне являются: реконструкция (ценность максимальной подлинности или её иллюзия), включение в актуальные социокультурные и художественные практики (ценность актуальности), организация пространств и коммуникаций для событий (ценность личного, субъективного переживания); коммерческое осмысление в различных целях (ценность успешности); саморазвитие личности и развитие креативного подхода (ценность творческого как уникального). Принципы работы с культурным наследием основаны на реконструкции, переосмыслении, интерпретации, деконструкции. Таким образом, дизайн-продукт может рассматриваться как не нейтральный по отношению к культурному наследию. Выступая формой реализации ценностей и идей, дизайн пытается проектировать и корректировать поведение человека, влиять на его ценностные ориентиры.

Литература

1. Барт Р. Camera lucida: комментарий к фотографии. М.: Ad Marginem, 2011. 267 с.
2. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Введение в феноменологическую философию. СПб: Фонд Университет: Владимир Даль, 2004. 398 с.
3. Латур Б. Нового Времени не было. Эссе по симметричной антропологии. СПб: Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге, 2006. 240 с.
4. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press, 1991. 256 p.
5. Simon H. The Science of Design: Creating and Artificial // The Sciences of the Artificial / Simon H. Cambridge: MIT-Press, 1969. pp. 55-56.
6. Situationist International Anthology / ed. by K. Knabb. Berkley, CA: Bureau of Public Secrets, 2006. 532 p.
7. Verbeek P.P. Materializing Morality: Design Ethics and Technological Mediation // Science, Technology, & Human Values. 2006. Vol. 31. No. 3. pp. 361-380.
8. Verbeek P.P. Morality in Design: Design Ethics and the Morality of Technological Artifacts // Philosophy and Design. 2008. Vol. 1. pp. 91-103.

УДК 792
ББК 85.330

Т.И. Ерохина
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный
педагогический университет им. К.Д. Ушинского»
г. Ярославль, Россия

СОВРЕМЕННОЕ ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО: ЗАРУБЕЖНЫЕ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ

***Аннотация.** Современное театральное пространство представляет собой сложный конгломерат, с трудом поддающийся упорядочиванию и выявлению единых векторов развития. Динамичность, нестабильность, разнообразие форм, соединение разнородных тенденций – все это позволяет говорить о насыщенности, актуальности и многозначности формирования и развития современного театра.*

***Ключевые слова:** театральное пространство, современный театр, современная культура.*

T.I. Erokhina
Yaroslavl State Pedagogical University
named after K.D. Ushinsky
Yaroslavl, Russia

THE MODERN THEATER SPACE: FOREIGN AND DOMESTIC PRACTICES

***Abstract.** The modern theater space is a complex conglomerate, which is difficult to organize and identify common vectors of the development. Dynamic, instability, the variety of forms, combination of dissimilar tendencies – all this allows us to speak about the richness, relevance and ambiguity of the formation and development of modern theater.*

***Key words:** theater space, modern theater, modern culture.*

Вместе с тем, многоуровневость театрального пространства (как зарубежного, так и отечественного) даёт нам возможность провести определенные сопоставления, позволяющие обнаружить общность театральных поисков, которые, при всем многообразии, касаются, прежде всего, поиска нового языка, игры с традиционными принципами театральности или, напротив, принципиального отказа от того, что принято называть традицией, созданием новых форм, обращением к новым смыслам и жанрам.

Поиски нового языка происходят, прежде всего, на уровне переосмысления театральности, которая традиционно понималась в теории театра как совокупность специфических свойств театра как особого вида искусства, как специфические выразительные средства, присущие театральному искусству.

Изменение представлений о театральности наиболее явно стали происходить в театральной эстетике рубежа XIX-XX веков. В зарубежной теории театра трансформация представлений о театральности связана с эстетикой Антуана Арто, Бертольда Брехта, Ролана Барта, Патриса Пави, Ханса-Тиса Лемана и др. Не останавливаясь специально на трансформациях дефиниции «театральность», отметим, что главным прорывом в понимание театральности становится перемещение театральности из сферы эстетики в сферу антропологии, переводом театральности за пределы театра и искусства в целом, понимание театра как жизни и жизни как театра.

Создается новое семиотическое поле театральности: театральность пространства, поведения, нового языка, эксперимента. Театрализация оказывает воздействие на все сферы современного бытия.

В своем исследовании мы обозначили основные тенденции развития и трансформации современного театрального пространства, обратившись к театральным практикам, которые уже завоевали свое место в современной культуре и имеют представителей в зарубежном и отечественном театре.

В современном театральном пространстве особое место занимает *пластический театр*, соединяющий театр форм и элементы театра танца, и позиционирующий себя как «не-танец» или «театр танца». Наиболее показательны в этом направлении поиски, представленные в театре П. Бауш, Ж. Наджа, Г. Мяцкявичюса.

Отдельную нишу занимает *театр художника*, в основе которого внимание к ассоциативному ряду и визуальным образам, создающим сложные взаимосвязи между замыслом режиссера, их реализацией художником и восприятием зрителей. Среди наиболее показательных «визуальных» театров – театральные постановки Ж. Наджа, Т. Кантора, М. Тальхаймера, Д. Крымова.

Наибольшие споры вызывают театральные постановки, по отношению к которым философы, театроведы и культурологи применяют различную терминологию. Чаще всего эти постановки относят к *авангардистскому, постмодернистскому или постдраматическому театру*. Круг режиссеров, работающих в этой направлении достаточно широк: Т. Остермайер, Ф. Касторф, Р. Уилсон, Ю. Бутусов, В. Фокин, К. Богомолов, А. Могучий.

Если все указанные выше тенденции объединены, прежде всего, наличием определенных театральных традиций или игрой с этими традициями, и представлены театральным пространством (его

моделированием, функционированием, эволюцией и трансформацией), то обозначенные ниже практики напротив – стремятся выйти за пределы театра, итогом чего становится выстраивание новых отношений со зрителем, моделирование нового диалога, использующего различные способы коммуникации. Предельная вовлеченность публики в процесс эстетического взаимодействия с создателями театральной постановки демонстрирует новый ракурс театральности и приводит к появлению новых форм театральности.

Это *театр перформанса*, в котором произведение составляют действия художника или группы в определенном месте и в определенное время; *социальный и документальный театр*: Rimini Protokol, театр Doc, в рамках которого активно представлен, в частности, спектакль-променад; *иммерсивный спектакль* (Punchdrunk), создающий эффект полного погружения зрителя в сюжет постановки, где зритель становится полноправным участником происходящего.

Среди новых форм можно также обратить внимание на театральные практики *энвайронмента*, которые представляют собой целостное арт-пространство, созданное художниками, инженерами, техниками, а также на *play-back театр*, действие в котором строится на импровизации – историях, рассказанных зрителями и воплощенных актерами.

Таким образом, современное театральное пространство, разрушая границы и выходя за рамки театра, моделирует новое диалогическое пространство и создает культурные коды современной эпохи, что свидетельствует о важных изменениях, происходящих сегодня в обществе. Будучи выразителем общественных умонастроений, театр стремится к поиску новых смыслов, ставит новые вопросы и открывает новые горизонты в понимании мира и человека.

Литература

1. Богданова П.Б. Историко-культурный цикл: российское театральное режиссерское искусство во второй половине XX-начале XXI века [Электронный ресурс]: автореферат на соиск. ученой степ. д-ра культурологии: 24.00.01 – теория и история культуры. М., 2018. 51 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/istoriko-kulturnyi-tsikl-rossiiskoe-teatralnoe-rezhisserskoe-iskusstvo-vo-vtoroi-polovine> (дата обращения: 02.11.2019).
2. Вислова А.В. Русский театр на сломе эпох: рубеж XX-XXI веков [Электронный ресурс]. М.: Университетская книга, 2009. 271 с. URL: https://thelib.ru/books/anna_vladimirovna_vislova/russkiy_teatr_na_slome_epoh_rubezh_xx_xxi_vekov.html (дата обращения: 02.11.2019).

3. Ерохина Т.И., Кукушкина Е.С. Феномен иммерсивного театра в современной отечественной культуре [Электронный ресурс] // Верхневолжский филологический вестник. 2019. №1 (16). С. 214-222. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-immersivnogo-teatra-v-sovremennoy-otechestvennoy-kulture/viewer> (дата обращения: 02.11.2019).
4. Леман Х.-Т. Постдраматический театр. М.: ADCdesign, 2013. 311 с.
5. Отургашева Н.В. Театр и театральность: современные трансформации [Электронный ресурс] // Человек. Культура. Образование. 2013. №4 (10). С. 22-31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teatr-i-teatralnost-sovremennye-transformatsii/viewer> (дата обращения: 01.11.2019).

УДК [069.9:7]:378
ББК 79.2+85.127.5

**З.Ю. Желнина,
Е.Ю. Терещенко**
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются основные цели и задачи работы галереи регионального искусства и пути модификации выставочной деятельности на базе Мурманского арктического государственного университета. Делается вывод об актуальности развития арт-пространства университета и включения проектно-выставочной деятельности в программы подготовки студентов Института креативных индустрий и предпринимательства, развитию открытых массовых онлайн курсов и формированию арт-коллекций в формате мультимедиа.

Ключевые слова: проектно-выставочная деятельность, арт-пространство, арт-галерея.

**Z.Yu. Zhelnina,
E.Yu. Tereshchenko**
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE ORGANIZATION OF DESIGN AND EXHIBITION ACTIVITIES OF THE UNIVERSITY IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES

Abstract. The article examines the main goals and objectives of the work of regional art gallery and ways of modifying exhibition activities on the basis of the Murmansk Arctic State University. The conclusion is made about the relevance of the development of the art space of the university and the inclusion of design and exhibition activities in the training programs for students of the Institute of Creative Industries and Entrepreneurship, the development of open massive online courses and the formation of art collections in the format of multimedia.

Key words: design and exhibition activities, art space, art gallery.

В настоящее время университеты уделяют большое внимание проектным технологиям в процессе профессиональной подготовки и развития творческой инициативы студентов. При этом технологии выставочной деятельности стремительно развиваются, и сегодня можно говорить о том, что организация выставки занимает собственную профессиональную нишу с уникальными компетенциями специалистов музейных экспозиций, городских арт-пространств, ремесленных-мастерских, художественных галерей, торгово-промышленных выставок.

В контексте развития креативных индустрий выставочные проекты актуальны и в образовательной деятельности. Многие программы профессиональной подготовки уже не могут обойтись без презентации результатов обучения в выставочном пространстве. И если раньше это были прикладные проекты в художественном, дизайнерском или инженерном образовании, то сейчас специальностями, связанными с выставочной работой, стали туризм, сервис, медиажурналистика, библиотечное дело и многие другие направления.

Креативные индустрии занимают всё больше места непосредственно в образовательных технологиях университетов. Такая ситуация заметно меняет проектно-ориентированное обучение в вузе.

Несмотря на увеличение объема информации и рост прикладных решений в сфере выставочных проектов, следует выделить несколько проблем, которые проявляют себя в поле именно образовательных практик. Одна из важных проблем – это недостаток выставочных пространств, которые можно свободно использовать для учебной деятельности, так как музеи, выставочные залы, галереи реализуют собственные планы работы, связаны деловыми обязательствами, экономическими задачами, поэтому учебные выставочные проекты появляются здесь лишь эпизодически. Следующая проблема – отсутствие пространств и выставочных событий минимизируют личный опыт студентов, снижают возможности достижения специальных компетенций уже на стадии обучения в университете. Поэтому для вуза очень важно сформировать собственную практику выставочной работы, создать действующее арт-пространство и его программу развития.

Важно, чтобы выставочное пространство университета было технологически прогрессивным, здесь должны проходить события, которые позволят вузу конкурировать в сегменте выставочной деятельности. Отсюда возникает проблема разработки и реализации долгосрочной стратегии выставочного пространства вуза с привлечением наиболее передового опыта работы галерей, выставок и связанных с ними практик. Для оценки такой стратегии логично заложить как образовательные задачи, например, вовлеченность студентов и число выставочных проектов, так и показатели значимости выставочного пространства для города и региона.

Мурманский арктический государственный университет (МАГУ) является опорным вузом региона, то есть его работа во многом связана с задачами повышения привлекательности жизни в Мурманской области, которая представляет западный сектор российской Арктики. В русле исследований специфики развития арктических регионов всё большее внимание уделяется гуманитарным технологиям и ресурсам креативных индустрий, значительно меняющих облик индустриальных городов Арктики. Культурные события и креативные кластеры составляют новую силу, которую учитывают, в том числе, в экономических инвестиционных проектах, так как эти креативные индустрии имеют большое влияние на социальный капитал территории [1; 4].

Арт-галерея «Отпечаток» – это выставочное пространство, организованное на базе Мурманского арктического государственного университета. Здесь ежегодно проводятся многочисленные выставки работ студентов и преподавателей. Галерея организывает и проводит проекты в сфере креативных индустрий, поддерживает инициативу в развитии творческого потенциала молодых художников и гостеприимно принимает заслуженных мастеров. Галерея ведёт активную деятельность по экспонированию результатов творческих проектов в рамках стратегического проекта «Креативный город-территория развития». В системе задач модернизации её работы наиболее важными и сложными необходимо признать создание её виртуального аналога и повышение числа участников образовательного курса, представляющего выставочную работу не только как художественно-эстетическую деятельность, но и как продукт экономики впечатлений.

Актуальность исследования, целью которого является поиск надежных методик и ресурсов, необходимых для успешной стратегии развития арт-пространства вуза, определена ростом технологических решений выставочной работы, а также комплексом образовательных задач, которые обязан реализовать университет в русле профессиональной подготовки студентов.

Университет всегда берет на себя обязательства быть трендсеттером в профессиональной подготовке, поэтому применяемые образовательные технологии должны отвечать вызовам времени. Это определяет главную проблему – трансформировать тренды и инновации в технологию и методику повседневного обучения.

Разработка стратегии развития арт-пространства вуза включено в сегмент его проектной и креативной деятельности, входит в общую Стратегию развития МАГУ, этому предшествовала работа по проведению событий и выполнению грантов, касающихся творческих студенческих проектов, ориентированных на создание арт-объектов и социальных пространств для повышения качества городской среды. Студенческие

проекты вошли в коллаборацию с научными исследованиями в рамках проекта «Креативный город – территория развития» [2]. Опыт реализации этого университетского проекта был представлен на нескольких международных конференциях и к настоящему времени на его основе сформированы несколько образовательных курсов для таких направлений подготовки бакалавров как «Дизайн», «Туризм», «Сервис», а также магистерской программы «Художественное образование и медиадизайн». Эти учебные курсы раскрывают специфику функционирования креативных индустрий и завершаются проектами, что, безусловно, актуализирует задачу систематизации коллективного портфолио и повышения продуктивности работы самого арт-пространства, где выставочная деятельность будет сочетаться с мастер-классами и профессиональными дискуссиями. Таким арт-пространством в МАГУ является галерея «Отпечаток», где непрерывно проводятся выставки работ студентов, художников и дизайнеров, которые являются гостями и партнерами университета. Работа галереи известна и многообразна, но при этом назрела необходимость достижения нового уровня деятельности галереи [2].

Образовательная деятельность по направлениям, связанным с креативными индустриями, является предметом научных исследований, в том числе проводятся тематические опросы студентов, которые позволяют сделать вывод о том, что многие из них не только готовы активно пользоваться продуктами креативных индустрий, но и предполагают получить опыт работы в этой сфере [3].

Следует подчеркнуть, что поиск решения лежит в поле образовательных технологий, где важны намерения и инициатива самих студентов, поэтому интересные результаты дает опрос студентов, который позволяет установить потенциал их активности в арт-пространствах и освоении компетенций выставочной деятельности.

В ходе опроса, проведенного в сентябре 2019 г. среди студентов Института креативных индустрий и предпринимательства, были задано 15 вопросов, посвященных технологиям обучения в сфере экономики впечатлений, креативных индустрий и перспектив творческих профессий. В опросе приняли участие 40 человек.

На первый вопрос «В современном обществе набирает силу выставочный бизнес. Как Вы считаете почему этот тренд нарастает?» были даны следующие ответы: «это маркетинг, товаров много, поэтому их надо продвигать» (30 %); «это экономика впечатлений, людям не нужны товары, им нужно увидеть что-то новое, уникальное» (30 %); «это образ жизни городского человека – досуг в арт-пространствах, бизнес подстраивается (30%); «в мире много нефункциональных, бесполезно интересных вещей – их привлекательность нужно монетизировать, отсюда специфический бизнес» (10%).

С утверждением «Считаете ли Вы, что качество жизни в городе зависит от числа и активности функционирования арт-пространств?» «полностью согласен» (10 %); «скорее не согласен» (40 %); «скорее согласен» (40 %); «абсолютно не согласен» (10 %).

На вопрос «В провинциальном городе нет необходимости развивать выставочные пространства, лучше повысить мобильность жителей, чтобы они могли чаще ездить в большие города и там посещать выставки разного типа?» ответы распределились почти поровну («полностью согласен» (20 %), «скорее согласен» (25 %), «скорее не согласен» (30 %), «абсолютно не согласен» (25 %)).

Часть вопросов была посвящена организации виртуальных арт-пространств. Здесь респонденты однозначно высказались в пользу развития цифровых технологий в искусстве.

Утверждения, что «Многие музеи, культурные центры создают виртуальные экскурсии. Выскажите мнение, насколько такое решение повышает привлекательность культурного объекта?» поддержали «безусловно, это повышает знание об объекте и его привлекательность» (50 %), назвали виртуальные экскурсии «вынужденной мерой в условиях жесткой конкуренции, но не влияющей на интерес к культурному объекту» (20 %), выбрали следующие высказывания: «виртуальные и реальные экскурсии интересны для разных целевых аудиторий», «виртуальные экскурсии разрушают культурный диалог», «виртуальные экскурсии сейчас однотипны, им нужен сценарный, авторский подход» (30 % респондентов распределились одинаково (по 10 % за каждое высказывание)).

На вопрос «Есть ли у Вас опыт посещения виртуальных экскурсий?», практически все ответили положительно «да, я очень часто прохожу виртуальные экскурсии» (15 %), «да, я иногда смотрю виртуальные экскурсии» (80 %); «нет, не смотрю, я к ним равнодушен», «нет, не смотрю, мне они не нравятся» (5 %).

На вопрос «Если бы Вам предложили работу по составлению текстов для виртуальных выставок, с какой вероятностью Вы бы согласились работать на постоянной основе?», респонденты ответили, что «обязательно соглашусь, это отличное предложение» (43 %); «думаю, что можно согласиться только на работу по совместительству» (30 %); «такую работу можно рассматривать как хобби или волонтерство» (17 %); «затрудняюсь ответить, не думал, что такая работа бывает» (10 %).

Респонденты также согласились, что «В среднесрочной и долгосрочной перспективе все выставки уйдут в электронную среду». «Полностью согласен» (30 %), «скорее да, чем нет» (40 %), «скорее нет, чем да» (20 %), «абсолютно не согласен» (10 %). Важной проблемой можно считать низкий уровень представленности материалов, связанных с художественным творчеством и креативными событиями в медийном пространстве региона.

Наиболее наполненной является новостная лента с краткими заметками и репликами об арт-событиях на официальных сайтах музеев, учреждений культуры. Сейчас практически у всех муниципальных учреждений в сфере культуры имеются персональные сайты, которые предоставляют информацию о видах деятельности, афишу, фотогалерею и архив, перечень платных услуг. При этом работа по развитию таких направлений как мультимедийные музеи, галереи и тематические гиды-навигаторы для путешественников находятся на стартовом уровне, что во многом связано с разрывами в профессиональной подготовке действующих специалистов арт-сферы. Эти разрывы появились в связи с усилением роли цифровых технологий, для которых необходимо менять контент, структуру и форму подачи материалов, следить за скоростью подачи обновлений, а также возникла задача объединять предметные выставки с их виртуальным аналогом. Фактически сейчас необходимы команды с новым видением арт-площадок и новыми подходами к управлению их деятельностью.

Следующая группа вопросов была направлена на выяснения опыта и потенциальных возможностей респондентов в разработке выставочных проектов. На вопрос «Выставки какого типа Вы с удовольствием посещаете?» большинство ответов были отданы художественным классическим выставкам (50 %), остальным формам (творческий неформат, торгово-промышленные, мультимедийные, выставки-ярмарки, технические-интерактивные) было отдано меньшее количество голосов (по 10 % на каждый формат выставки).

На вопрос «Интересовались ли Вы технологиями создания выставочных пространств и событий?» были получены положительные ответы: «да, я читал(а) статьи и смотрел(а) вебинары о выставках, их дизайне и менеджменте» (75 %); «да, я иногда смотрю передачи о выставочных событиях и арт-пространствах» (15 %); «пожалуй, это интересно, надо будет поинтересоваться в будущем» (5 %), «меня не интересует как это было сделано, главное, чтобы результат был качественным» (4 %), «нет, я этим совсем не интересуюсь» (1 %).

Вопрос «Если бы Вам поручили создать небольшую выставку, то как бы Вы оценили свою готовность к такому заданию (выстроить сюжет, пространство, организацию)?» вызвал затруднение: «У меня нет опыта, но думаю, что смогу выстроить и сюжет, и пространство выставки», «это сложно, нужно сначала научиться» (30 %); ответили, что у них есть позитивный опыт организации выставок, и готовы к такой работе (70 %).

На вопрос «Как Вы считаете, если человек занимается творчеством, ремеслом, то есть ли необходимость ему самому заниматься выставками своих работ?» большинство респондентов ответили положительно «да, это обязательные компетенции» (80 %), «скорее да, чем нет» (15 %), «скорее нет, чем да» (3 %), «нет, выставки – это самостоятельная профессиональная

деятельность» (2 %). Здесь следует отметить, что на территории Мурманской области нет частных коммерческих организаций, предоставляющих свои услуги по проведению любых видов выставок, а существующие официальные учреждения работают с уже готовыми арт-коллекциями. Поэтому можно определить, что регион испытывает дефицит арт-инфраструктуры, где может быть развернута деятельность креативного характера, экспериментальные и учебные выставки.

Часть вопросов уточняли области приложения творческого потенциала респондентов в разработке выставочных проектов.

На вопрос «Как Вы думаете, что должно входить в гид-навигатор по выставке?», были даны следующие ответы: «это должен быть максимально подробный путеводитель по выставке (тексты, изображения, треки, ссылки)» (55 %), «краткое описание объектов, рекомендации по осмотру, сервисная информация» (30 %); «на выставке должен работать гидом человек, так как неизвестно, что спросит посетитель» (10 %); «краткая информация и QR-коды для перехода на внешние источники информации» (5 %).

Положительные ответы были даны и на вопрос «Как Вы считаете, мастерская должна входить в пространство выставки?»: «да, людям очень интересно как создается артефакт» (55 %); «скорее да, людям интересно, но мастера отвлекают от работы» (25 %); «скорее нет, мастерские обычно не очень-то презентабельные» (10 %); «нет, нужно сохранять магию мастерства» (8 %); «зависит от желания мастера» (2 %).

Более того, положительные ответы были даны на утверждение, что «Выставочное пространство должно иметь свой сценарий показа как театральная постановка. Насколько Вы согласны с этим утверждением?»: «полностью согласен» (60 %); «да, это интересно, но не обязательно» (25 %); «скорее нет, чем да» (10 %), «нет, это будет отвлекать от объектов показа» (5 %).

Последние три вопроса касались выявления актуальности для респондентов приобретения навыков выставочной деятельности. На вопрос «В будущем я бы хотел(а) связать свою работу с выставочной деятельностью» почти половина опрошиваемых изъявила желание работать в этой сфере: «полностью согласен» (15 %); «скорее согласен» (34 %); «скорее не согласен» (41 %); «абсолютно не согласен» (10 %). Кроме того, респонденты указали, что «необходимо провести специальный курс по выставочной деятельности» (30 %); «достаточно поработать в каком-либо выставочном пространстве» (26 %); «следует заняться самообразованием по выставочной деятельности» (10 %); «необходимо создавать свои творческие продукты и заниматься их выставками» (34 %).

Практически все согласились, что «Университет должен продвигать и брендировать собственные выставочные пространства» (78 %), а «Студенты

должны обязательно получить опыт организации выставки полного цикла» («да, это формирует опыт взаимодействия с целевыми аудиториями» (35 %), «это опыт оценки своих способностей завершить продукт и оценить его» (23 %), «это формирует опыт критического мышления и эстетических компетенций» (17 %), «думаю, что самому организовывать выставку необязательно, можно просто представить экспонат» (10 %), «думаю, что организовывать выставку должна команда с распределением ролей» (10 %), «этот опыт не так важен для студентов» (5 %)).

И, на последний вопрос «В технологиях обучения выставочным компетенциям важно организовывать конкурсы с жестким отбором» респонденты выразили свое согласие: «да, это повысит мастерство, ответственность и целеустремленность» (34 %); «конкурс для выставки необходим, но он не должен быть жестким» (46 %); «нет, на этапе обучения все заявленные работы должны попасть на выставку» (20 %); «нет, но жесткий отбор может быть на внешние конкурсы» (10 %).

Таким образом, опрос подтвердил необходимость развития арт-пространства университета как самостоятельной образовательной практики, в том числе для развития открытых массовых онлайн курсов и формирования арт-коллекций в формате мультимедиа.

Образовательные технологии, связанные с функционированием выставочных пространств, а также те, что создают компетенции для организации выставок, по сути являются акселераторами развития креативного капитала региона. В этой связи необходимо обсуждать пути трансформации обычных выставочных пространств в креативные кластеры, то есть места встречи творческих инициатив, ресурсов и тех, кто является потребителем и со-производителем творческих продуктов, арт-событий. Это становится ключевым предметом обсуждения в технологиях формирования специальных и надпрофессиональных компетенций.

Можно услышать возражение, что арт-пространство университета всегда останется учебной площадкой, а мелкие темы и ошибки студенческих выставочных проектов не позволят ему стать драйвером креативной жизни региона. Еще одно возражение построено на мнении, что участие известных художников, мастеров превращает арт-пространство в ортодоксальную галерею, музей знаменитостей.

Эти возражения могут быть закрыты, если в арт-пространстве университета будет проходить большое число событий разного типа, а для учебных проектов будут организованы мастер-классы для повышения уровня их концепций и продуктов. К тому же при условии активирования мультимедийной платформы арт-пространства все проекты (с разрешения авторов) составят не только виртуальную коллекцию, но и будут полезными кейсами для образовательной практики.

Стратегия развития арт-пространства университета может получить несколько точек роста. Среди них следует выделить:

- согласование планов событий арт-пространства и творческих мастерских для создания проектов-«зонтиков», что позволяет смешивать и объединять ресурсы;
- создание устойчивого долгосрочного графика «свободных выставок» (неформат, открытый доступ) для привлечения творческих сил;
- трансформация учебного курса по выставочной деятельности в формат массового открытого онлайн курса, что позволит увеличить число заинтересованных и компетентных участников арт-пространства;
- создание широкого спектра мультимедийных арт-коллекций для образовательной и свободной творческой деятельности;
- формирование обучающих игр для освоения арт-контента и повышения мотивации к творчеству.

Такие решения отражают принципы образования длинной в жизнь, повышают роль университета в интенсификации креативных практик региона, а параллельная работа в цифровом режиме изменит скорость оборота информации и расширит число участников. Конечно, стоит обсуждать критерии успеха работы арт-галереи как образовательного проекта. Поскольку в качестве учебного курса он может быть предложен как дополнительный (майнер), то следует оценивать динамику числа участников курса, а также разнообразие тематических проектов, вовлеченных в работу арт-галереи.

Процесс развития арт-галереи университета должен быть выстроен в диалоге с участниками образовательных курсов разного профиля, это позволит увеличить число сценариев работы, что даст импульс к поиску новых форм обучения.

Технологии обучения высшей школы всегда ориентированы на инициативу и ответственность студентов в освоении знаний, проектные и творческие кейсы имеют значение для апгрейда их компетенций. Инфраструктура образовательного процесса XXI века многообразна и пластична, университеты активно применяют потенциал творческих кластеров и небольших арт-пространств для формирования специализированных и надпрофессиональных компетенций для студентов различных профилей подготовки. В этом случае образовательный процесс становится частью культурной жизни города и региона.

Выставочные проекты, представляя достижения студентов, требуют презентации в обществе и обсуждения экспертами, но главное – необходимо вовлечь их в дальнейший оборот творческой деятельности. При этом университет, применяя активные формы выставочной работы: мастер-классы, перфомансы, хеппенинг, формирует новый опыт, ценный для творческой жизни города и региона. Индустриальная история Мурманской

области является фактором особой чувствительности к качеству культурной стороны жизни, потенциалу её креативного капитала.

Арт-галерея активно работает как выставочное пространство, но задача Мурманского арктического государственного университета усилить её потенциал как акселератора подготовки специалистов креативных индустрий, полигона внедрения цифровых технологий, творческих задач и просветительской деятельности. Такой подход повысит не только авторитет университета, но и будет способствовать привлекательности региона как уникальной арктической территории.

Литература

1. Ашутова Т.В. Международный форум «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития» // Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития: материалы II Международного форума, 29 ноября-1 декабря 2018 года / [отв. ред. Е.Ю. Терещенко]. Мурманск: МАГУ, 2019. С. 5-8.
2. Ашутова Т.В., Желнина З.Ю. Стратегический проект «Креативный город-территория развития» как модель взаимодействия опорного университета и региона // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. №3. С. 116-126.
3. Желнина З.Ю., Терещенко Е.Ю. Влияние рынка культурных индустрий на качество жизни населения арктических регионов // Северная Европа, Псков и Ганзейский союз в прошлом и настоящем: материалы международной научно-практической конференции, 21-23 мая 2019 года / отв. ред. Е.А. Ермак. Псков: Псковский государственный университет, 2019. С. 183-186.
4. О Стратегии социально-экономического развития Мурманской области до 2020 года и на период до 2025 года (в ред. постановления Правительства Мурманской области от 10.07.2017 № 351-ПП) [Электронный ресурс]: постановление Правительства Мурманской области от 25.12.2013 № 768-ПП/20 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов / АО Кодекс. СПб., 2017. URL: <https://docs.cntd.ru/document/465602093> (дата обращения: 12.12.2018).

УДК 7.012:655.06(985)
ББК 85.158

Е.А. Иванова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

ОБОСНОВАНИЕ ИДЕИ СОЗДАНИЯ МЕДИА-ОТКРЫТОК О СЕВЕРЕ

***Аннотация.** В статье описывается процесс создания медиа-открыток на тему уникальных явлений Мурманской области. Рассматривается то, какие изменения произошли в медиадизайне и как он повлиял на сувенирную продукцию – открытки. На сегодняшний момент очень важна визуальная составляющая, поэтому было решено создать медиа-открытки для того, чтобы сделать наш регион более узнаваемым и привлечь в него новых людей, в том числе и туристов.*

***Ключевые слова:** визуальная культура, медиадизайн, дизайн, Мурманская область, природные явления, сувениры, открытки, медиа-открытки.*

Е.А. Ivanova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE JUSTIFICATION OF THE IDEA OF CREATING MEDIA POSTCARDS ABOUT THE NORTH

***Abstract.** The article describes the process of creating media postcards on the unique phenomena of the Murmansk region. The article examines what changes have taken place in media design and how it has affected souvenir products-postcards. At the moment, the visual component is very important, so it was decided to create media postcards in order to make our region more recognizable and attract new people to it, including tourists.*

***Key words:** visual culture, media design, design, the Murmansk region, natural phenomena, souvenirs, postcards, media postcards.*

Современный мир изменился, мы стали другими, в связи с этим у человечества появились другие потребности. Открытки были, есть и будут, но в своем привычном образе сейчас она не так интересна. А будет ли она интересна через 50 лет? Важно сформировать новую потребность, а не только удовлетворить старые. Создание медиа-открыток связано, в том

числе и с тем, чтобы с помощью визуальной культуры вызвать у людей некие эмоции, вызвать какие-то чувства. Так как и медиадизайн и визуальная культура преследуют именно эту цель.

Визуальная культура, как известно, фокусируется на визуальных образах, а в современном обществе визуальность очень важна и пронизывает все сферы жизни, а дизайн особенно. А вследствие того, что произошел технический скачок, то многие ее аспекты начали взаимодействовать и с техникой, и с наукой, и с медиа [2].

Важно развивать способности визуального восприятия, потому что умение анализировать и воспринимать образы поможет создавать свои индивидуальные художественные и дизайн образы. Визуальная культура охватывает на сегодняшний момент телевидение, искусство, театр, кино, фотографии, видео и все виды дизайна.

Визуальная культура соединяет реальный мир и виртуальность, в этом они очень похожи с медиадизайном. Визуальная культура, также, как и медиадизайн – это междисциплинарное направление, которое возникло на стыке многих наук. Сейчас она динамично развивается и является доминирующей. А все, потому что в нашем мире визуальная часть важна как никогда, кроме того, что сейчас век технологий, это также и век визуальной культуры. Все что угодно можно выразить через визуальные образы, точно также как через речь. Художники и дизайнеры могут создать что-то необычное и донести до аудитории только с помощью изображений.

Когда человек рассматривает художественные произведения, то его мнение строится с помощью его эмоциональной реакции, которая возникает в ответ на картину. Говорят, что при просмотре более важен ни сам объект, а именно реакция, возникшая на него. И можно сделать вывод о том, что цель визуальной культуры – это обогащение внутреннего мира человека и впоследствии создание своих образов. Собственно медиадизайн в целом преследует похожую цель, поэтому визуальная культура и медиадизайн имеют много общего. Исходя из этого, было решено создать медиа-открытки, которые посвящены природным явлениям Мурманской области.

Для того, чтобы создать действительно оригинальные медиа-открытки, которые понравятся большому количеству человек, автором статьи было проведено несколько экспериментов, методом анкетирования. Эти анкеты включали в себя вопросы об открытках, медиадизайне и Мурманском регионе. Рассмотрим анкетирование, посвященное открыткам и Мурманской области, оно содержало в себе различные вопросы.

Итак, 78 % респондентов считают, что в нашем городе можно купить красивые открытки на тематику Мурманска с достопримечательностями, природой или явлениями. 89 % опрошенных ответили, что дарят открытки, причем в основном на праздники или просто покупают как сувенир. В вопросе, когда уточнялся оптимальный размер открытки,

67 % анкетированных сказали, что, по их мнению, самым удобным форматом является формат А5, который имеет размеры 148×210 мм.

На вопрос, какие открытки вам больше нравятся: односторонние или сложенные пополам, 67 % респондентов ответили, что односторонние открытки являются более удобными и визуально привлекательными. На следующий вопрос, в котором узнается о предпочитаемой тематике открыток, посвященных нашему краю, мнения анкетированных разделились. Однако все равно выявились три лидирующие темы – это уникальные явления Мурманской области, природа: флора и фауна, а также леттеринг, надпись.

В ходе анкетирования выяснилось, что большинство людей предпочитают открытки, напечатанные на матовой бумаге – 78 % респондентов. Кроме этого, 56 % анкетированных выразили мнение о том, что им также хотелось бы, чтобы в открытке использовалась полиграфическая вырубка. 89 % респондентов сказали о том, что они не пользуются электронными открытками, однако связано это с тем, что на данный момент нет качественных и оригинальных открыток, которые захотелось бы кому-то отправить или просто сохранить для себя.

В вопросе, в котором узнается о предпочтениях, что именно людям хотелось бы видеть на открытках в основном, отвечают, что это должен быть либо рисунок, либо диджитал рисунок, то есть который создан на компьютере. Когда у респондентов спрашивалось, какие ассоциации возникают у них, когда они думают о нашем городе или области, то в основном приводились следующие ассоциации: холод, зима, северное сияние, сопки, залив, приглушенные тона, снег. В ходе анкетирования было выяснено, что любимыми местами в городе у жителей являются сопки, лес, Кольский мост и памятник Ждущей. На последний вопрос 100 % респондентов сказали о том, что открытки нужны, и они до сих пор являются актуальным сувениром, который хочется покупать и дарить своим близким и родным.

Мурманск – регион, большая часть местности которого лежит за Северным полярным кругом. Природа, рельеф и природные явления Мурманской области очень разнообразны и уникальны. Это суровый холодный край, но он очень любим его жителями за свою красоту и конечно является привлекательным местом для туристов.

Наш край очень богат полезными ископаемыми, большинство из которых имеют мировое значение, в области большое количество месторождений, на базе которых действуют крупные горно-обогатительные предприятия. Уже долгое время здесь добывают апатит, нефелин, слюды, руды железа, никеля и других металлов, строительные материалы [1].

Специфический климат Мурманской области отличается не только от южных регионов нашей страны, но и от северных. К примеру, теплое

морское течение Гольфстрим, которое проходит в Кольском заливе влияет на зиму, благодаря ему могут появляться оттепели в холодные месяцы, а также в отличие от других районов Крайнего севера зима здесь менее холодная. Благодаря Гольфстриму судоходство здесь не прекращается даже зимой. А в летнее время возможны заморозки и выпадение снега, это происходит из-за того, что проникают воздушные потоки из Арктики. Лето в Мурманске прохладное, ветренное и влажное, однако так как в этот промежуток времени существует полярный день, то вокруг всегда светло. В целом погода очень разнообразная и характеризуется резкой и частой сменой климата, все это происходит благодаря смене воздушных масс.

Несмотря на холодную, темную и продолжительную зиму, именно в это время года в Мурманской области можно увидеть основные чудеса севера, летом их гораздо меньше. В течение года можно увидеть много всего удивительного, рассмотрим некоторые необычные явления Заполярья.

Солнечное Гало – это такое атмосферное явление, которое отображается в виде повторного свечения вокруг солнца, чаще всего оно имеет форму круга, кольца или дуги. То есть вокруг солнца образуется окружность, проще говоря, это радуга вокруг солнца. Большая его часть кажется белой, иногда можно увидеть, что его дуга местами окрашена в желтый, оранжевый и красный цвета, очень редко она может быть радужной. Увидеть это необычное природное явление можно зимой в морозную погоду при повышенной влажности. В это время в атмосфере появляется большое количество кристаллов льда и когда сквозь них проходит свет, то он преломляется и образуется Гало.

Световые столбы – это явление природы, которое иногда относят к одному из видов солнечного Гало. Они представляют собой вертикальный светящийся луч возле горизонта, который исходит из земли и тянется к небу или наоборот – это зависит от восхода или захода. Цвет световых столбов зависит от источника, из-за которого они появились, то есть от цвета самого солнца или луны, если солнце желтое, то и они будут желтыми, а если луна белая, то световые столбы будут такие же. Как и предыдущее явление их можно увидеть в зимнее время при низкой температуре воздуха, но иногда они появляются и при более высоких температурах, правда в таком случае они не такие заметные [3]. Многие люди путают их с прожекторными лучами и думают, что это искусственное освещение.

Северное сияние – это такое явление, при котором в верхних слоях атмосферы начинают двигаться заряженные частицы и этим они вызывают свечение неба. Увидеть это прекрасное явление можно в морозную ясную ночь. Стоит отметить, что в городе разглядеть его намного сложнее, так как мешает слишком большое количество источников света, чтобы увидеть сияние во всей его красе, лучше всего выехать за город. Многие думают, что увидеть северное сияние можно только зимой, но нет, оно также может

появиться и в другие времена года, даже летом, потому как его появление зависит от солнечных бурь. Цвет сияния зависит от разных факторов, например, влияет то, с каким газом вступил во взаимодействие солнечный ветер, а также на какой высоте это произошло. Самый частый цвет полярного сияния – зеленый, но также можно наблюдать добавление желтых тонов или переливы синего и фиолетового. С этим явлением существует большое количество легенд, одна из них, легенда древних саамов. Согласно их легенде северное сияние – это полярная лиса, которая пробегает по сопкам Лапландии и своим хвостом подымает в воздух снежинки, вследствие этого и появляется в небе сияние.

Перламутровые облака – это редкое явление природы, их также называют полярными стратосферными облаками, данные облака состоят из мелких кристаллов воды и азотной кислоты, находящихся в стратосфере, сквозь которые проходит свет и поэтому они начинают так необычно переливаться. Называются они так, потому что похожи на перламутровую морскую раковину. Появляются на закате, либо на рассвете, преимущественно в зимний и весенний периоды [4]. Такой необычный окрас перламутровых облаков появляется именно из-за преломляющихся солнечных лучей, которые окрашивают облака в такие необычные цвета. Это очень редкое природное явление, которое можно увидеть гораздо реже, чем северное сияние, однако именно на Кольском полуострове его можно встретить.

Полярный день, полярная ночь – это особенные промежутки в году, когда в первом случае Солнце не заходит за горизонт, а во втором случае не показывается из-за него больше месяца. В Мурманске полярный день длится приблизительно 62 дня с 22 мая по 22 июля, а полярная ночь примерно 40 дней со 2 декабря по 11 января, продолжительность этих явлений меняется по всей области. Оба этих явления происходят вследствие того, что меняется угол наклона Земли по отношению к Солнцу. Такой необычный зимний период довольно сильно влияет на жителей Мурманска, им очень тяжело переносить полярную ночь. У многих людей появляется депрессия, повышается раздражительность и утомляемость. Однако именно в этот сезон можно во всей красоте увидеть северное сияние, его прекрасно видно. К счастью жителей Кольского полуострова, полярный день длится намного дольше полярной ночи. Отношение северян к этому явлению разное, кому-то оно не нравится, а кто-то ждет его с нетерпением.

Еще одно необычное природное явление, которое можно увидеть на Кольском полуострове – это ледяные панцири. Ледяные панцири как бы покрывают сверху ветки деревьев, камни, траву и все остальное. Образуются такие панцири зимой, следующим образом, сначала теплые, влажные воздушные массы с океана приносят потепление на полуостров, затем температура понижается и происходит ливневый дождь. Из-за смены

температуры этот слой воды замерзает и получается довольно толстая наледь, которая сковывает все растения и образуется такой необычный ледяной чехол. Несмотря на свою красоту данное явление не безопасно для природы, так как оно утяжеляет ветки растений, и они под тяжестью могут сломаться или если наледь будет долго на них находиться, то почки могут погибнуть. В среднем такие ледяные панцири «живут» не очень долго, и поэтому это не сильно травмирует растения. Однако визуально это очень необычно и красиво, увидеть ледяные панцири – большая удача.

Ледяные цветы – это невероятно красивое природное явление, которое представляет собой кристаллы льда, образуемые на поверхности замерзшей воды. Эти самые кристаллы очень напоминают по форме цветы, высотой до 10 сантиметров, отсюда и пошло их название. Но существует несколько тонкостей – для их появления лед должен быть очень тонкий, температура воздуха ниже 20 градусов, а температура воды 0 градусов, а погода должна быть безветренная, спокойная. Именно благодаря этой разнице температур между водой и воздухом образуются цветы. Это уникальное природное явление очень быстро исчезает, как только лед становится толще и его температура ниже, то цветы начинают пропадать. Однако увидеть ледяные цветы – это большая удача, к счастью, жителям и гостям нашего региона несколько раз посчастливилось наблюдать это чудо природы.

Помимо вышеописанных явлений существует еще большое множество природных чудес на Кольском полуострове, среди них и Кузоменские пески, аметисты мыса Корабль, Ловозерские тундры и т.д. Все эти уникальные явления являются визитной карточкой нашего края. Туризм Мурманской области активно развивается, туристов интересует не только зимний период года, но и летний. Летом приезжающие хотят увидеть полярный день, понять какого это, жить несколько месяцев и не видеть темноты, наслаждаться ночью лучами солнца. Большим спросом пользуются Кузоменские пески, ведь помимо того, что это место называют Северной пустыней, оно является местом обитания диких лошадей. А зимой самым популярным туром является охота за северным сиянием. С каждым годом количество путешественников, которые хотят увидеть сияние все растет, поэтому турфирмы предлагают большое разнообразие туров, на любой вкус и кошелек.

Туризм имеет большое значение для городов и страны в целом, ведь он служит источником дохода на макро- и микроэкономическом уровнях. Благодаря развитию туризма появляются дополнительные рабочие места, развивается строительство, сохраняются и становятся известными объекты культуры и природы регионов. Кроме того, туризм способствует созданию бренда и лица региона или страны. Данные показывают, что туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей и его роль в

экономике неизменно растет. Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира [5].

Каждый турист, посещая какую-нибудь страну или город, обязательно забирает с собой какой-нибудь товар, который будет напоминать ему о том месте, где он был и о полученных впечатлениях. Сувенирам уделяется большое внимание, в них есть своя особенная специфика, привозить с собой какую-нибудь безделушку из путешествия уже стало традицией.

Что подразумевает под собой сувенир? Это как правило, изделие небольшого размера, которое отражает культуру, памятные события или местные достопримечательности. Сувенирную продукцию приобретает турист для себя или в подарок кому-то в память о посещенном месте. Многие ученые считают, что сувенир является свидетельством о том, что человек посетил эту местность, а привезенный с собой товар является будто напоминанием о том, что небольшая часть этого места безвозвратно останется в собственности человека.

Кроме того, сувенирная продукция, которая отражает символику региона благоприятно и качественно распространяет информацию о регионе за его пределами. Поэтому сувенирам каждый край должен уделять большое внимание и предлагать туристам их большой ассортимент. Полиграфическая продукция, а именно буклеты и открытки являются одним из самых популярных видов сувенирной продукции.

Открытки сохраняют положительное впечатление о том месте, где человек побывал. Многие туристы любят посылать их по почте из места отдыха своим друзьям или родным. Вам как будто бы присылают частичку своих впечатлений по почте. Их продают на вокзалах, в торговых центрах и в специальных магазинах. Это сувенирная продукция, которая не займет места, не будет пылиться на полках, но будет напоминать о путешествии и радовать Вас долгое время.

Автором статьи был сконструирован макет сайта, который посвящен разработанным медиа-открыткам на тему «Загадки Севера». Это пример того, как могут быть использованы медиа-открытки в сети «Интернет» (Рис. 1).

Данный сайт служит наглядным пособием для людей, зайдя на него можно ознакомиться с самими медиа-открытками и узнать подробнее о явлениях, которые на них изображены. В данном случае – это перламутровые облака, северное сияние, полярный день и полярная ночь. Сверху представлена навигация по сайту и его названия, чуть ниже можно прочитать, чему посвящен этот сайт и уже после находятся сами медиа-открытки с названием явления и его подробным описанием, в самом низу сайта можно увидеть ссылки на различные социальные сети. Так как открытки анимированные, то они смогут привлечь внимание и заинтересовать. Таким образом, созданный сайт служит как онлайн-галерея,

как обучающий элемент и как место, которое сможет повысить узнаваемость нашей области и познакомить всех людей с нашим краем.

В результате проведенных автором статьи исследований во время обучения, можно сделать вывод о том, что открытки в настоящее время пользуются большим спросом, как среди жителей, так и среди туристов. Поэтому автор статьи решила сделать серию открыток, посвященных уникальным явлениям Мурманской области.

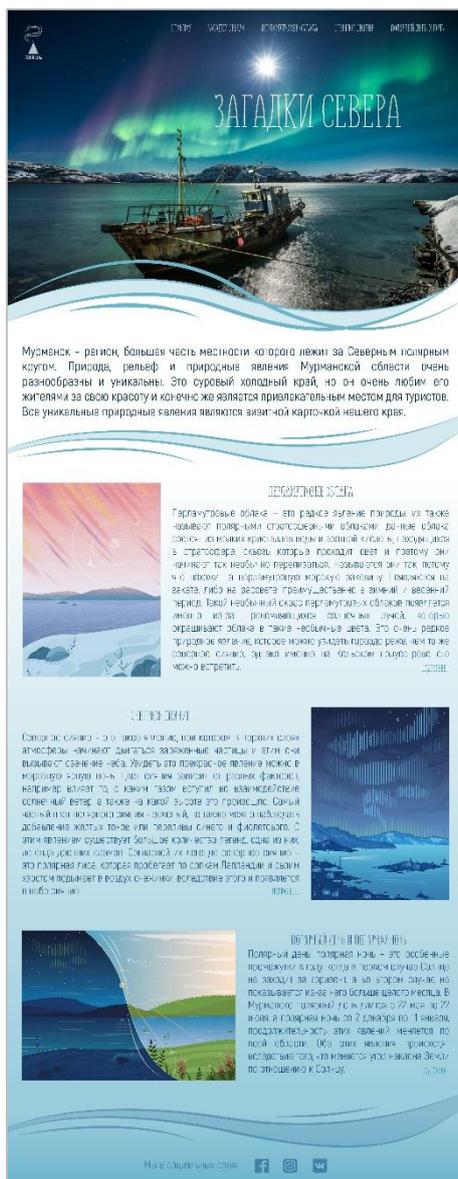


Рис. 1. Макет сайта с медиа-открытками

Литература

1. Александров Г. Природа и природные ресурсы Мурманской области. СПб: Кольский центр охраны дикой природы, 2007. 279 с.
2. Дубовая Н.В. Визуальная культура в аспекте современности // Тенденции развития педагогической науки: материалы международной заочной научно-практической конференции, 23 октября 2010 года / Сибирская ассоц. консультантов. Новосибирск: изд. «ЭНСКЕ», 2010. С. 8-12.
3. Маневич И.А., Шахов М.А. Самые знаменитые чудеса природы [Электронный ресурс]. М.: Белый город, 2011. 145 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441793> (дата обращения: 15.12.2019).
4. Перламутровые облака [Электронный ресурс] // Curious-world.ru: [сайт]. 2016. URL: [https://curious-world.ru/prioda/prirodnue-yavleniya/item/276-perlamutrovye-oblaka](https://curious-world.ru/priroda/prirodnue-yavleniya/item/276-perlamutrovye-oblaka) (дата обращения: 19.12.2019).
5. Тайгибова Т.Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу // Актуальные вопросы экономических наук: материалы Международной научной конференции, 20-23 октября 2011 года / под общ. ред. Г.Д. Ахметовой. Уфа: Лето, 2011. С. 125-128.

УДК 72(985)
ББК 85.11

И.В. Ключкин
ГАОУ ВО «Ленинградский государственный
университет им. А.С. Пушкина»
г. Пушкин, Ленинградская область, Россия

АРКТИЧЕСКАЯ АРХИТЕКТУРА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Аннотация. В статье рассматриваются основные этапы формирования арктической архитектуры. Арктическая архитектура лишь в начале XXI века стала обладать специфическими свойствами, столь необходимыми в условиях заполярного климата. Но и эти локальные постройки пока еще не стали трендом развития арктического зодчества. Тем не менее, зодчество Заполярья испытывало все стилевые влияния, которые были характерны и для материковой архитектуры.

Ключевые слова: арктическая архитектура, Мурманск, Кольский Север.

I.V. Klyushkin
Pushkin Leningrad State University
Pushkin, the Leningrad region, Russia

THE ARCTIC ARCHITECTURE: HISTORY AND CONTEMPORARY

Abstract. The article examines the main stages of the formation of the arctic architecture. Only at the beginning of the XXI century arctic architecture began to possess specific properties that are so necessary in the polar climate. But even these local buildings have not yet become a trend in the development of arctic architecture. Nevertheless, the architecture of the Polar region was experienced all the stylistic influences that were characteristic of mainland architecture.

Key words: arctic architecture, Murmansk, the Kola North.

История архитектуры в арктических регионах России имеет не очень длинную историю. Достаточно активное освоение Советской Арктики началось в 20-х годах XX века. Арктических городов было очень мало, а точнее один – Мурманск. Естественно, что архитектурные тенденции характерные для «материка», развивались и в Арктическом регионе. Например, по еще сохранившимся постройкам Мурманска, можно проследить, как развивалась архитектура в 20-х годах XX века. До недавнего времени, считалось, что первым каменным зданием в г. Мурманске было

здание Транспортно – потребительского общества (ТПО), принадлежащего железной дороге. Но, около года назад, было неожиданно обнаружено на закрытой территории принадлежащей Северному флоту, здание из бутового камня. По предварительной информации здание было построено английскими военными в 1917 году. Здание состоит из трех выразительных объемов, под двухскатной крышей. Окна, с скругленной верхней частью, обрамлены кирпичом. Это сочетание материалов и закругленный верх окон, заставляет вспомнить господствующий до первой мировой войны стиль модерн¹. После революции произошла резкая смена архитектурной и художественной стилистики, как во всем мире, так и в Советской России. Наступил не очень долгий период конструктивизма. В основе архитектуры 1920-х годов, помимо рациональности конструктивных и функциональных схем, важную роль играла и пластическая выразительность. По мнению архитекторов авангарда, очищенная от декора и шелухи чистая геометрическая форма, ритм, контраст, масштаб, оптические эффекты, свет и цвет – те инструменты, которые в полной мере могут выразить любую идею, создать любой образ. Пропедевтика ВХУТЕМАСа² (базовый курс, нацеленный на изучение основ композиции и проектирования) учила абстрагировать формы и искать пластическое выражение идеям движения, веса, легкости и т.п. Именно эта программа по сей день входит в учебные курсы основ архитектурного проектирования³. Прием контрастирования глухих и остекленных поверхностей, тяжелого и легкого, прямого и скругленного, грубого и тонкого здесь обнажен до предела.

Основные шедевры этого направления находятся в гг. Москве, Петербурге, Екатеринбурге. Но, и в провинциальных городах России можно встретить образцы построек в этом стиле. Одно из самых примечательных сооружений этого периода - памятник жертвам интервенции (постройка 1922 года). Над могилой жертв была возведена конструкция, которая одновременно является и трибуной для выступлений и тектоническим сооружением, заставляющим вспомнить Мавзолей и Стоунхендж. Это редкий образец стиля конструктивизм на всем советском

¹Михайлов А. Первое каменное здание Мурманска стало объектом культурного наследия [Электронный ресурс] // Rg.ru: [сайт]. 2018. URL: <https://rg.ru/2018/06/07/reg-szfo/pervoe-kamennoe-zdanie-murmanska-stalo-obektom-kulturnogo-nasledii.html> (дата обращения: 29.10.2019).

²ВХУТЕМАС (аббревиатура от Высшие художественно-технические мастерские Высшие художественно-технические мастерские "Высшие художественно-технические мастерские") - российское государственное художественно-техническое училище, основанное в 1920 году в Москве [Электронный ресурс] // Mosmuseum.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://vhutemas.mosmuseum.ru/about> (дата обращения: 29.10.2019).

³Селиванова А. Что такое конструктивизм [Электронный ресурс] // Arzamas.academy.ru: [сайт]. 2016. URL: <https://arzamas.academy/mag/325-construct> (дата обращения: 29.10.2019).

Заполярье¹. Здание ТПО возведенное в 1927 году по своей стилистике, некий переходный элемент от архитектуры конструктивизма к псевдоклассике 30-х годов XX века. Почти квадратное в плане здание декорировано пилястрами, где можно разглядеть и элементы ордерной архитектуры. Циркульные окна добавляют элементы классической архитектуры. Но, в целом постройка производит впечатления цельного сооружения. Еще один пример конструктивизма – здание Мурманского мореходного училища. Очень характерная скругленная выступающая часть здания на тонких колоннах, вертикальная башня лестничной клетки, большие остекленные плоскости, соединение объемов, делает здание характерным образцом конструктивизма². Дом Севморпути на пр. Ленина в Мурманске, еще один пример перехода архитектурного стиля конструктивизма к неоклассике. Вертикальный объем башни гармонично сочетается с двумя горизонтальными параллелепипедами. Но, на крыше здания появляется балюстрада, а на фасаде здания – декоративные украшения³. Еще один пример постройки в стиле конструктивизм, здание кинотеатра «Большевик» во втором по численности городе Мурманского края – Хибиногорске (Кировске). В проекте, предусмотрена характерная для этого стиля вертикальная доминанта, скомпонованная с двумя сложными по структуре параллелепипедами⁴.

В это время получали развитие многие города советской Арктики. Один из примеров построек в Арктическом регионе, город Играка. Это первый советский город за Полярным кругом строился как город-эксперимент с 1929 г. Он возводился как строительный эксперимент в условиях неизученных и непредсказуемых вечномерзлых грунтов, как социальный эксперимент в ситуации перехода к новому обобществленному быту Советского Союза, как планетарный культурный эксперимент в контексте прокладываемого Великого Северного морского пути. Для строительства этого необычного города в 1931 г. был приглашен известный московский архитектор – конструктивист Иван Леонидов. Архитектор провел в г. Игарске около полугода, повлияв на формирование города. Но

¹Памятник жертвам интервенции [Электронный ресурс] // Znaimesta.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://znaimesta.ru/kuda-poehat/interesnye-mesta/pamyatnik-jertvam-intervencii> (дата обращения: 10.10.2019).

²Здание морского колледжа имени И. И. Месяцева [Электронный ресурс] // Kaliningradgid.ru: [сайт]. 2019. URL: <http://www.kaliningradgid.ru/architecture/building/zdanie-morskogo-kolledzha-imeni.html> (дата обращения: 10.10.2019).

³Водопьянова С. Мурманск в венецианском стиле [Электронный ресурс] // Vmnews.ru: [сайт]. 2018. URL: <https://vmnews.ru/novosti/2018/02/02/murmansk-v-venecijskom-stile> (дата обращения: 10.10.2019).

⁴Архитектурная история Кировска [Электронный ресурс] // Mvc-apatit.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://mvc-apatit.ru/news/380> (дата обращения: 10.10.2019).

одновременно само пространство г. Игарки изменило его концепцию идеального Города, которая вырастет в грандиозный философско-художественный проект в 1940-е-1950-е гг.» [1].

Знаменитый московский архитектор находился в г. Игарке не долго, воплощенные архитектурные объекты, несомненно, создали своеобразные градостроительные и даже культурные акценты заполярного города, и тем самым создали среду провинциального города. Построенные им деревянные сооружения в стиле конструктивизма, здания Речпорта, Городского совета, конторы Комитета Севморпути, их размещение в городском пространстве создают образ нового социалистического города. Структура зданий в стилистике конструктивизма, выполнена в лучших традициях этого архитектурного направления. Кроме того, в постройках активно использовался местный материал – древесина. А традиционные скатные крыши, с типичными визуальными доминантами авангардной эстетики объемов создают выразительный и неповторимый образ здания [1]. К сожалению, все постройки архитектора Ивана Леонидова утрачены.

Заполярный Норильск, пример того как приемы неоклассической архитектуры были привнесены в природу Заполярья. Начальные постройки 30-х годов XX века, не сохранились. Город был спроектирован по лекалам классических городов. Это, конечно, совершенно не соответствовало природным условиям Заполярья. Тем не менее до сих пор город функционирует, «обогатившись» микрорайонами 60-х годов XX века. Исследователь архитектуры А.К. Сидоров в своей диссертации «Развитие архитектурно-пространственной структуры поселения в арктической системе обитания» сформировал требования к арктической застройке:

1. Замкнутость застройки.
2. Компактность застройки.
3. Увеличенные размеры и расширенный состав зрелищных, спортивных, клубных учреждений.
4. Наличие неотопливаемых закрытых помещений и шлюзов при защищенных от ветров и снегозаносов выходах.
5. Наличие объемной зелени в специальных закрытых садах и других помещениях.
6. Связь между жильем и разными учреждениями без выхода на улицу от частичной до полной.
7. Безопасное общение с прилегающими к населенному пункту территориями на максимально доступные расстояния.
8. Специальное световое решение застройки.
9. Ветрозащитный и снегозащитный характер решения плакировки и застройки.
10. Наилучшая естественная инсоляция территории и помещений.
11. Застройка селитебной территории без объемной зелени.

12. Особый северный характер застройки, родственный окружающей природе.

13. Разнообразная и сложная застройка, свойственная характеру исторически сложившейся городской обстановки [3].

Тем не менее, начиная с 1960 года, застройка населенных мест в Арктике производилась без предварительно разработанных генеральных планов и без достаточных обоснований. Проектными и научно-исследовательскими институтами, а также отдельными архитекторами разработаны как реальные, так и «фантастические» проекты, проектные предложения и эскизные решения по планировке и застройке поселений для условий Арктики. За короткий срок было сделано несколько принципиально отличающихся по идее проектных предложений по решению архитектурно-пространственной структуры арктических поселений. Здесь вполне уместно вспомнить проект «Пирамида» архитектора Александра Щипкова созданный в середине 60-х годов XX века. Он был представлен в Монреале на «Экспо-67» и приобрел популярность в архитектурных кругах. Однако идея поместить город в пирамиду высотой 60 метров со стеклянными стенами и своим микроклиматом был прогрессивна по тем временам, но крайне затратная. Поэтому, проект был не реализован¹. В архитектурных проектах, разработанных для Арктики, можно рассмотреть еще одно противоречие. Малые размеры поселения Арктики дают возможность образования городского комплекса компактно или даже в едином объеме. С психологической точки зрения компактное решение населенного пункта усугубляет чувство изоляции. Необычность обстановки, в данном случае искусственной и естественной, обостряет чувство утраты привычного окружения. Расположение всех учреждений под одной крышей увеличивает отрыв от природного окружения и тем самым усложняет акклиматизацию. Но, и в странах, где часть территории находится за Полярным кругом, шел поиск приемлемых решений. «В Швеции и Канаде появлялись функциональные, конструктивистские города (правда, значительно меньших размеров), отличительной чертой которых стала идея шведского архитектора Ральфа Эрскина, сплошной стеной построек отгородившего город от северных ветров – но сегодня канадский Фермонт, этот экспериментальный город 1970-х, уже называют «мертвым городом-машиной». На современном этапе в России идет поиск архитектурных форм, адекватных именно арктическим условиям. Основное направление – то же, что и особенности арктической военной стратегии: малые формы, мобильность, автономность. Это и купольные дома, и экспериментальные дома гелиотектуры, и мобильные формы жилищ. Однако пока такие

¹Кудрявцев А. Полярное мнение [Электронный ресурс] // Tatlin.ru: [сайт]. 2019. URL: https://tatlin.ru/articles/polyarnoe_mnenie (дата обращения: 20.03.2019).

проекты *новой арктической архитектуры* единичны, а то и кустарны. Современная школа арктической архитектуры работает, как ни странно, в жаркой американской Виргинии, где творчески переосмыслиют в том числе и советские проекты» [2]. Так географ Надежда Замятина в своей статье «Открытые арктические горизонты» описывает сложившуюся ситуацию.

Одним из главных направлений современной архитектуры в Арктическом регионе, является архитектура военных баз. Оборонные задачи в Арктике диктуют специфику архитектурных решений. Нет большого смысла строить капитальные сооружения, т.к. задачи оборонного комплекса постоянно меняются. Здесь будущее за мобильными и дистанционными формами присутствия, проявляющихся в размещении мобильных структур. Если исходит из задач стоящих перед оборонным ведомством, то акцент делается на вахтовые поселки, модули-заводы, в развертывании военных соединений (передвижные бригады, комплексы, транспорт повышенной проходимости, применение телеметрии). Новые войска быстрого реагирования занимают центральное место в арктической оборонной доктрине.

Пример применения новых технологий в арктической архитектуре – военная база «Трилистник» на Земле Франца-Иосифа. Здание своеобразной архитектуры, заставляющее вспомнить работы Захи Хадид и Сантьяго Калатравы, площадью 14 тыс. м². Функция здания – административно-жилая. Здание выполнено на металлических сваях и состоит из нескольких блоков. Центральный блок-сооружение в виде трехлучевой звезды. Именно это послужило причиной выбора названия – «Арктический Трилистник». «Лучи» трилистника соединяют еще три здания. Они выполнены в виде сферических куполов или усеченных эллипсоидов. Такая форма обусловлена жесткими климатическими условиями Арктики. Центральный и боковые корпуса соединены между собой переходами. Особенностью постройки здания «Трилистника» явилось полное отсутствие строительных материалов на Земле Франца-Иосифа. Все материалы и конструкции для стройки доставлялись с материка. Был создан свайный фундамент, т.к. на Земле Франца-Иосифа вечная мерзлота¹. На примере данной постройки можно сделать вывод о том, что арктическая архитектура с появлением новых технологий обладает новым качеством. Но, едва ли эта постройка будет примером для подражания, ввиду ее затратности. Арктическая архитектура лишь в начале XXI века стала обладать специфическими свойствами, столь необходимыми в условиях заполярного климата. Но и эти локальные постройки пока еще не стали трендом развития арктического зодчества. И едва ли станут, т.к. освоение Арктики уже не предполагает

¹ Иванов И. «Арктический трилистник»: как Россия охраняет свои северные рубежи [Электронный ресурс] // Regnum.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://regnum.ru/news/polit/3272717.html> (дата обращения: 20.05.2019).

создания больших поселений и городов. Тем не менее, зодчество Заполярья испытывала все стилевые влияния, которые были характерны и для материковой архитектуры.

Литература

1. Бухарова Е.А., Нендза-Шикониовска К. Игарка Ивана Леонидова – архитектурный эксперимент 1920-х (город-линия) и предощущение планетарного мифа 1950-х (Город Солнца) // Баландинские чтения. 2015. Т. 10. №2. С. 116-124.
2. Замятина Н. Открытые арктические горизонты [Электронный ресурс] // Politconservatism.ru: [сайт]. 2016. URL: <https://politconservatism.ru/articles/otkrytye-arkticheskie-gorizonty> (дата обращения: 21.04.2019).
3. Сидоров А.К. Развитие архитектурно-пространственной структуры поселения в арктической системе обитания [Электронный ресурс]: автореферат на соиск. ученой степ. д-ра архитектуры: 18.00.01. – теория и история архитектуры, реставрация памятников архитектуры. М., 1991. 41 с. URL: <http://tekhnosfera.com/razvitiie-arhitekturno-prostranstvennoy-struktury-poseleniya-v-arkticheskoy-sisteme-obitaniya#ixzz6BrdYd6LT> (дата обращения: 11.04.2019).

УДК 712.25(985)
ББК 85.118

Е.И. Козырева
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный лесотехнический
университет им. С.М.Кирова»
г. Санкт-Петербург, Россия

СЕВЕРНЫЙ ДИЗАЙН: ВСПОМИНАЯ БУДУЩЕЕ

Аннотация. В статье затронуты аспекты будущего Арктики как экстремальной среды, приспособленной для полноценного обитания человека, и пространства реализации стратегических и творческих новаций. Автор отсылает к отечественному опыту экспериментального проектирования 70-х годов XX века и предлагает видение перспектив дизайна в условиях Севера, для которого дерево в традиционных и новых формах использования и творчества имеет все основания остаться наиболее органичным и универсальным материалом, способствовать психологической адаптации и идентичности среды.

Ключевые слова: Север, Арктика, интеграция, пространство, контекст, экстремальные условия, типология, инфраструктура, дерево, материалы и технологии, «северный дизайн», архетипы, экспериментальное проектирование.

E.I. Kozyreva
St. Petersburg State Forest Technical University
named after S.M. Kirov
Saint-Petersburg, Russia

THE NORTHEN DESIGN: REMEMBERING THE FUTURE

Abstract. The article is devoted to the aspects of the future of the Arctic as an extreme environment adapted for full-fledged human habitation and a space that allows to realize strategic and creative innovations. The author refers to the native experience of experimental design in the 70s of the XXI century and offers a vision of design perspectives in the North where the wood in traditional and new forms of use and creativity has every reason to remain the most organic and universal material, to promote psychological adaptation and identity of the environment.

Key words: North, Arctic, integration, space, context, extreme environment, typology, infrastructure, wood, materials and technologies, «the northern design», archetypes, experimental design.

Север – пространство интеграции уникальных климатических факторов и природных ландшафтов, форм освоения и культурных кодов, традиций и экспериментов, науки и практики, технологий и творчества.

Сегодня и в перспективе Арктический регион будет все очевиднее проявляться как поле реализации инновационных стратегий и высокотехнологичных экспериментов, не имеющих аналогов в иных контекстах. Суровые условия, угрозы и риски компенсируются преимуществами и ресурсами, раскрыть и использовать которые – задача будущего. Однако становится все более очевидным, что в центре внимания должен оставаться человек – обитатель и созидатель, субъект и пользователь, зритель и творец.

Миссия Арктики – стать мировым исследовательским центром и, наряду с этим – местом притяжения, концентрации опыта и традиций не только местных народов, но пришедших из других регионов национальных культур, субкультур, местом сохранения идентичности и ее регенерации в новые формы архитектуры, дизайна, искусства.

Будущее Арктики как экстремальной среды, приспособленной для полноценного обитания человека, ставит задачи интеграционного характера, в числе которых взаимосвязь опыта и прогноза, урбанистики и дизайна, архетипов освоения, символизации пространства и современных культурных текстов, традиционных материалов и форм, новых технологий и смыслов.

Арктический ландшафт – природный и городской – представляет собой, уникальное пространство, с одной стороны, эксперимента в формировании новых форм среды обитания, соединяющих функциональность, технологичность, эстетику, место формирования новой идентичности, с другой стороны – возвращения к базовым ценностям, помогающим в адаптации к экстремальным условиям.

Классическая триада «польза – прочность – красота» в условиях Севера приобретает особый смысл. Главные факторы, которые определяют эти условия – холод, ветер, снег, полярная ночь. И здесь принципиальное значение в разработке новых концепций и подходов к проблемам формирования среды обитания имеет диалектический посыл: не только преодоление, защита, но использование, «приручение», возможность получения позитивных синергетических эффектов благодаря новым креативным решениям и, в целом, новому видению будущего Арктики как пространства гармонии природы и человека.

Комфортность в условиях Севера – это точно найденный баланс между защищенностью, безопасностью, теплотой не только в смысле температурных показателей, но теплотой форм, обозначающих человеческое измерение пространства и – нетронутой красотой пейзажа, чистотой форм природного контекста.

Пространство Севера представляет уникальный ресурс для выстраивания новых структур-паттернов, творчески интерпретирующих культурные модели, архетипы, образы, активирующие позитивные эмоционально-психологические состояния, создающие новые культурные «тексты». Ключевым принципом должен стать отказ от регламентированной формальными установками и нормами артикуляции городского и природного пространства, от усредненных норм обустройства и эксплуатации территорий. Не случайно сегодня так остро встал вопрос о необходимости разработки особых подходов и требований, новых стандартов благоустройства для арктических регионов.

Города, основанные и построенные в эпоху программных приоритетов «покорения Севера», массовой типовой застройки, унификации норм и правил, индустриализации строительства, представляют собой далеко не благоприятную архитектурную среду. Хотя и в те годы существовали яркие нестандартные идеи, создавались футуристические проекты уникальной «зимней» архитектуры, возможность их реализации была весьма ограничена.

Конечно, было бы прекрасно начать новую эпоху северного градостроения в принципиально ином концептуальном ключе, воплощая современные идеи архитектуры и урбанистики. Но наши северные города в их сложившейся более чем за полвека структуре – это те реалии, с которыми сегодня надо работать, используя ценный опыт, новое видение и возможности дизайна в преобразовании и развитии среды.

В этой связи нельзя не вспомнить научный и практический опыт советской школы «северной архитектуры». В 60-70-е годы XX века одним из ведущих центров по разработке новых подходов к строительству в условиях Севера был Ленинградский зональный научно-исследовательский институт экспериментального проектирования при Госстрое СССР (ЛенЗНИИЭП). Ретроспектива научных программ и проектной практики, осуществляемых выдающимся коллективом института – архитекторами, градостроителями, инженерами, технологами – заслуживает глубокого анализа и представляет отдельную тему для изучения в современном контексте. В состав института входили научно-технологический центр, архитектурно-проектные мастерские, научная часть, научно-экспериментальная база. Диапазон направлений деятельности института включал проектирование северных городов, разработку экспериментальных проектов общественных и жилых зданий, пространственных конструкций, экспертизу материалов и инженерных решений.

Инновационная направленность научной и творческой работы заключалась и во внимании к вопросам формирования среды северных городов – благоустройству, оборудованию, озеленению с учетом природно-климатических факторов. Автору статьи был аспирантом этого института и

сегодня с благодарностью вспоминает профессионализм и «горение», с которым работал коллектив.

Однако знакомство автора статьи с «северным вектором» деятельности института состоялось еще в студенческие годы, в конце 70-х гг. XX века, в стенах Ленинградского высшего художественно-промышленного училища им. В.И.Мухиной. Это был ценный и поучительный опыт содружества науки и высшей школы, включения студентов в реальное пространство исследования и практики – творческий эксперимент в сфере дизайна, сыгравший большую роль в профессиональном развитии.

Из консультаций, проведенных специалистами института, мы, будущие художники, дизайнеры направления «Интерьер и оборудование» (понятия «дизайн среды» тогда еще не вошло в практику), узнали о специфике и проблемах формирования городской среды в условиях Севера. Темой для наших курсовых проектов была предложена разработка системы оборудования открытых городских пространств заполярного города с учетом экстремальных климатических условий. Определены неблагоприятные факторы – холод, ветровая нагрузка, снеготаносы, полярная ночь, психологический стресс, который испытывают люди, живущие и работающие здесь.

Задачи были поставлены так:

- обеспечить максимальную защиту от негативных физических факторов;
- предложить идеи по устройству комфортных путей пешеходного движения, остановок общественного транспорта, киосков печати, объектов сферы обслуживания, других общественно значимых мест;
- создать привлекательный цветовой образ систем оборудования и благоустройства, способствующий эмоциональному комфорту, восполняющий дефицит визуальных впечатлений в условиях полярной ночи (был подчеркнут приоритет теплых насыщенных цветов, контрастных «холодному» окружению);
- разработать систему визуальной ориентации в городском пространстве.

Функциональная программа проектируемой системы была задана следующая: пешеходное движение, ожидание, сфера бытовых услуг.

Проектируемые пространства мыслились как «пограничные», в большей степени «интерьерные», нежели городские, максимально обособленные от внешней среды, которая в нашем сознании представляла как вечная пурга, темнота, мороз. Но это создавало романтический фон для футуристических проектов.

Студенческие проекты были разные и интересные. Институт принял их «в работу», однако вопрос о реализации по многим объективным причинам остался открытым.

Вспоминается творческий азарт, с которым мы работали (ведь это было все равно что проектировать для космического пространства, без аналогов, абсолютный эксперимент!). Графические фантазии и макеты при всем разнообразии решений были объединены общностью стилистики: обтекаемые аэродинамические формы, яркие сигнальные цвета, суперграфика. В общем – внеконтекстуальная, автономизированная от городского и природного окружения «архитектура малых форм». Причем вопрос о материале, из чего все сделано, практически не стоял – это, само собой, некие «высокие технологии». Предметом и креативной сферой дизайна были определены пространственная структура, форма, цвет.

Сейчас, по прошествии почти полувека, можно отметить ценный посыл этого опыта – необходимость и возможность создания комфортной среды в жестких условиях Севера с использованием потенциала инновационного дизайна средовых, по сути, интегральных, систем.

Вместе с тем, в сравнении практики тех лет с актуальными приоритетами средового дизайна очевидны значительные изменения. Так, инфраструктура городского оборудования была скорее противопоставлена контексту, внешней среде, нежели была его частью. Функциональная задача проектируемой дизайн-системы была преимущественно прагматичной: она обслуживала пешеходное движение горожан на работу и с работы, защищенные подходы к транспортным остановкам и объектам обслуживания. Общественная функция практически не рассматривалась, эта проблема в контексте формирования открытых пространств северного города оставалась за рамками стратегических задач. «Путь» – пешеходный транзит, максимально обособленный от негативного воздействия природных условий (ветра, снега, холода) рассматривался как важнейший тип городской инфраструктуры, организованный средствами дизайна.

Сегодня типология и морфология «северного дизайна» эволюционирует в новые системы – новые как по структуре и пространственному масштабу, так и по философии, семантике, архетипике форм.

«Не изоляция, а интеграция» – таков один из ключевых принципов, на котором начинает формироваться современная парадигма контекстуального «включения», «тактичного освоения», гуманизации арктического пространства.

Не только рационально построенная функциональная схема существования в жестких условиях северного города, но гармоничная взаимосвязь всех уровней средовой организации – от персонального микро-пространства (ниши, укрытия, модули) до особых коллективных и общественных пространств, приспособленных к условиям Севера.

Не только физическая и эмоционально-психологическая защита человека в экстремальной среде – но и пробуждение, развитие творческого,

эстетического восприятия, синтез природного контекста и искусства, культурного наследия и новых ценностей, накопленного опыта и технических возможностей в их динамичном развитии.

Наконец, очевидна необходимость трансформации общепринятых стандартов и норм благоустройства в особую, гибкую, экспериментально обоснованную систему рекомендаций и моделей, в которых будут соединены специфика арктических условий, инновационные технологии и творческие ресурсы дизайна. В этом направлении арктические города могут стать (и уже становятся) экспериментальным полем формирования новых концепций средового дизайна, которые будут ценным опытом и для других российских регионов.

Вместо стандартной планировки и оборудования – свободный и живой рисунок путей, мест, значимых координат, ориентиров, границ, смысловых акцентов, тонко организованная навигация в просторе заполярного ландшафта и пространстве города.

В контексте арктической темы полезно вновь обратиться к классической теории и философии пространства. Так, представляют интерес и проверены временем методы семиотики города К. Линча [2]. Исследуя процесс восприятия, Линч выявил пять исходных элементов-архетипов, из которых выстраивается «каркас» образного представления о городе: пути, границы, зоны, узлы, ориентиры. Эта универсальная система, позволяющая «собрать» и структурировать городское и ландшафтное пространство и как «зрелище», и как инфраструктуру движения и использования, может быть своеобразно интерпретирована в архетипике средовых объектов северного дизайна.

Столь же важным посылом в поиске форм создания психологического комфорта видится философия Г. Башляра, исследовавшего феноменологию «поэтики пространства» [1]. Дом, кров, убежище, «гнездо», «внутреннее – внешнее» представляют собой архетипические категории, которые имеют устойчивое значение с точки зрения эмоционального и психологического комфорта. В условиях Арктики проблемы взаимодействия физического пространства, сознания, эмоционального опыта приобретают особый смысл. Выведенные архетипы могут раскрыться в формах «арктического дизайна», способствующего адаптации человека к экстремальному контексту, в определенной «романтизации» такого образа существования.

Интерес представляют эксперименты в области психогеографии [3], объединяющей сферы психологии, социологии, урбанистики, семиотики, антропологии. Результаты исследований в разных регионах, странах, городах дают научные основания в поиске гармонии человека и пространства, психики и окружающей среды, памяти и реального окружения. В этом плане Арктика до сих пор представляет собой *terra incognita* и еще только обозначенную перспективу в изучении

психологических аспектов жизнеустройства, причем не только местных, коренных народов, но и «нового» населения, прибывшего из других регионов, для которого проблема идентичности в условиях Севера стоит крайне остро.

Возвращаясь от теории к практике, отметим такой проблемный аспект обустройства северных городов как «инерция стандарта», то есть устоявшееся применение малых архитектурных форм, приемов и способов благоустройства, имеющих в основном «южное» происхождение, чужеродных и неэффективных в данных условиях. Альтернатива – поиск северного «колорита» дизайна, в котором ветер и снег играют роль и функциональных, и эстетических факторов формообразования, морфология и функциональная программа которого приспособлены к сочетанию факторов «холод – ветер – снег – темнота» и динамике их изменений, а на смену «холодным» материалам (бетон, металл) возвращается вечный и самый теплый – дерево.

Дерево – древнейший материал в истории человеческой цивилизации, обладающий неисчерпаемым потенциалом синтеза природного и созданного, рукотворного, одухотворенного актом творчества. Преимущества древесины как универсального материала, объединяющего сферы архитектуры, дизайна, искусства, ландшафта, многообразны и проверены веками. Это экологичность, прочность, тепловые свойства, энергоэффективность, возможность переработки и вторичного использования, сочетание конструктивности и пластичности, гибкие технологии обработки. В условиях Севера особое значение приобретают такие физико-механические свойства дерева, как морозостойкость, высокая сопротивляемость ветровой нагрузке, повышение прочности при низких температурах. Благодаря совершенствованию методов обработки усилена огнестойкость и влагостойкость материала, получены новые типы конструктивных систем, композитов, покрытий. Эстетические качества материала, как и возможности их творческого развития, неиссякаемы – будь то красота форм, текстур, цветовой палитры, данная природой или созданная с применением высоких технологий.

Традиционные и современные строительные системы на основе дерева отличают мобильность, легкость, вариативность, способность к трансформации. Эти же качества служат ценным ресурсом в разработке дизайн-систем оборудования и благоустройства, где дерево является базовым материалом. Такие универсальные «конструкторы» позволяют создавать пространственные и модульные структуры, приспособленные к многообразным ситуациям и процессам, способные реагировать на изменение внешних факторов, легко менять локацию, преобразовывать архитектурный и природный контекст, делая среду разнообразной, комфортной, дружелюбной.

В аспектах творческого формообразования, средообразующих возможностей использования материала «дереводизайн» рассматривается как своего рода материальный эквивалент, драйвер социокультурной адаптации, пространственного развития среды арктических регионов, соединения исторических традиций, этнокультурного разнообразия и креативной практики. В сферу «северного дизайна» включаются национальные мотивы, архетипы психологически освоенного пространства, принципы бионики и антропометрии в синтезе с новейшими технологиями и инструментами 3-D моделирования.

Сегодня возвращение к дереву, своего рода «культ дерева», можно наблюдать как глобальную тенденцию, своего рода индикатор контекстуальности и экологических достоинств архитектурных и предметных форм, городского дизайна, ландшафтных решений. Наиболее последовательно и эффективно эта линия прослеживается в скандинавских странах, прежде всего в Норвегии, в том числе в арктических зонах страны. Многообразна как типология форм (жилые дома, загородные домики, общественные здания и открытые пространства, музейные и спортивные комплексы, отели, мосты, снегозащитные ограждения, инфраструктура экотуризма и многие другие объекты), так и образная трактовка, стилистика форм, выраженная в материале, его конструктивных и эстетических свойствах, ассоциативности, способах обработки (от брутальной архаики, традиционного скандинавского минимализма до инноваций «хай-тек», где обаяние «вечного» материала соединяется с передовыми технологиями).

Русский Север обладает богатой и неповторимой культурой деревянного зодчества, применения дерева как основного материала в обустройстве жизненного пространства, в укладе бытовых и производственных процессов, в произведениях народного искусства и ремесел. Хотя сегодня, увы, можно наблюдать картину «уходящей природы», когда национальная традиция не находит естественного продолжения в современном контексте, оставляя во власти времени памятники и артефакты, но любовь к дереву на ментальном уровне остается и служит основой для возрождения и продолжения истории – теперь и в пространстве Арктики.

Важнейшую роль в этом регенерационно-инновационном процессе должно играть учебная научно-исследовательская и проектная работа в области дизайна среды, подготовка специалистов нового поколения, ориентированных на специфику условий и задач северных регионов. Опыт такой работы складывается на факультете искусств Санкт-Петербургского государственного университета по направлению «Дизайн».

Одним из примеров служит магистерская диссертация Анны Сухих «Формирование ландшафтно-рекреационной среды прибрежных территорий северных городов на примере озера Театральное в городе Северодвинске», защищенная в 2016 году. Взаимосвязь аспектов

сохранения природных ресурсов и национальных традиций, формирования целостной ландшафтной системы города, гуманизации среды, развития социальной и культурной сферы в экстремальных условиях европейского Севера определили масштаб проблематики, комплексный подход, научно-практическую значимость результатов исследования.

В основу концепции положена пешеходная инфраструктура, представляющая собой живописный маршрут вокруг озера, на который нанизана программа всесезонного использования с учетом интересов горожан. Особое внимание уделено микроклиматической эффективности элементов благоустройства (максимальное укрытие от холодных ветров, минимум тени, большее раскрытие на солнце, возможность трансформации в зависимости от сезона и погоды), созданию разнообразных и комфортных пространственных ниш-укрытий: уютных микро-пространств, террас-соляриев, теплых павильонов, обращенных к озеру. Разработанная система путей, мест, границ, узлов, ориентиров включает сборно-разборные экотропы на сваях, ветрозащитные экраны, подпорные стенки-скамьи, игровые устройства, элементы геопластики, освещения и навигации. Все составляющие структуры выполнены из дерева на основе принципов модульности, комбинаторики, ассоциативности, региональной идентичности. Работа получила высокую оценку специалистов и рекомендована к практическому внедрению.

Разработка арктической темы рассматривается в планах научно-исследовательской работы Института ландшафтной архитектуры, строительства и обработки древесины Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета, в том числе в рамках направления «Дизайн». В уникальной интеграции направлений и сфер деятельности института заложен потенциал формирования системного научно-практического подхода к формированию концепции будущего Арктики в единстве инноваций и опыта, эксперимента и творчества.

Литература

1. Башляр Г. Поэтика пространства. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 350 с.
2. Линч К. Образ города. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
3. Эллард К. Среда обитания: Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие. М.: Альпина Паблишер, 2018. 287 с.

УДК 338.483.12
ББК 65.433.5

Е.Ю. Котова

*Комитет по культуре, спорту и молодежной политике
администрации Тихвинского района Ленинградской области
г. Тихвин, Ленинградская область, Россия*

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИМИДЖЕВЫХ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ ТЕРРИТОРИИ

***Аннотация.** В статье рассматриваются социально-экономический потенциал событий как одной из разновидностей имиджевых культурных индустрий, их экономический и брендовый потенциал в культурной политике территории, особенности формирования календаря культурных событий. Представлены основные векторы поиска привлекательных туристских дестинаций для повышения конкурентоспособности территории, опыт регионального преломления общемирового тренда на индивидуализацию и цифровизацию событийного туризма.*

***Ключевые слова:** имиджевые культурные индустрии, событийный туризм, дестинация, экономика впечатлений, календарь культурных событий, бренд.*

E.Yu. Kotova

*Culture, Sport and Youth Policy Committee of the Administration
of the Tikhvin district of the Leningrad region
Tikhvin, the Leningrad region, Russia*

THE EVENT TOURISM AS A VARIETY OF TRENDY CULTURAL INDUSTRIES OF THE TERRITORY

***Abstract.** The article deals with the socio-economic potential of events as one of the varieties of trendy cultural industries, their economic and brand potential in the cultural policy of the territory, and the features of the calendar of cultural events' formation. The main vectors of the search for attractive tourist destinations to increase the competitiveness of the territory are represented, the experience of regional fraction of the global trend for the individualization and digitalisation of event tourism are presented.*

***Key words:** trendy cultural industries, event tourism, destination, experience economy, cultural events calendar, brand.*

Новые условия, в которых сегодня разворачивается деятельность учреждений культуры, постоянно обновляющаяся культурная реальность,

требуют поиска адекватных идей, форм и технологий, получивших в последние годы статус культурных индустрий.

Очевидно изменение понимания роли и влияния сферы культуры на взаимоотношения между обществом и властью, на формирование национально-культурной идентичности и влияние экономики впечатлений на так называемый индекс счастья граждан.

Событийный маркетинг первоначально применялся в деятельности организаций бизнеса как особый способ эмоционального воздействия на клиента и действенная форма представления продукта потребителю. Сфера культуры имеет в подобной деятельности ярко выраженную специфику, хотя основные правила событийного подхода всё же остаются общими.

Культурные технологии (и культурные события – как частный случай таких технологий) сегодня рассматриваются как инструмент выхода из политического, социального и экономического кризисов, как движущая сила развития сообществ, городов, регионов и стран. Проведение крупного мероприятия дает стимул к развитию инфраструктуры, стимулирует деловую активность, повышает привлекательность территории.

Неслучайно сегодня крупные спортивные, деловые и культурные события превратились в важный элемент государственной политики [1]. За право их проведения ведется ожесточенная конкурентная борьба.

Именно события определяют социально-культурный ландшафт территории и являются катализатором популяризации ценностей, важным инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов. Выросший на их основе событийный туризм – направление сравнительно молодое, вызывающее повышенный интерес.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, и одной из разновидностей имиджевых культурных индустрий. Многообразие его содержания и форм обусловлено тем, что каждое событие (ивент) неповторимо, необратимо во времени, привязано к месту и его специфике, имеет тематическую направленность, предполагает массовость аудитории.

Менеджерам культуры и туризма сегодня важно успевать за скоростью перемен, спешить с ответом на актуальные социальные запросы, уметь красиво и выигрышно подать «исходные данные» территории, красиво «завернуть», «упаковать» социально значимый проект, не жалеть сил, времени и средств на его продвижение, искать партнеров и лидеров социальных изменений, брать на себя смелость влиять на действительность или формировать ее, не ждать возможностей, а создавать их.

Событие, которое положено в основу событийного тура, должно обладать уникальностью и/или аутентичностью [5]. Уникальное достопримечательное должно лечь в основу эксклюзивно-событийного.

Если в жизни территории нет событий, исторически сложившихся как традиции, их придумывают специально (искусственно), и примеров тому – множество. Тут хороши варианты легенды, мифа территории или гения места, который реально жил здесь когда-то (сюда относятся творцы, деятели культуры, исторические и политические персонажи, иногда – вымышленные герои). Главная задача организаторов – сделать материал события привлекательным, запоминающимся, клиентоориентированным, зрелищным.

Основой нового турпакета или события могут стать поликультурное пространство, многонациональное и многоконфессиональное сообщество, в котором событие подчеркнет единство, а не отличия, и не даст повода для разжигания розни. Фокус в таком случае необходимо делать именно на локальных явлениях. К примеру, калитка (мучное изделие с начинкой) бывает и вепсской, и карельской, но у каждой – свои традиции, история, если хотите – сакральный смысл. На этой диалектике единства и своеобразия и необходимо стоять уникальность события, например – Гурме-фестиваля.

Цель события, прежде всего – выявить и собрать единомышленников, социализировать, решить социальную или социокультурную задачу. А потом – приглашать туристов, создав им необходимые условия для пребывания и вовлеченности в событие.

Событийный туризм предполагает погружение туристов в качестве гостей в социокультурную среду и реальный быт специфической, но живой, реальной, интегрированной в современный мир общности. Турист/визитер должен иметь возможность участия, соучастия, сопереживания события. Именно от этого зависит количество полученных им впечатлений и оценка (а значит – стоимость) турпродукта. Кроме того, организации событийного туризма способствует наличие сопутствующей инфраструктуры, включающей систему связи, торговли, банков, страхования [6, с. 15], сферы развлечений, транспорта, медицины и обеспечения безопасности. Всё это формирует необходимую туристическую дестинацию, гарантирующую успешность и перспективность реализации проекта.

Термин дестинация применяется сегодня в туризме наравне с уже знакомыми формулировками «туристический кластер», «площадка интенсивного туристско-рекреационного развития». Он обладает новизной звучания, хотя сами дестинации существуют давно и успешно развиваются. Это привлекательные для посещения туристов территории, где в комплексе созданы условия для максимального удовлетворения их разных потребностей.

В событии, если подходить к нему как к одной из форм имиджевых культурных индустрий территории, очень важен подготовительный этап.

Именно он определяет масштаб и эффективность события, и здесь имеется в виду не бюджет.

Основные силы, время и средства необходимо направить на создание образа события, его грамотный маркетинг, PR-компанию, продвижение в сети «Интернет». Уникальность, эксклюзивность, узнаваемость – очень дорогой маркетинговый товар. Важно разрабатывать бренд-буки, логотипы и другие стилевые решения: именно это поднимает организацию событийного туризма на следующий уровень профессионализма и является очевидным требованием на рынке услуг. Сначала команда работает на престиж проекта (дипломы, гранты, письма поддержки, отзывы, статьи в СМИ, в том числе – заказные), а потом престиж работает на проект.

Любое успешное мероприятие должно вызвать социальные «круги на воде». Это могут быть: общественный резонанс, актуализация деятельности конкретного круга лиц, социальная задача, изменение городской среды, новые партнеры, возникновение кластеров, усиление связей с социальным предпринимательством [3], привлечение новых спонсоров и благотворителей, прибыль, наконец.

В ядре любого события лежит идея, вовлекающая организаторов в пространство интеллектуальной собственности, поэтому сегодня сформировалось очевидное требование – осторожность с заимствованиями и сохранение собственных «ноу-хау», регистрация авторских прав, а также – необходимость оплаты авторских отчислений в РАО, которая возникает при проведении любого массового мероприятия. К сожалению, многие практики уклоняются от этих отчислений.

Подробнее перспективы событийного туризма и его значимость в социально-экономической жизни региона и малого города представлены на примере Ленинградской области и города Тихвина.

В своих исследованиях по маркетингу регионов А.П. Панкрухин отмечает: «В России весьма активную роль в формировании имиджа регионов играют географические, климатические, национальные и другие различия» [8]. Тихвинский район Ленинградской области имеет ряд ярко выраженных особенностей, позволяющих не только успешно развивать событийный туризм, но и вывести его на уровень культурной индустрии.

На территории Ленинградской области деятельность отрасли туризм регулируется Правительством региона. В 2017 году создан профильный комитет Ленинградской области по туризму, активно работает подведомственное ему государственное учреждение – Информационно-туристский центр (ИТЦ) Ленинградской области.

В муниципальных образованиях региона (их 18) тоже созданы ИТЦ, которые учреждены в различных формах: на базе муниципальных учреждений, в форме НКО, на базе турфирм или турагентств. Их деятельность ведется с 2008 года, когда благодаря грантовой поддержке

Евросоюза были открыты первые 8 ИТЦ на территории Ленинградской области, в том числе – в г. Тихвине.

Тихвинский район удалён от культурной столицы, федерального центра г. Санкт-Петербурга на 200 км, имеет хорошую транспортную доступность, обеспечен автомобильным, автобусным и железнодорожным сообщением. Количество жителей района – около 65 тысяч человек.

В городе Тихвине и Тихвинском районе 18 средств коллективного размещения, насчитывающих 1114 мест, из них 411 – в гостиницах, 480 – в средствах размещения для оздоровления и организации досуга детей и юношества, 108 – в туристических, спортивных базах и базах отдыха и 115 – в хостелах и общежитиях. Организация общественного питания осуществляется 10 ресторанами, 35 кафе, 2 столовыми.

Свою деятельность активно ведут 15-18 туристических компаний и турагентств, из них 2 работают на въездной туризм. В перечень основных туристских маршрутов въездного туризма вошло 24 наименования тематических мероприятий (экологические, музыкальные, героические, православные, литературные и другие).

В рамках государственной программы «Развитие культуры в Ленинградской области» в событийном туризме поддержку получили сразу несколько проектов из календаря событий: Межрегиональный туристский проект «Серебряное ожерелье России», проекты «Красный маршрут» и «Русские усадьбы», «Жизнь замечательных людей» (в котором выделено 5 основных направлений: «Культура», «Литература», «Наука», «История» и «Промышленники»), «Маяки Ленинградской области». Оказана поддержка и в сфере развития детского туризма: проекты «Живые уроки» и «Мой родной край – Ленинградская область».

Все указанные проекты носят комплексный, кластерный характер, в них задействованы другие регионы и страны. Они долгосрочные и масштабные, системно организованные. В каждый проект включен перечень основных мероприятий, со своим местом и временем проведения. К их организации и проведению привлекаются выдающиеся творческие компании, определяемые в ходе конкурсных мероприятий. На каждое событие разрабатывается турпакет, проводится PR-кампания, к реализации и продвижению подключаются партнерские турагентства. Ежегодно выпускается календарь событий Ленинградской области по сезонам (зима, лето, весна, осень). Информация о событиях размещается на официальном сайте Информационно-туристского центра Ленинградской области [6] и официальном сайте Ростуризма.

Информационно-туристским центром города ведется работа по наполнению туристских порталов [4; 9] и тематической страницы на официальном сайте Информационно-туристского центра Ленинградской области [7], расширяется деятельность по участию в региональных,

российских и международных выставках, разработке печатной и рекламной продукции (в том числе – ежегодного буклета «Календарь культурных событий»), оказанию информационной поддержки мероприятий, разработке турмаршрутов, продвижению территории, сбору статистических данных.

Финансирование деятельности ведется в рамках раздела «Повышение культурно-туристической привлекательности» муниципальной программы «Культура Тихвинского городского поселения». Использование программно-целевого метода позволяет выстроить плановую работу отрасли, усилить взаимодействие социальной сферы, малого и среднего бизнеса в рамках мероприятий событийного туризма, наладить межведомственное сотрудничество, обеспечить безопасность проводимых событий.

В 2015 году разработан бренд-бук города Тихвина, в рамках которого созданы логотип города, основные элементы айдентики, фирменный стиль, оформление сувенирной продукции, городская туристская навигация. Работа выполнена студией DEZA (Москва) по заказу стратегического партнёра администрации Тихвинского района – АО Тихвинский вагоностроительный завод. Элементы фирменного стиля до сих пор используются в работе отрасли туризм города Тихвина. Они не утратили своей актуальности и представлены во всей рекламно-издательской продукции организуемых событий. И это естественно. Основа бренда – идентичность города – должна быть проявлена, воплощена в городской среде и повседневной жизни. Бренд необходимо «вращивать», и территория города – лучшая творческая площадка для брендинга и визуализации идентичности места.

Исходя из необходимости тематического зонирования городского пространства в рамках утвержденной в 2015 году Стратегии развития города Тихвина были созданы Фестивальная площадка и Парк Эрувиль-Сен-Клер (город-побратим Тихвина во Франции), Парк Поколений, Смотровая площадка и другие пространства, в корне изменившие облик города. Они стали местами эмоционального притяжения Нового города наряду с Тихвинским монастырем и Домом-музеем Н.А. Римского-Корсакова в Старом городе, и нуждаются в постоянной актуализации, культурном освоении.

Особая роль уделяется городской навигации. Созданный пешеходный маршрут «Пять столетий веры» [9] позволяет индивидуальным и групповым туристам совершать самостоятельное путешествие по городу при помощи QR –кодов, отсылающих на туристический портал маршрута с аудио-гидом и панорамными фотографиями. Так в Тихвине используется одна из основных метафор брендинга городов и одно из характерных средств культурных индустрий – обращение к дополненной реальности [2].

В традиционный праздничный календарь г. Тихвина включены: Рождественский фестиваль, Российский конкурс юных талантов «Тихвинский Лель», Пасхальный фестиваль, Праздник вепсской культуры «Вепсский родник», День города и День явления Тихвинской иконы Божией Матери, Открытый фестиваль духовой и джазовой музыки «Сентябрь в Тихвине», Международный оперный фестиваль имени Н.А. Римского-Корсакова, в котором в формате биеннале проходит Международный конкурс молодых оперных певцов имени Н.А. Римского-Корсакова, Открытый конкурс декоративно-прикладного творчества «Ведушка. Кукла – от былого к будущему».

Ежегодно в рамках праздника праздников – Дня города и Дня явления Тихвинской иконы Божией Матери – проводится опрос горожан и гостей города. Каждый раз составляется новый опросник (работа обычно ведется с привлечением студентов-маркетологов вузов г. Санкт-Петербурга). Результатом является формирование имиджевой карты города с последующим ее анализом.

Результаты предыдущего опроса показали, что Тихвин в восприятии туристов имеет хорошую репутацию, яркий, четко выраженный образ. Он многим известен, достаточно активно занимается своим продвижением. Туристы отмечают его персональную значимость, хорошее соотношение «цена-качество» и высокую удовлетворенность от посещения. Большинство туристов готово дать рекомендацию знакомым посетить город Тихвин.

Анализ имиджевых карт, составленных на основе опросников жителей Тихвина, лишней раз доказывает, что главный «бренд территории – это вера людей в собственный город» [2]. Заполнение опросников проводится основными и дополнительно привлекаемыми сотрудниками ИТЦ в мобильных офисах, установленных на территории праздника. Там же всем желающим выдаются рекламно-информационные материалы о событии (карта, афиша, программка, значки и другое). Мобильный офис и униформа сотрудников брендированы, как часть праздничной культуры события.

Даже в отдаленных регионах сегодня возможно и необходимо использовать новые технологии (VR-технологии, 3D-mapping, online-трансляции событий, моментальный отклик в сети «Интернет»), но стоит соблюдать оптимальный баланс традиции/новации. Важно помнить, что главное значение имеют не технологии, а само действие, постановка, мероприятие и его уникальность. Технологии как инструмент помогут событию выдвинуться на первый план в новостных лентах, тиражироваться в тысячах личных блогов, получить значительный резонанс и вырасти до масштаба культурных индустрий.

Реализуя культурную политику в малом городе (и в больших городах), важно в event-индустрии не попасть в капкан псевдоавторской зависимости

и издержек менеджмента «по-русски», когда ушел человек – ушел проект. Это модель вчерашнего дня. Необходимо руководствоваться общими принципами проектного менеджмента: создавать жёсткие организационные структуры, моделировать матрицы/схемы взаимодействия, наращивать базы данных (партнеров и спонсоров, мастеров ДПИ, художников и музыкантов, групп и творческих студий и т.д.). Это не напрасный труд, это – каркас любого проекта, а, возможно, и залог многих следующих.

Чтобы вывести событийный туризм на уровень культурных индустрий, необходимо капитализировать, наращивать ресурсы проекта, приобретать оборудование, а не оплачивать аренду, что оказывается финансово и стратегически невыгодно. Требуется автоматизировать управленческие процессы, делать рассылки, составлять списки задач, шаблоны документов в рамках проекта, собирать отзывы, пост-релизы, статьи, ссылки на материалы в сети «Интернет» и другое [4]. Итоги события стоит подводить качественней всего (опыт написания итоговых бюллетеней в Тихвине может пригодиться), ведь для организатора нет ничего опаснее тиражирования собственных ошибок.

И тогда уже не столь важно, что именно проводится для развития имиджа территории: фестивали исторической реконструкции или фестивали офисных видов спорта, экстремальные тимбилдинги или квесты, игровые форматы для интеллектуальной элиты территории или массовые гуляния. Главное – чтобы они подчёркивали ее уникальность, отсылали к территории [7], решали значимые задачи, а не превращались в фестиваль ради фестиваля.

Именно место жизни выступает катализатором социальной общности, основанной на любви к своему городу, а значит – способствует проявлению его идентичности. В случае с событийным туризмом к географическому месту прибавляется специфическое, ценностно наполненное, необратимое во времени событие, что многократно усиливает эффект. Быть очевидцем, участником, соавтором событий культуры сегодня ценно, и надеемся, будет ценно всегда, несмотря на развивающиеся технологии и индустрии.

Литература

1. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. 2011. №6-2. С. 167-172.
2. Визгалов Д. Пусть города живут. М.: Сектор, 2015. 269 с.
3. Глобова С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы

- II Междунар. науч. конф., 20-23 июня 2013 года / отв. ред. Г.А. Кайнова. СПб: Реноме, 2013. С. 137-140.
4. Городской туристический сайт Тихвина [Электронный ресурс] // Visit-tikhvin.ru: [сайт]. 2019. URL: <http://visit-tikhvin.ru> (дата обращения: 17.10.2019).
 5. Донских С.В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 112 с.
 6. Дуэль А. Особенности организации событийных туров // Турифо. 2007. №5 (528). С. 6-12.
 7. Официальный туристический портал Ленинградской области [Электронный ресурс] // Lentravel.ru: [сайт]. 2019. URL: <http://www.lentravel.ru> (дата обращения: 17.10.2019).
 8. Панкрухин А.П. Маркетинг региона [Электронный ресурс] // Маркетинг территорий / Панкрухин А.П. СПб: Питер, 2006. 416 с. URL: http://pankruhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2015/01/Izd-2-pankruhin_a_p_marketing_territorii.pdf (дата обращения: 18.10.2019).
 9. Пять столетий веры. Сайт туристического маршрута [Электронный ресурс] // 5-vekov.ru: [сайт]. 2019. URL: <http://5-vekov.ru> (дата обращения: 17.10.2019).
 10. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий / У. Хальцбаур [и др.]. М.: Эксмо, 2010. 381 с.

И.В. Леонов
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный институт культуры»
г. Санкт-Петербург, Россия

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ МИРА И ПРОБЛЕМА ИХ ВОСПРОИЗВОДСТВА В СФЕРЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация. В статье рассматривается вопрос сохранения и трансляции традиционных аспектов мировоззрения в пространстве культурных индустрий. Дается определение и общая характеристика «картины», «гештальта» или «образа мира», включая ее системообразующую, «интегральную» функцию для культуры как таковой. Фиксируются основные сферы культурных индустрий, в которых реализуется отмеченное направление деятельности. Ставится проблема соотношения традиций и инноваций в трансформациях национальных образов мира. Обозначается поле для развития аналитической и экспертной деятельности культурологов в оценке продукции культурных индустрий, направленной на сохранение традиционных аспектов мировоззрения.

Ключевые слова: культурные индустрии, национальный образ мира, картина мира, гештальт, культурогенез, традиция, инновация, гуманитарные технологии.

I. V. Leonov
St. Petersburg State Institute of Culture
Saint Petersburg, Russia

NATIONAL IMAGES OF THE WORLD AND THE PROBLEM OF THEIR REPRODUCTION IN THE FIELD OF CULTURAL INDUSTRIES

Abstract. The article discusses the issue of preservation and transmission of traditional aspects of the worldview in the space of cultural industries. The definition and general characteristics of the «picture», «gestalt» or «image of the world», including its system-forming, «integral» function for culture as such, are given. The main spheres of cultural industries are fixed in which the marked direction of activity is realized. The problem of the correlation of traditions and innovations in transformations of national images of the world is posed. The field is designated for the development of analytical and expert activities of cultural

scientists in the evaluation of products of cultural industries aimed at preserving traditional aspects of the worldview.

Key words: *cultural industries, national image of the world, picture of the world, gestalt, cultural genesis, tradition, innovation, humanitarian technologies.*

Одной из исследовательских областей, развиваемых в российской науке о культуре, является *гештальт-культурология*. Один из исследовательских аспектов данной области выражен в изучении морфогенеза и специфики «образов мира», возникающих в пространстве различных культур.

Основоположниками названного направления по праву можно считать О. Шпенглера¹ и Г.Д. Гачева², посвятивших большую часть своих исследований вопросам культурной обусловленности особенностей восприятия бытия представителями различных культур на уровне конструирования его специфических «гештальтов», или «образов», формируемых под влиянием множества факторов. Среди таковых факторов особую роль играет климат и вмещающий ландшафт, флора и фауна, цвета и звуки окружающего мира, образ жизни и его темпы, основные виды деятельности и т.д. В результате нахождения различных культур в неповторимых контекстуальных обстоятельствах у их представителей формируются особые гештальты реальности, органично соответствующие той адаптивной ситуации, в которой они находятся.

В настоящее время на фоне грандиозных подвижек культуры в мировом масштабе и «размывания» органики культур традиционного типа остро встает проблема сохранения и воспроизводства их картин мира, долгое время сохранявших свое ведущее положение в пространстве данных культур и тем самым организовывавших весь их строй.

Исходя из того, что деятельностные основания многих традиционных культур к настоящему времени претерпели необратимые изменения, их картины мира оказались в состоянии оторванных от непосредственных связей с образом жизни. Иначе говоря, гештальты оказались в роли лишенных базиса «атавизмов прошлого», постепенно растворяемых в круговороте качественных перемен социокультурной реальности. Однако в образах мира кроется не только сугубо визуальная «картина» реальности, – их содержание составляют ценности, смыслы, понимание человеком своего места в мире, представления о добре и зле, о прекрасном и безобразном и т.д., сло-

¹Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории: гештальт и действительность / пер. с нем., вступ. ст. и примеч. К.А.Свасьяна. М.: Эксмо, 2006. 800 с.

²Гачев Г.Д. Космо-Психо-Логос: Национальные образы мира. М.: Академический Проект, 2007. 511 с.; Гачев Г.Д. Ментальности народов мира. М.: Алгоритм: Эксмо, 2008. 544 с.

жившиеся на протяжении столетий и оформляющие весь строй традиционных культур. Как следствие, утрата данных «картин» может привести к перекодированию культуры в соответствии с тем гештальтом, который приходит на смену уходящему, заполняя образующиеся мировоззренческие пустоты.

По существу, картина мира – это *первичный когнитивный комплекс, лежащий в основе общего понимания реальности человеком и обеспечивающий его реакции на средовые воздействия в процессе адаптации. Картина мира определяет весь спектр взаимодействий человека с вмещающей средой и задает основные векторы развития его познавательных способностей.* Картина мира, будучи системообразующим, «интегральным» когнитивным центром любой культуры, скрепляет ее, обеспечивая стабильность всей культурной системы. Соответственно, при искажении образа мира или его утрате создается опасность «цепных реакций», которые могут изменить систему культуры, вплоть до разрушения ее конкретно-исторических состояний.

В ходе бурных преобразований современных культур и повышения роли экранных коммуникаций в формировании представлений о реальности, яркое проявление находит феномен фрагментации и «опустошения» устойчивых форм мировоззрения, долгое время бытовавших и органично преобразовывавшихся в пространстве определенных культур. В отношении современного мировоззрения применяются такие характеристики, как «клиповое» или «сайтовое», ставшее в визуальной культуре следствием развития медиа- и цифровых технологий. В таком мировоззрении нет четкой иерархичности, нет устойчивых ценностно-смысловых ориентаций, отсутствуют ответы на самые важные для человека смысложизненные вопросы. Носитель подобного гештальта оказывается в сложной и по-своему привлекательной ризоме, не имеющей входа и выхода. В данном случае достаточно привести пример со сферой визуальных образов той или иной культуры, которые, проникая в сознание человека и не имея некой иерархически упорядочивающей структуры, «гнездятся» в нем как угодно, образуя фрагментарные «склейки» реальности. Примером здесь служит сфера этно-традиционных сувениров, во многом призванная позиционировать ту или иную культуру в аутентичном плане, но на деле порой представляющая собой калейдоскоп гипертрофированных, растиражированных и упрощенных образов, нагроможденных друг на друга и имеющих слабую степень аутентичности.

Исходя из названной ситуации, сегодня остро встает проблема поиска путей сохранения традиционных мировоззренческих комплексов, «улетучивающихся» под воздействием процессов урбанизации, модернизации и глобализации.

Одной из успешных сфер сохранения традиционных образов мира стала культура детства, где в сознание ребенка, как на «чистую доску», записываются традиционные этнические и национальные «культурные коды». Данная сфера трансляции «культурного кода» на сегодняшний день используется достаточно активно, получая весомую государственную поддержку, включая правовую и «экологическую» защиту от разрушающих культуру воздействий [3].

Другой сферой, направленной на сохранение и воспроизводство традиционных образов мира, имеющей с предыдущей тесные связи и способной успешно реализовать данное направление деятельности, являются культурные индустрии, постепенно формирующие и использующие «гуманитарные технологии» фиксации, реконструкции и ретрансляции гешталтов реальности, находящихся под угрозой исчезновения. Примечательно, что указанный вектор носит ярко выраженный идейный характер, обуславливая специфику отечественных культурных индустрий по сравнению с их западноевропейскими аналогами, развитие которых во многом сопряжено с их участием в трансформациях современной культуры, без явных акцентов на традиционные культурные составляющие. В определенной степени на данную ситуацию влияет специфика культуры Запада как инновационного историко-культурного типа, которая, в отличие от земледельческих и кочевых регионов, направлена на постоянное самообновление. Здесь же уместно добавить, что сама сфера «культуры», включая ее административные структуры, стратегии и способы управления, социокультурные и образовательные технологии, в России имеет ярко выраженную направленность на этно-традиционные основы культуры. Отсюда вытекает проблематика настоящей статьи, выраженная в изучении практик сохранения, воспроизводства и обновления этно-традиционных картин мира в сфере современных культурных индустрий России.

Сразу важно указать, что одновременно «схватить», репрезентовать и транслировать всю картину мира на ее макроуровне маловероятно, поскольку это сложное и многоаспектное явление. Поэтому трансляция картины мира возможна в виде акцентов на ее разные грани, и, как правило, так и случается. В некоторых культурах это происходит само собой, в течение повседневной деятельности и трансляции культурного опыта от поколения к поколению, без акцентов на этот процесс и без ярко выраженных стратегий его поддержания. Как правило, в данном случае речь идет о культурах традиционного типа. С другой стороны, в культурах, генезис которых основан на явном преобладании инновационной составляющей по отношению к процессам сохранения и воспроизводства (также являющихся неотъемлемой частью любого культурогенеза [1, с. 7]), картины мира претерпевают перманентные морфогенетические преобразования,

утрачивая в данных видоизменениях свои прошлые формы. Наиболее яркое выражение данный процесс обрел в эпоху глобализации, остро обозначив проблему сохранения традиционных образов мира на уровне одной из стержневых ценностей культуры, решение которой во многом зависит от поддержки государственного и негосударственного секторов.

На сегодняшний день активное участие в процессах коррекции, сохранения и трансляции национальных картин мира принимают культурные индустрии. Сразу необходимо отметить, что степень эффективности отмеченного участия носит различный характер, поскольку указанная сфера находится в явной зависимости от экономического и ряда других факторов, влияющих на стратегии их функционирования и качество производимой «продукции» [5]. Реализуя функцию транслятора традиционных аспектов культуры, «индустрии» прививают представителям соответствующих культур многие грани мировоззрения.

Одной из ярких сфер подобного рода деятельности является кино и анимация, имеющие в визуальной культуре ведущий статус, и в своей совокупности оформляют общие представления человека о мире. Особую роль в такой продукции играют «тексты», содержащие традиционные аспекты представлений о мире, характерные для различных культур. В них получают выражение основные вопросы человеческого существования, системообразующие ценности и смыслы, эстетические, этические составляющие, ментальные основы восприятия реальности и т.д. Достаточно интересным примером эффективного транслятора традиционных культурных ценностей является мультфильм «Маша и медведь», персонажи которого, включая их ментальные черты, во многом созвучны традиционным аспектам культуры России. Другим ярким примером подобного рода «гуманитарной технологии», направленной на сохранение стержневых структур и ценностно-смыслового ядра отечественной культуры, является мультфильм «Смешарики». Показательно, что в данном мультфильме черты национального характера и менталитета, духовные аспекты культуры транслируются без явного визуального подкрепления устойчивыми образами старины. В данном случае в сфере культурных индустрий найдется немало примеров неудачных попыток воспроизводить и транслировать «традиционный код» культуры посредством гипертрофированных визуальных акцентов на фольклорный компонент, притом, что сюжет оказывается «калькой» типичных «текстов» массовой культуры. Здесь же уместно коснуться экранизаций сказок, которые как нельзя лучше подходят для трансляции традиционных основ культуры. Среди такой «продукции» так же, как и в случае с мультфильмами, есть как удачные, так и неудачные примеры, поскольку сама по себе сфера культурных индустрий, будучи ориентированной на

рынок, не всегда справляется с задачей гармоничного воспроизводства природы той или иной культуры.

Другим примером «индустрии», которая имеет влияние (пусть и не самое решающее) на формирование общих представлений о мире, характерных для определенных культур, является мода. Исходя из того, что культуры, пребывающие в определенном «месте развития» и конкретно-исторической ситуации, находясь под определенным воздействием природно-климатических «ритмик», сталкиваясь с определенными формами, красками и звуками, испытывая фактор определенных деятельностных оснований, наиболее полно отражают весь этот набор проявлений реальности в искусстве. В традиционных культурах отмеченный процесс осуществляется неотрефлексированно, как бы сам собой, но результат такого «отражения» реальности абсолютно органичен породившей его культуре. Это можно проиллюстрировать на ярких отличиях фольклора культур, которые формировались в качественно разных «экологических нишах», результаты их отражения реальности порой имеют такое же различие, – амбровый узор отражает яркие краски Средней Азии; звук варгана соотносим с протяжностью северной тундры; вологодское кружево напоминает морозный узор на окне; хохлома соответствует краскам золотой осени; русская протяжная песня напоминает плавный ландшафт полей, холмов и изгибы рек; мотив орнаментальной волны характерен для культур, соприкасающихся с крупными водоемами; формы и образы животного мира, проникающие во все сферы фольклора, распространяются в культурах, основанных на кочевом и охотничьем образе жизни; и т.д. Все это говорит о том, что образы мира слагаются из целой массы проявлений реальности. Именно на этой основе спектр каналов формирования картин мира значительно расширяется, включая, в том числе, и моду. В данной сфере часто встречаются аллюзии к традиционным аспектам культуры, воспроизводство или переосмысление ее мотивов, например в виде образов традиционных промыслов, орнаментальных решений, форм, напоминающих старину. И если человек часто встречает подобные формы и образы, они «оседают» в его сознании, – происходит своеобразное «визуальное программирование» восприятия реальности с опорой на тот «код», который доминировал в прошлом и основа которого может быть воспроизведена в новых условиях. Тем не менее, перегибы возможны и в данной сфере, например, посредством излишней эксплуатации определенных образов, их визуального перенасыщения, а также посредством их сильного искажения.

Отмеченная противоречивая картина отмечается и в других «индустриальных» сферах – телевидении, рекламе, книгоиздательстве, сфере туризма и досуга, в креативном кластере и др. В данном случае вопрос качества подобного рода «продукции» остается открытым и требует

специального культурологического изучения, с целью выработки соответствующих критериев ее оценки и разработки «гуманитарных технологий» [2], способных через данную продукцию содействовать формированию и корректировке представлений о традиционных аспектах культур, об их картинах мира, ценностях и смыслах, историческом прошлом, основных повседневных занятиях и праздниках, искусстве и т.д.

Однако, необходимо напомнить, что национальные образы мира обновляются постоянно, и попытки их законсервировать и транслировать в неизменном виде ведут лишь к архаизации культуры, лишая ее возможности развиваться и обновляться. Будучи пронизаны сложными архитектурными процессами, образы мира содержат в себе старые и новые аспекты, имеющие разную степень актуальности, а потому принимающие многообразные формы сочетаний [4]. В настоящей статье мы исходим из того, что национальные образы мира могут быть утрачены при сильных «сдвигах», нарушающих их внутреннюю органику. В такой ситуации они могут потерять целостность и «раствориться» в потоке инноваций, резко противоречащих их природе. Тем не менее, игнорировать и преодолевать их изменения полностью будет по меньшей мере не дальновидно. Разного рода инновации могут вплестаться в существующие концепты реальности и становиться их частью, адаптируя культуру к изменяющимся формам реальности при сохранении ее прошлых «годовых колец».

К сожалению, в сфере культурных индустрий нередки крайности в решении данного вопроса. С одной стороны, в их пространстве выпускается продукция, направленная на реализацию потребностей рынка и массовой культуры, а потому далекая от задачи сохранения этно-традиционных составляющих. С другой стороны, попытки воспроизводства архаичных сторон культуры, при игнорировании ее новых форм, «отпугивают» широкого потребителя, являясь уделом ограниченного числа потребителей. Поиск баланса в решении данного вопроса является насущной задачей «индустриальной» сферы, и в данном случае аналитические и экспертные ресурсы культурологии могут оказать соответствующую поддержку.

Литература

1. Бондарев А.В. Отечественная культурогенетика: истоки, развитие и современное состояние (вместо предисловия) // Культурогенез и культурное наследие: сборник статей / науч. ред. А.В. Бондарев. М.; СПб: Центр гуманитарных инициатив, 2014. С. 7-28.

2. Идентичность как навигатор сознания: монография / Х.Г. Тхагапсоев, Л.М. Мосолова, И.В.Леонов, В.Л. Соловьева. СПб: Астерион, 2016. 169 с.
3. Иконникова С.Н. «Защитный пояс» культуры и стратегии отношения к детству // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. №4 (37). С. 56-59.
4. Кондаков И.В. Архитектоника культурного наследия // Культурогенез и культурное наследие: сборник статей / науч. ред. А.В. Бондарев. М.; СПб: Центр гуманитарных инициатив, 2014. С. 533-544.
5. Котова Е.Ю. Традиционная культура в эпоху культурных индустрий // Мир культуры и культурология: альманах научно-образовательного культурологического общества России. Выпуск 6 / науч. ред. С.А. Гончаров [и др.]. СПб: Научно-образовательное культурологическое общество, 2018. С. 552-557.

УДК 792.5
ББК 85.335

Э.В. Махрова
ФГБОУ ВПО «Академия Русского балета
им. А.Я. Вагановой»,
г. Санкт-Петербург, Россия

КРЕАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ТЕАТРА

***Аннотация.** В стремительно меняющемся мире искусство не может оставаться неизменным даже в своих давно институализированных формах, таких как музыкальный (оперный и балетный) театр. Парадигма прогресса заставляет трансформировать деятельность старых институтов как в художественно-содержательном плане, так и в организационном. В статье представлены примеры применения креативных музыкальных стратегий в современном музыкальном театре.*

***Ключевые слова:** креативные стратегии, современная культура, музыкальный театр.*

E.V. Makhrova
Vaganova Ballet Academy
Saint Petersburg, Russia

CREATIVE STRATEGIES OF A MODERN MUSIC THEATER

***Abstract.** In a rapidly changing world, art cannot remain unchanged even in its long-institutionalized forms, such as a musical (opera and ballet) theater. The paradigm of progress forces us to transform the activities of old institutions both in artistic and content terms and in organizational terms. The article presents examples of the usage of creative musical strategies in the modern musical theater.*

***Key words:** creative strategies, contemporary culture, musical theater.*

Не секрет, что основой современного оперного репертуара являются классические оперы (произведения XVIII–XIX веков). Однако современная режиссура, утвердившаяся на оперной сцене к концу XX века, коренным образом изменила вид оперного спектакля, произведя основательный «апгрейд» всех традиционных сюжетов и трактовок. Одним из лидеров в модернизации как оперы, так и балета явился бельгийский оперный театр «Ла Монне». С ним связана деятельность крупнейшего хореографо-новатора второй половины XX века Мориса Бежара и уникального оперного

администратора, за которым закрепились репутация руководителя, сокрушавшего оперные устои и традиции и радикально изменившего лицо современного оперного театра, Жерара Мортье. Сегодня Национальная опера Бельгии является одной из самых передовых европейских оперных площадок, а в 2011 году Ла Монне был признан лучшим среди крупных оперных театров.

Успешную креативную режиссуру представляют и наши соотечественники. Наиболее ярким примером является Дмитрий Черняков. Однако его творчество, ярко (и скандально) заявившее о себе на ведущих отечественных оперных сценах (Мариинского и Большого театров) сегодня украшает зарубежные театры и малодоступно нашим соотечественникам.

Организационная модернизация музыкального театра связана с широко развернувшейся фестивальной деятельностью, которая позволила отойти от традиционной структуры оперно-балетного производства и включить новые механизмы привлечения публики. Начавшее свою историю еще в конце XIX века (Байройтский фестиваль Р. Вагнера) фестивальное движение активно продолжается и в наши дни, находя все новые и новые формы бытия музыкального театра. «Сценическое обыгрывание» известных архитектурных памятников (Арена ди Верона, фестиваль в Помпеи), спектакли в ландшафтной среде (Брегенцский фестиваль, Камерная опера в замке Райнсберг), оперные постановки в городском пространстве («Опера – всем» в Санкт-Петербурге), «монографические» фестивали (фестиваль Пуччини в Торре дель Лаго, россиниевский фестиваль в Пезаро) – все эти и многие другие фестивали образуют мощнейший фестивальный рынок, который успешно конкурирует с традиционными институтами музыкального театра и создает особый художественный ландшафт, сформированный креативной экономикой.

УДК 338.483(470.21)
ББК 75.812.5

Д.В. Михайлов
ФГБОУ ВО «Российский государственный
педагогический университет им. А.И. Герцена»
г. Санкт-Петербург, Россия

ХАЙКИНГ, ТРЕККИНГ И БЭКПЭКИНГ НА КОЛЬСКОМ СЕВЕРЕ: СФЕРА OUTDOOR-ПРАКТИК МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье анализируется уровень и специфика туристского потенциала Кольского Севера в контексте развития таких типов пешего туризма, как «медленный» и экологический туризм, а также их тематические разновидности. Сопоставлен уровень популярности пеших туров по Кольскому полуострову в 30-х – 80-х гг. XX в. и ситуация в области коммерческих предложений туроператоров по пешим турам в настоящее время. Проанализирована степень включенности этого типа туров в массив актуальных предложений туроператоров, а также диапазон вариантов для их самостоятельной организации.

Ключевые слова: туризм, хайкинг, трекинг, бэкпэкинг, медленный туризм, экологический туризм, промышленное освоение региона, Кольский полуостров.

D.V. Mikhailov
The Herzen State Pedagogical University of Russia
Saint Petersburg, Russia

HIKING, TREKKING AND BACKPACKING IN THE KOLA NORTH: OUTDOOR SPHERE OF THE MURMANSK REGION

Abstract. The article analyzes the level and specificity of the tourism potential of the Kola North in the context of the development of such types of hiking as “slow” and ecological tourism, as well as their thematic varieties. The level of popularity of walking tours of the Kola Peninsula in the 30s - 80s of XX century and the current situation of commercial offers of tour operators on walking tours is compared. The degree of inclusion of this type of tours in the array of relevant offers of tour operators, as well as the range of options for their independent organization, is analyzed.

Key words: tourism, hiking, trekking, backpacking, slow tourism, ecological tourism, industrial development of the region, the Kola Peninsula.

Кольский полуостров, исторически воспринимавшийся как совершенно особая территория, имеет и сегодня целый ряд уникальных черт, позволяющих отнести его к значимым, а главное – перспективным для туризма регионам. Среди этих черт в качестве основных необходимо выделить следующие: хорошая транспортная доступность, наличие городской инфраструктуры в непосредственной близости от локаций, пригодных для различных подвидов туристской активности, большое количество потенциальных туристских ресурсов.

Благодаря совокупности указанных преимуществ, Кольский полуостров обладает существенным ресурсом для интенсивного развития различных форм туристских практик, и в том числе – пеших, таких, как хайкинг, треккинг и бэкпэкинг.

В рамках данной статьи под хайкингом будет пониматься разновидность туристской активности в виде пеших маршрутов продолжительностью от нескольких часов до одного-двух дней, в течение которых, в зависимости от продолжительности, приём пищи и ночёвка либо не подразумеваются вовсе, либо осуществляются с использованием соответствующей инфраструктуры. При этом от участников не требуется специальная подготовка и наличие специального туристского снаряжения.

К треккингу будет отнесена разновидность туристской активности в виде пеших маршрутов продолжительностью два и более дней, в течение которых предусматривается питание и проживание как с использованием специально оборудованных для этого объектов туристской инфраструктуры, так и без использования таких объектов. При этом от участников требуется определённая физическая подготовка и наличие специального туристского снаряжения.

Под бэкпэкингом будет пониматься разновидность туристской активности в виде пеших маршрутов продолжительностью два и более дней, в течение которых предусматривается питание и проживание вне специально оборудованных для этого объектов туристской инфраструктуры. При этом от участников требуется соответствующая физическая подготовка и наличие специального туристского снаряжения, переносимого самостоятельно на всём протяжении маршрута или на значительных его отрезках.

Современные формы массового пешего туризма во многом берут своё начало в 60-70-гг. XX века, когда среди граждан США и ряда европейских стран, в рамках движения хиппи, стала нарастать популярность поездок в Юго-Восточную Азию. Рывок в развитии бэкпэкинга произошел в 1972 г. после того как в свет вышел путеводитель «Lonely Planet» супругов Уиллер [2].

В истории отечественного туризма протекали сходные процессы, где бэкпэкинг (от англ. backpack – рюкзак) стал одним из средств ухода от

тотального контроля со стороны общества и государства, давая возможность молодой, активной части населения организовать свой досуг более привлекательным способом, нежели чем в домах отдыха трудящихся [6, с. 93].

Говоря об истории бэкпэкинга на Кольском Севере, необходимо отметить тот факт, что уже в 30-х гг. XX века функционировало хибиногорское отделение ОПТЭ – Общества пролетарского туризма и экскурсий. Оно было основано в 1931 г., и, ещё не имея собственной материальной базы, уже в начале 1932 г., принимало первую группу студентов и преподавателей из Ленинграда численностью несколько десятков человек.

Весной того же года в г. Хибиногорске (ныне - Кировске) начинает работать полноценная база ОПТЭ. На её торжественном открытии перед туристами была поставлена государственная задача по освоению Кольского Севера: «...на карте нашего полуострова есть ещё белые пятна, туристы должны помочь разведывательным организациям заполнить эти пустоты, должны стать активными участниками разведки недр» [8].

При базе имелся небольшой музей и библиотека, фонды которой включали географические карты региона, естественно-научную и туристскую литературу по Кольскому Северу и Хибинам. В частности, изданный в 1931 г. «Путеводитель по Хибинским тундрам» [11] содержал, в числе прочих сведений, также и описания ряда туристских маршрутов.

Из истории деятельности ОПТЭ на Кольском полуострове можно сделать вывод о том, что развитию пешего туризма в регионе изначально уделялось большое внимание со стороны государства. И в более позднее время, в 80-х гг. XX века, пешие маршруты по Хибинам, сплавы по Варзуге или походы в районе системы озёр Имандра были очень популярны.

На этом фоне несколько удивляет тот факт, что в предпринятом при подготовке настоящей статьи исследовании произвольной выборки предложений туроператоров, актуальных на ноябрь-декабрь 2019 года, только 32 включали в себя элементы хайкинга и лишь 2 имели формат треккинга. Оба эти варианта подразумевали классический многодневный поход полностью автономной группы участников, без использования оборудованных помещений для ночлега и питания. Всего же в упомянутом исследовании было проанализировано 130 туров, предлагаемых восемью туроператорами пяти регионов Российской Федерации (РФ). В числе прочих параметров, по понятным причинам, наличию пеших участков маршрутов, их формату и протяжённости уделялось особое внимание.

Не оказалось в анализируемой выборке и туров, которые бы имели формат тематического пешего маршрута той или иной протяжённости. Предположительно, это объясняется тем, что туроператоры ориентируются на «среднего потребителя», которому предлагается стандартный набор

локаций, в то время как коммерческая отдача от тематических туров потребует дополнительных вложений в их организацию и продвижение на рынке.

Несомненно, исследованная выборка предлагаемых туроператорами туров крайне ограничена – так, в неё не были включены маршруты различных форматов, информация о которых распространяется через сообщества в социальных сетях. Кроме того, в неё не вошли материалы из туристских блогов, многие из которых описывают весьма интересные, тщательно подготовленные с краеведческой точки зрения поездки по Кольскому полуострову. Стоит отметить, однако, что организация таких маршрутов в большинстве случаев осуществляется силами их участников и, как правило, они не становятся общедоступными. Можно предположить, что с ростом популярности в РФ форм «медленного» арктического туризма, такие маршруты будут появляться и среди предложений туроператоров.

Затронув тему разновидности пеших туров, относящихся к «медленному» арктическому туризму, следует отметить ряд нюансов, без учёта которых довольно сложно будет разработать маршрут, который бы соответствовал своим содержанием и форматом ожиданиям потенциальных потребителей данного «туристского продукта».

Усиливающийся качественно и количественно процесс урбанизации населения, являющийся мощнейшим фактором, «выдавливающим» субъекта из его повседневности, несомненно будет вести к повышению спроса на посещение территорий, свободных от активного антропогенного воздействия. Поэтому в предложениях, ориентированных на процесс рекреации, могут быть применены приёмы «цифровой детоксикации», акцент на осознанном ограничении потребления и экологичности повседневного быта, разумном минимализме.

В этом контексте Кольский Север имеет хорошие перспективы для развития «медленных» туристских практик, так как снижение социальной и производственной нагрузки на окружающую среду увеличивает его потенциал как региона, ориентированного на экологический туризм. Как правило, такие практики имеют формат пеших походов или непродолжительных радиальных выходов от базового лагеря, т.е. классического хайкинга и в отдельных случаях, треккинга.

При упоминании экотуризма следует отметить, что данная разновидность современных туристских практик отличается крайней терминологической неопределённостью, а её практическая реализация вызывает ряд вопросов. Наиболее очевидное противоречие заключается в том, что, с одной стороны, подразумевается посещение природных объектов, не подвергшихся вовсе или подвергшихся в минимальной степени воздействию антропогенных факторов, а с другой – предполагается непосредственное взаимодействие туристов с такими объектами.

Однако, не подлежит сомнению тот факт, что именно формат пеших маршрутов создаёт наименьшее антропогенное воздействие на окружающую среду, поскольку использование любого вида механического транспорта либо существенно его усиливает, либо в значительной степени ограничивает диапазон доступных для туриста локаций. В качестве примера можно привести ситуацию на полуостровах Средний и Рыбачий, в летнее время посещаемых большим количеством автотуристов, пребывание которых здесь, к сожалению, не остаётся бесследным. Так, останцы губы Земляная («два брата») и мыс Немецкий включены в программу подавляющего большинства так называемых (т.н.) «джип-туров» по Кольскому полуострову – и это без учёта автотуристов, перемещающихся по тому же маршруту на собственных автомобилях.

Кроме того, актуальность пешего экотуризма для Мурманской области обусловлена не только наличием здесь значительных территорий, в последний раз подвергавшихся воздействию антропогенных факторов несколько десятков лет назад или же не подвергавшихся такому воздействию вовсе. Зачастую, такие районы расположены вблизи городской инфраструктуры или действующей транспортной сети, что позволяет в существенной степени снизить негативное влияние туристских потоков на зоны, потенциально пригодные для экологического туризма, поскольку отсутствует необходимость преобразования природных объектов в туристские дестинации с сопутствующей им инфраструктурой. Это хорошо понимают и представители туристской индустрии, о чём свидетельствует включение в целый ряд туров коротких пеших прогулок в окрестностях крупных населённых пунктов.

Анализируя возможные локации для разработки экотуров, не следует забывать о ещё одной категории ресурсов Кольского полуострова – т.н. «заброшке» военного и промышленного происхождения: «... перспективен и интересен экотуризм на территориях, которые долгое время не использовались человеком (заброшенные, забытые, оставленные) и, как следствие, вернулись в естественное состояние» [1]. Ярким примером здесь может служить знаменитая КСГ – «Кольская Сверхглубокая».

Вокруг этого объекта сформировался некий мистический ореол и зачастую значительная часть посещающих эту локацию туристов не имеет никакого представления о целях глубинного бурения, назначении имеющихся на территории РФ сверхглубоких скважин. А между тем, источники с достоверной и проверенной информацией об этих страницах отечественной и мировой геологии находятся в открытом доступе. Более того, на территории Мурманской области по-прежнему проживает часть бывших сотрудников КСГ, которые могли бы рассказать немало бытовых и технических подробностей, не отражённых в научных монографиях и статьях.

В рамках экскурсии на КСГ, разработанной с использованием такого материала, можно было бы рассказать о специфике быта коллектива скважины, о назначении сохранившихся и утраченных помещений, оборудования. Также, в информационный блок поездки следовало бы включить сведения о геологической специфике этого района Кольского полуострова, обусловившей выбор места заложения скважины.

Затронув тему промышленных объектов Кольского полуострова, необходимо упомянуть о том, что история Кольского Севера – это во многом история его промышленного освоения. Становлению промышленности здесь предшествовали геологоразведочные, картографические и геодезические работы, и именно благодаря им были открыты рудные месторождения, разработаны и обоснованы стратегии развития горнодобывающей отрасли, получили имена и нанесены на карты перевалы, вершины, озёра и реки.

Надо полагать, очень немногие из современных пеших туристов, прокладывая свои маршруты, задумываются о тех, кто впервые прошёл этим путём, зачем был проделан тот или иной маршрут и кто дал имя хребту или перевалу. «По нашим стопам, по стопам скитаний пойдут другие, и пусть Хибинский массив, гордо вздымающийся по середине лесного покрова, озер и болот Кольского полуострова, сделается центром русского туризма, школою науки и жизни» – так предваряет академик А.Е. Ферсман свою книгу о Хибинах [12, с. 3].

На основе этого труда, который содержит подробнейшие описания местности, можно разработать целый ряд треков, повторяющих маршруты этого выдающегося учёного. К сожалению, на данный момент туроператоры не предлагают экскурсий по маршрутам Вильгельма Рамзая или А.Е. Ферсмана. Отсутствуют в описаниях тематических туров «В гости к саамам» и упоминания о В.В. Чарнолуком или Н.Н. Волкове. Однако, существует категория людей, разрабатывающая и популяризирующая маршруты, связанные с именами исследователей и первооткрывателей богатств Кольского Севера.

На портале «Жизнь на Кольском полуострове» [7] в открытом доступе опубликованы описания нескольких маршрутов, которые объединяет их геологическая направленность. Несмотря на имеющуюся специфику, благодаря подробным описаниям маршрутов, обширному историческому материалу, обилию сведений о ходе промышленного освоения Кольского полуострова, на основе этих маршрутов можно подготовить интереснейшие туры практически любой тематики.

Так, по материалам проф. Г.Н. Боча, [3] в 1924 г. организовавшего поездку учащихся 168-й школы Ленинграда на Кольский полуостров, был подготовлен однодневный маршрут от ст. Имандра до г. Путеличорр [9]. Из маршрутов, ориентированных на более массовую аудиторию, можно

отметить «Памятники Сверхдержавы. Устье р. Поной» [10], «Дорога № 509» [5], «В чертогах Канозер» [4] и др.

Таким образом, несмотря на свою транспортную доступность и стабильный турпоток, Кольский полуостров, любой район которого содержит множество как природных памятников, так и антропогенных ландшафтов, остаётся по большей части неосвоенной российскими туроператорами территорией.

Сюда приезжают из-за горнолыжных трасс, походов по тундрам, альпинизма, водного туризма, северного сияния, поездок на внедорожнике, снегоходе или квадроцикле. Все эти варианты активного отдыха хорошо представлены в коммерческих турах по Мурманской области и предлагаются в различных сочетаниях и в разных ценовых диапазонах. Но разработка тематических, по-настоящему необычных и информационно насыщенных маршрутов остается уделом энтузиастов.

Необходимость использования транспорта для перемещения между различными областями Кольского Севера очевидна. Однако, расширение диапазона пеших маршрутов различной тематики, длительности и сложности – это то, чему стоит уделить большее внимание в нынешних условиях, когда население городов начинает критически уставать от перманентной спешки во всех её проявлениях – будь то всё возрастающая динамичность городской жизни или «быстрый» туризм, поставленный в жёсткие временные рамки.

Современный человек всё острее нуждается не только в смене обстановки, но и в освобождении от навязываемого городом и технологией ритма. Одним из способов такого освобождения является пеший туризм – и здесь Мурманская область, с её уникальными арктическими ландшафтами, обилием памятников периода промышленного освоения Севера и обороны Кольского полуострова в годы Великой Отечественной войны, способна предложить большое количество локаций для туристских практик формата хайкинга и треккинга.

Несмотря на расстояние, отделяющее Кольский Север от центральных регионов страны, история массового туризма в регионе насчитывает без малого столетие. В этой связи представляются крайне важными вопросы сохранения преемственности как туристских практик и традиций, так и материальной базы, что была создана здесь за это время.

Решению данного вопроса несомненно способствовало бы более активное участие государства в сфере туризма Мурманской области, однако и существующие ресурсы региона дают возможность туроператорам привлечь дополнительные туристские потоки благодаря расширению спектра предложений пеших туров короткой и средней продолжительности, ориентированных на практики «медленного» и экологического туризма.

Способствовать успешности таких проектов могла бы разработка специальных тематических туров, о ряде которых уже упоминалось в данной статье и примеры которых широко представлены на различных сетевых ресурсах. Анализ актуальных на момент написания статьи предложений на рынке выявил практически полное отсутствие туров такого типа.

В этой связи стоит отметить, что наряду с саамской экзотикой и активным отдыхом различных форматов, возможно, стоило бы при разработке туристских маршрутов в регионе уделять большее внимание тем событийным пластам и аттракциям, которые связаны с историей промышленного освоения Кольского Севера. Именно эти смысловые акценты формировали в прошлом и продолжают формировать сегодня всю ту сферу смыслов, которая маркируется в массовом сознании словами: «Советская Арктика», «заполярье», «полярный», «северá» или «северный».

Литература

1. Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В. Концепт «экологического туризма» в мировой и российской практике: компаративный анализ и кейсы [Электронный ресурс] // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. №4. С. 7-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-ekologicheskogo-turizma-v-mirovoy-i-rossiyskoj-praktike-komparativnyy-analiz-i-keysy/viewer> (дата обращения: 18.11.2019).
2. Божко Л.Д. Культурные последствия глобализации: «Новые кочевники» и «Новые идентичности» [Электронный ресурс] // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. 2013. №22 (165). С. 73-78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-posledstviya-globalizatsii-novye-kochevniki-i-novye-identichnosti> (дата обращения: 20.11.2019).
3. Боч Г.Н. Экскурсия на Север: Мурман и Хибины / под общ. ред. Д.Н. Ангерта и Е.Б. Райкова. М.; Л.: Гос. изд-во, 1926. 116 с.
4. В чертогах Канозера [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2016. URL: <http://discoverkola.com/v-chertogakh-kanozera> (дата обращения: 20.11.2019).
5. Глобальные проекты СССР - "Дорога МВД №509" [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2019. URL: <http://discoverkola.com/doroga-509> (дата обращения: 20.11.2019).
6. Голомидова О.Ю. Туризм как феномен городской культуры: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Екатеринбург, 2019. 182 с.
7. Жизнь на Кольском полуострове [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2019. URL: <http://discoverkola.com> (дата обращения: 20.11.2019).

8. История развития туризма в Кировске. База ОПТЭ [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2016. URL: <http://discoverkola.com/istoriya-razvitie-turizma-v-kirovske-baza-opte> (дата обращения: 19.11.2019).
9. Однодневный маршрут от ст. Имандра до г. Путеличорр, составленный по материалам проф. Г.Н. Боч [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2018. URL: <http://discoverkola.com/st-imandra-g-mannepakhk-g-putelichorr> (дата обращения: 20.11.2019).
10. Памятники сверхдержавы. устье р. Поной [Электронный ресурс] // Discoverkola.com: [сайт]. 2015. URL: <http://discoverkola.com/pamyatniki-sverkhderzhavy-uste-ponoya> (дата обращения: 20.11.2019).
11. Путеводитель по Хибинским тундрам / под ред. А.Е. Ферсмана. Л.: Изд-во и тип. изд-ва Акад. наук СССР, 1932. 200 с.
12. Ферсман А.Е. Три года за полярным кругом: очерки науч. экспедиций в центр. Лапландию 1920-1922 гг. Петербург: Время, 1924. 78 с.

А.К. Трезубова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

СЕВЕРНЫЙ ДИЗАЙН И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ВИЗУАЛИЗАЦИИ В РАМКАХ ПРОЕКТА «АРТ-АРКТИКА»

Аннотация. В статье рассматриваются основные проблемы по созданию дизайна сайтов. Так же представлены способы их разрешения на примере создаваемого контента «Арт-Арктика» в рамках реализации нового проекта «Организация молодежного интерактивного центра арктического искусства в Мурманском арктическом государственном университете».

Ключевые слова: дизайн, МАГУ, Арктика, web-сайт, web-дизайн, цвет, цветовая гамма, арктический дизайн, Север, Интернет.

A.K. Tregubova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE NORTHERN DESIGN AND THE PROBLEMS OF ITS VISUALIZATION IN THE FRAMEWORK OF THE PROJECT «ART-ARCTIC»

Abstract. The article discusses the main problems in creating design of websites. The ways of their resolving are also presented on the example of the created content “Art-Arctic” in the framework of the new project “The organization of a youth interactive center for Arctic art at the Murmansk Arctic State University”.

Keywords: design, MASU, Arctic, web-site, web-design, color, color scheme, Arctic design, North, the Internet.

В настоящее время интерес к северным городам, к Арктике вырос, и к дизайну в этих регионах в том числе. Существует несколько университетов, которые активно развивают термин «арктический дизайн» и он уже всем доступен и понятен. Прогнозируя тенденцию развития Севера и его регионов, можно сказать, что ближайшее десятилетие спрос на северный дизайн будет только увеличиваться [6].

Мурманский арктический государственный университет является единственным российским арктическим университетом, который расположен непосредственно на территории Арктики, а потому нацелен на решение приоритетных задач не только Мурманской области, но и всей Арктической зоны России. Университет всегда старался двигаться своевременно и опережать потребности потребителя (студентов, аспирантов, других жителей региона) давая в первую очередь методологическую и концептуальную основу, то есть, сначала вперёд идёт наука, но её поддерживает проектная практика.

В последнее время дизайн рассматривается как красивый фасад или завершение какого-либо объекта. Мы трактуем северный или арктический дизайн, как возможность спроектировать необходимые для культурного, духовного и эстетического наполнения населения города, то есть выявление того, что действительно нужно на данной территории, что будет уместно с точки зрения культурной и внутренней природы человека.

В рамках реализации нового проекта «Организация молодежного интерактивного центра арктического искусства в Мурманском арктическом государственном университете», будет создано не только музейное пространство с интерактивным оборудованием для проведения выставок, семинаров и лекций, а также разработан уникальный контент – электронная база источников «Арт-Арктика» с открытым доступом в сети «Интернет». Она будет соединять информацию, собранную в рамках научно-исследовательской деятельности (арт-коллекции), практической работы (реализованные арт-проекты) и интеллектуальные продукты, предназначенные для широкой аудитории (виртуальные экскурсии).

Одной из основных проблем в создании web-сайтов является дизайн и удобство использования. В современном мире потребитель часто критикует работу дизайнера и нередко оценивает удобство пользования web-пространством по его внешнему виду. Выглядит красиво – значит дизайн хороший, выглядит некрасиво – значит плохой. В связи с этим возникла проблема визуализации образа северного дизайна на главной странице создаваемого сайта. По мере изучения данной темы было проанализировано множество источников, проведены опросы и проанализированы наглядные иллюстрации. Учитывая особенности людей отдавать массу внимания визуальной составляющей сайта, одной из главных задач дизайнера будет его художественное оформление.

На современном этапе развития дизайна вышел в тренд – минимализм, или как его еще можно назвать «чистый» дизайн. Основываясь на нем дизайн web-сайта должен состоять из четких линий, крупных элементов и иметь много свободного пространства. Современный web-дизайн все больше уступает функциональности и учится, как можно меньше, отвлекать от сути.

Дизайн инспирирует все показатели web-сайта, от конверсии до времени, проведенного гостем на странице и тому, в какой степени посетитель доверяет сайту и наличию органических ссылок на него, что полезно для Search Engine Optimisation (SEO), которое переводится как оптимизация под поисковые системы [1].

Оформление сайта должно соответствовать его тематике. В случае нового проекта МАГУ «Арт-Арктика», сайт должен быть лаконичным, молодежным, не скучным и интерактивным. При этом цветоощущение и ассоциативное восприятие не искажено и отлично дополняет содержание сайта. Именно поэтому, желательно использовать ограниченное число основных цветов или их оттенков, максимальное количество которых составляет четыре - пять.

Одним из значимых элемент дизайна являются изображения и при его создании можно совершить большое количество ошибок. Качественные и интересные изображения добавляют ценность контенту в глазах посетителя, особенно если это заставка или баннер. Они помогут раскрыть задумку и основную мысль создаваемого пространства и сделать нужные утверждения, а также позволят глазам отдыхать от текста. Изображения могут привлечь посетителей к активной и познавательной деятельности [7].

Немаловажную роль при создании сайта играет его цветовая гамма. Она значительно влияет на психологическую реакцию организма, а также на физиологическое состояние, настроение и самочувствие, удобство восприятия текста. Ввиду этого разрабатывая сайт весьма значимо предусматривать все особенности фирменного стиля, а если такого нет, то уделить особое внимание цветовой гамме. При этом следует учитывать, что при продолжительном пребывании за монитором у людей может появиться усталость, в этом случае и речи быть не может о раздражающих цветах, тон должен быть легким и не напрягать глаза. Только в этом случае человек будет полностью погружен в исследуемую информацию. Используя такой сайт, гость будет получать удовольствие и приятное впечатление, он ему понравится, при условии, что на это не будут влиять другие субъективные факторы или иные внешние обстоятельства. В идеале, не обойтись без проведения исследования на потенциальных посетителях такого сайта или с помощью фокус-группы, на выявление положительного или отрицательного восприятия сайта, и какие эмоции и ощущения вызывает созданный web-дизайн у целевой аудитории [5].

Обращая внимание на текстовую наполняемость, нужно не забывать про шрифт. Текст должен быть читабельным и эмоционально воспринятым. В устройствах визуальной связи лучше всего воспринимается шрифт без засечек, можно использовать и более декоративные шрифты, но в таком случае их использование возможно в форматирование небольших

фрагментов текстового материала (заголовков либо строк). Желательно не использовать больше двух шрифтов одновременно.

В заключение можно сказать, что любой проект с доступом в сеть «Интернет», созданный для организации – это ее визитная карточка. В большинстве случаев это первая и единственная вещь, которую видят посетители и потенциальные гости. Если сайт организации выглядит хорошо и современно, то имидж интерактивного центра в глазах других людей будет привлекательным и создаст образ профессиональной площадки, которая обеспечит эффективные решения широкого спектра поставленных задач в своей области.

К тому же, проработанный и качественный сайт выше ранжируется поисковиками, тем самым увеличивая аудиторию и привлекая новых посетителей, участников, абитуриентов, клиентов и потенциальных партнеров. Поэтому создавая дизайн web-сайта, надо не забывать о правильном решении указанных выше проблем, основных правилах и придерживаться определенной стилистики. Кроме того, работая над хорошим дизайном, нельзя забывать о главной задаче создания сайтов и хорошо проработать его логическую структуру и навигацию.

Литература

1. Анализ основных проблем и ошибок в дизайне сайтов [Электронный ресурс] // Seoklub.ru: эффективные сайты. Наша профессия: [сайт]. 2019. URL: <https://seoklub.ru/dizain/analiz-osnovnyh-problem-i-oshibok-v-dizaine-saitov.html> (дата обращения: 12.02.2019).
2. Белогурова Ю.Ю., Петрик В.В. Изменение цветового облика северных городов [Электронный ресурс] // Студенческий: электрон. научн. журн. 2017. №2(2). С. 5-8. URL: <https://sibac.info/journal/student/2/71547> (дата обращения: 10.02.2019).
3. Брэдли Х. Дизайнъ. Современный креатифф. СПб: Питер, 2016. 200 с.
4. Грибер Ю.А. Антропологические перспективы разработки искусственных цветовых палитр для северных городов // Сибирский сборник-4. Грани социального: Антропологические перспективы исследования социальных отношений и культуры (Памяти российского этнографа-тунгусоведа Надежды Всеволодовны Ермоловой) / отв. ред. В.Н. Давыдов, Д.В. Арзютов. СПб: МАЭ РАН, 2014. С.233-239.
5. Ильина О.В., Бондарева К.Ю. Цветоведение и колористика: уч. пособие. СПб: ГОУ ВПО СПбГТУРП, 2008. 120 с.
6. Терещенко Е.Ю. Теоретические проблемы изучения произведений современного искусства // Актуальные вопросы образования в

XXI веке. материалы Всероссийской научно-практической конференции 24-26 марта 2020 года / отв. ред. Т.В. Белевских. Мурманск: МАГУ, 2020. С. 219-222.

7. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн [Электронный ресурс]. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с. URL: <https://www.libfox.ru/386489-aaron-uolter-emotsionalnyy-veb-dizayn.html> (дата обращения: 12.02.2019).

УДК 332.1:005.591.6(985)
ББК 65.050+65.44+65.9(2Рос)

М.А. Уткова
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

П.Ю. Утков
ФГБОУ ВО «Мурманский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
г. Мурманск, Россия

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ АРКТИЧЕСКОЙ УРБАНИСТИКИ

***Аннотация.** Инновационный характер развития арктической урбанистики, на наш взгляд, обусловлен как изменчивостью сегодняшней Арктики, так и преобразующими направлениями в контексте развития территорий Арктической зоны. Именно изменчивость условий и гибкость субъектов среды приводит к постоянному инновационному поиску возможностей для реализации устойчиво гибких факторов движущих сил развития Арктики. Одним из таких проявлений арктического фронта является арктическая урбанизация.*

***Ключевые слова:** эколого-экономическая безопасность, управление, инновационное развитие, устойчивое развитие, арктическая урбанистика.*

M.A. Utkova
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

P.Yu. Utkov
The Murmansk branch of the Russian
Presidential Academy of National Economy
and Public Administration
Murmansk, Russia

THE ECOLOGICAL AND ECONOMIC SAFETY AS A FACTOR OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ARCTIC URBAN STUDIES

***Abstract.** The innovative nature of the development of Arctic urban studies, in our opinion, is due to both the variability of today's Arctic, and transformative trends in the context of development of the Arctic zone. It is the variability of conditions and the flexibility of the environment that leads to a constant innovative search for opportunities for the implementation of sustainably flexible factors driving the development of the Arctic. One such manifestation of the Arctic frontier is Arctic urban studies.*

***Key words:** ecological and economic safety, management, innovative development, sustainable development, Arctic urban studies.*

Как ранее отмечалось в исследованиях вопросов эколого-экономической безопасности, под устойчивым развитием экономики региона понимается процесс расширенного воспроизводства и постепенные качественные и структурные положительные социо-эколого-экономические изменения в развитии городов и регионов [8].

Вместе с тем, следует подчеркнуть важность специфической черты арктической региональной науки, состоящей в том, что это исключительно динамичный, предельно стационарный и экономически активный объект. Именно смена парадигм, по мнению авторов Н.Ю. Замятиной, А.Н. Пилясова, «может обеспечить максимальную объясняющую силу выработанным гипотезам и концепциям и их успешную стыковку со специфичными реалиями Арктики» [2].

Сегодня стоит задача формирования нового междисциплинарного научного направления, нацеленного на понимание прогнозирования регионального социально-экономического развития арктических территорий, то есть создание теории, методологии и методического инструментария региональной науки, адекватных условиям Арктики [2]. При этом востребованность экспериментальных исследований в сфере проблем, связанных с климатом Арктической зоны, развитием городской

архитектуры, городского хозяйства, развития социальных институтов гораздо ярче и более масштабна, чем не менее важные, но в то же время несколько ушедшие на второй план проблемы самоорганизации городских сообществ, активности субъектов среды, творческих инициатив, организации досуга, решения проблемы разрыва связи поколений, эколого-экономических вопросов защиты среды и безопасности ее субъектов.

В современных условиях рядом исследователей подтверждается необходимость развития среды генерации новых институтов, траекторий, технологий, социальных отношений, среды формирования новой траектории развития, зоны бифуркации [1], активного использования проектного управления (подхода), выступающего эффективным инструментом решения задач, поставленных в условиях ресурсных и временных ограничений для достижения ожидаемых результатов [3] в направлении развития РФ и ее субъектов, обладающих определенным инновационным потенциалом в различных областях [4], в том числе в системе эколого-экономической безопасности [10]. Среди направлений общественной резолюции по вопросам социально-экономического развития Арктической зоны РФ за 2018 год, под эгидой Межрегиональной общественной организации «Ассоциация полярников» [9] к 10-летию современной государственной политики России в Арктике, особое внимание уделено социальной составляющей, подготовке кадров, развитию наставничества, сохранению культурного наследия, вопросам экологической безопасности арктических проектов и защите интересов жителей Севера, цифровым технологиям, международному и деловому сотрудничеству.

Обозначенные тенденции подтверждают необходимость переоценки роли Арктической урбанистики как инновационного полигона для страны в целом, естественной среды инновационного поиска новых и укрепления существующих возможностей развития субъектов в системе экоинновационной среды.

Здесь подчеркнём особую важность такого фактора арктической урбанистики как эколого-экономическая безопасность в системе инновационного развития социально-экономических процессов и практик.

Как отмечает в своем исследовании Е.А. Тенетова [5], сегодня возрастает роль процессов медиатизации и дигитализации городов арктической зоны европейской части России. Формами вовлечения становятся городской активизм, создание виртуальных городских сообществ, самоидентификация в городе посредством онлайн-сервисов и мобильных приложений. В процессе движения по городу современный житель постоянно контактирует с разными формами умных медиа: умные карты, навигаторы, камеры наблюдения, Wi-fi связь и многие другие,

которые становятся эффективными посредниками между горожанином и городом – «Умный город», «Медийный город», «Интерактивный город», «Дигитализированный город». В исследовании подтверждается факт необходимости формирования пространств, использующих формы цифрового взаимодействия города и горожанина («Я + человек + город + сети»), так как в данном контексте активно и эффективно изменяются контуры социальных явлений, публичных пространств и социально ориентированных практик [5].

Таким образом, определенная сложность и многоаспектность понятия «регион» позволяет авторам рассматривать систему эколого-экономической безопасности как с позиций наукоемкого подхода к ее определению, предусматривающего всю совокупность экологических, экономических и социальных компонентов среды регионального управления [8], так и с позиций научно-практико-ориентированного подхода, в контексте которого под системой эколого-экономической безопасности понимаются приемы и способы проектной деятельности в системе развивающего обучения [7].

Тем самым подчеркивается важность проведения конкурса творческих работ, научных статей и проектов «Актуальные вопросы устойчивого развития экономики Арктического региона» в направлении научно-практической деятельности, начиная с 2013 года (в основе: самостоятельность, энтузиазм, поддержка, творческий подход к созданию проектов, научно-исследовательская работа) и с 2017 года реализуемой в ФГБОУ ВО «МАГУ» (в основе: самореализация, волонтерство, научно-исследовательская деятельность, поддержка, сотрудничество, наставничество). Далее представим результаты проводимого конкурса в 2018-2019 учебном году:

- 1) реализация проекта по проведению обозначенного ранее проекта конкурса лучших практик в ФГБОУ ВО «МАГУ» в период с 01 октября 2018 года по 30 марта 2019 года;
 - 2) ежегодное привлечение к соорганизации проведения конкурса-проекта Мурманской областной молодежной общественной экологической организацией (МОМОЭО) «Природа и молодежь»;
 - 3) всего участников проекта (48 чел.): руководитель и исполнитель – 1 чел., исполнителей – 6 чел., учитель – 1 чел., обучающихся – 33 чел., научных руководителей – 8 чел.:
- привлечение 34 чел. к участию в конкурсе: в том числе МБОУ г. Мурманска «Гимназия № 6», «Гимназия № 7», ПОЧУ «МКТ»¹ (направление 40.02.01 Право и организация социального обеспечения),

¹Профессиональное образовательное частное учреждение «Мурманский кооперативный техникум», г. Мурманск. *Примеч. авт.*

ЧОУ ВО «СПБУТУиЭ»¹ (направление 38.03.04 Государственное и муниципальное управление), обучающиеся ФГБОУ ВО «МАГУ» 17 чел. (направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент, 38.03.01 Экономика, 38.03.05 Бизнес-информатика, 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, 44.03.01 Педагогическое образование, 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)), обучающиеся учреждений дополнительного образования: (МБУ ДО г. Мурманска «Центр детского и юношеского туризма» и МБОУ ДО г. Снежногорск «Дом детского творчества «Дриада»);

- привлечение к руководству участниками научных руководителей – 8 чел. (ФГБОУ ВО «МАГУ», МБОУ г. Мурманска «Гимназия № 6»; МБОУ г. Мурманска «Гимназия № 7»; ПОЧУ «МКТ», ЧОУ ВО «СПБУТУиЭ», МБОУДО «ДДТ «Дриада» г. Снежногорск; МБУ ДО г. Мурманска «ЦДЮТ»);
- в 3-х номинациях 28 работ, в том числе 6 научных статей, 2 видеоролика, 2 проекта педагога, 9 проектов обучающихся, 9 мультимедиа презентаций;
- 4) проведение круглого стола, подведение итогов реализации конкурса лучших практик целесообразной и созидательной деятельности «Актуальные вопросы устойчивого развития экономики Арктического региона» 30 марта 2019 г. – участие в 13-й Международной акции «Час Земли – 2019»;
- награждение победителей дипломами (в т.ч. электронными) в каждой из 3-х представленных номинаций по каждому заявленному виду;
- 5) формирование социо-эколого-экономических механизмов, направленных на развитие экокультуры, экопросвещения, создание практической площадки по вовлечению молодежи в социо-эколого-экономическую практику и информированию о потенциальных возможностях и реализуемых направлениях саморазвития, в т.ч. ежегодная реализация проекта и включение конкурса в перечень мероприятий ФГБОУ ВО «МАГУ», по результатам которых абитуриентам начисляются дополнительные баллы при поступлении на различные программы.

Итогом реализации проекта проведения конкурса в 2018-2019 учебном году стало участие командной работы «Актуальные направления устойчивого развития экономики Арктического региона» (руководитель – М.А. Уткова) в Международном проекте «Экологическая культура. Мир и согласие», проводимом под эгидой Российского метеорологического

¹Частное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики», г.Санкт-Петербург. *Примеч. авт.*

общества, Фонда им. В.И. Вернадского, РАН РФ и получение Серебряного сертификата в номинации «Экологическое воспитание и просвещение» в июне 2019 года.

С целью дальнейшего определения ориентиров при формировании федеральной стратегии информирования молодежи о возможностях трудоустройства в Арктике, изучения экономико-географического положения регионов Арктики в образовательных программах, выявления талантливых детей, проживающих на северных и арктических территориях и привлечения градообразующих предприятий к участию в реализации проектов в продолжение работы, направленной на комплексное развитие территорий Арктической зоны, содействие в реализации мер по профориентационной работе и созданию комплексной системы мотивации обучающихся и выпускников, кафедрой экономики, управления и предпринимательского права в составе института креативных индустрий и предпринимательства, предлагается следующий шаг в этом направлении.

В 2019-2020 учебном году цель ежегодно проводимого с 2014 года конкурса актуализирована с позиций сохранения связи поколений, поддержания творческой среды среди молодежи и обучающихся, формирования новых проектных траекторий в системе развития Арктической урбанистики, неразрывной связи устойчивого и инновационного развития северных территорий. Конкурс творческих работ, научных статей и проектов «Актуальные вопросы устойчивого развития экономики Арктического региона» проводится в период с 01.10.2019 г. по 04.04.2020 г. среди обучающихся, творческой молодежи, объединений, а также всех заинтересованных лиц в развитии северных территорий.

Работы также принимаются по трем номинациям:

1. «Социальные аспекты развития человека в современных условиях развития Арктики (регионов и муниципальных образований)» – привлекательные аспекты (в т.ч. экономические, экологические, управленческие и др.);
2. «Экономико-экологические инструменты и организационно-экономический механизм развития Арктических территорий» – проектные инициативы в системе развития координации работы вуза (муниципальных образований, регионов, отраслей, государственных и муниципальных организаций и учреждений, бизнес-сообществ Арктического региона, образовательных учреждений);
3. «Управление и координация в системе развития Арктических территорий» – управленческий и координационный механизм социально-экономического прогнозирования и планирования развития территорий.

Формы представления конкурсных работ:

1. «Научная статья»;

2. «Проект» / «плакат»;
3. «Стендовый доклад» / «Мультимедиа-презентация» / «Видеоролик».

Для участия в конкурсе необходимо до 15 марта 2020 года направить заявку на участие в конкурсе и работу в электронном виде с оформленным паспортом по адресу: mtim76@mail.ru. Все вопросы по участию адресовать организатору – Марии Александровне Утковой – доценту кафедры экономики, управления и предпринимательского права, кандидату экономических наук, профессору РАН (Российская Академия Естествознания).

Таким образом, реализация проекта «Актуальные направления устойчивого развития экономики Арктического региона» проводится как в русле реализации ключевых стратегических проектов вузов, расположенных на территории Арктического региона [5; 8], так и в контексте сформированного в 2018 году авторского научного направления «Исследование эколого-экономической безопасности в системе устойчивого развития Арктики», подтвержденного Решением Президиума Российской Академии Естествознания от 8 июня 2018 года, включенного в Реестр новых научных направлений, том № 1 [6].

Краткая аннотация указанного научного направления: причины интереса к регионализации Севера обусловлены тенденцией повышения ответственности органов регионального управления за безопасность, здоровье, охрану и рациональное использование ресурсного потенциала субъектов, являющихся социально-значимыми регуляторами и основой для устойчивого развития региона и населения, проживающего на его территории. Управление инновационным развитием Арктического региона в направлении эколого-экономической безопасности способствует совершенствованию социо-эколого-экономической среды. В условиях постоянного развития деятельности субъектов региональной системы управления реакция на происходящие перемены является важнейшим индикатором жизнеспособности развития инновационной среды.

В качестве методологических аспектов оценки эффективности исследования эколого-экономической безопасности в системе устойчивого развития Арктики можно выделить следующие ее аспекты: результативность, эффективность и оптимальность эколого-экономической деятельности и инновационных кластеров; эффективность субъектов, стадий, этапов развития эколого-экономической деятельности в региональной и городской среде, а они, в свою очередь, могут выступать стартовыми точками для определения базовых механизмов эффективности реализации системы развития арктической урбанистики.

С учетом указанных направлений в качестве общих положений и отмеченных проблемных аспектов Резолюции Ассоциации Полярников с целью дальнейшего определения ориентиров при формировании

федеральной стратегии информирования молодежи о возможностях трудоустройства в Арктике, изучения экономико-географического положения регионов Арктики в образовательных программах, выявления талантливых детей, проживающих на северных и арктических территориях и привлечения градообразующих предприятий к участию в реализации проектов, а также в продолжение работы, направленной на комплексное развитие территорий Арктической зоны, содействие в реализации мер по профориентационной работе и созданию комплексной системы мотивации обучающихся и выпускников, кафедрой экономики, управления и предпринимательского права в составе института креативных индустрий и предпринимательства, предложен следующий шаг.

К сформированным в контексте реализации нового научного направления социо-эколого-экономическим механизмам защиты среды и безопасности ее субъектов на настоящий момент, можно отнести, на наш взгляд, следующие: решение проблемы разрыва связи поколений за счет развития системы наставничества и поддержки обучающихся при проведении совместных исследований в вопросах социо-эколого-экономической безопасности; оказание научно-методической поддержки обучающимся в системе развития механизмов взаимодействия городских сообществ, предприятий и молодежи посредством совместной работы по организации участия в реализации ежегодного конкурса проектных работ; поддержка и привлечение к участию в проектах субъектов социо-эколого-экономической среды, выявление и развитие творческих инициатив, их продвижение и вывод на общественное обсуждение и коммерциализацию.

В системе реализации обозначенных направлений эколого-экономической безопасности как фактора управления инновационным развитием арктической урбанистики в контексте прогнозирования регионального социально-экономического развития арктических территорий тем самым подтверждается необходимость развития эколого-экономического образования в направлении информационно-интеллектуальных траекторий роста.

Таким образом, для развития конкурентоспособности субъектов арктической урбанистики в настоящее время необходимо расширение представлений о деятельности интеллектуальных платформ, сборе информации и развитии информационно-интеллектуальных процессов, что будет способствовать новым траекториям роста в суровых условиях Арктики.

Литература

1. Замятина Н.Ю. Арктическая урбанизация как фронтир // Научный

- вестник Ямало-Ненецкого автономного округа. Обдорья: история, культура, современность. 2016. №3 (92). С.114-120.
2. Замятина Н.Ю., Пилясов А.Н. Новое междисциплинарное научное направление: арктическая региональная наука // Регион: экономика и социология. 2017. №3 (95). С. 3-30.
 3. Москвитина Е.И. Инструменты развития параметров региональной инновационной подсистемы // Экономика и предпринимательство. 2019. №8 (109). С. 511-514.
 4. Петрухина Н.В. Формирование компонентного состава инфраструктуры региональной инновационной подсистемы // Вестник Брянского государственного технического университета. 2018. №3 (64). С. 97-105.
 5. Тенетова Е.А. Медиатизация городского пространства как фактор развития арктических городов // Праенма. Проблемы визуальной семиотики. 2019. №2 (20). С. 160-168.
 6. Уткова М.А. Исследование эколого-экономической безопасности в системе устойчивого развития Арктики // Реестр новых научных направлений: сборник статей / под ред. М.Ю. Ледванова. М.: ИД «Академия Естествознания», 2018. С. 86.
 7. Уткова М.А. Проектное управление в системе устойчивого развития экономики региона // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №2-1. С. 162-169.
 8. Уткова М.А., Утков П.Ю. Эколого-экономическая безопасность в системе регионального управления: практико-ориентированная монография. СПб: Изд-во Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. 116 с.
 9. VIII Международный форум «Арктика: настоящее и будущее». Итоговая общественная резолюция по вопросам социально-экономического развития Арктической зоны Российской Федерации за 2018 год [Электронный ресурс] // Forumarctic.com: [сайт]. 2019. URL: http://www.forumarctic.com/upload/conf2018/resolution/arctic_2018.pdf (дата обращения: 27.11.2019).
 10. Vinogradova E.V., Mukhlynina M.M., Mukhlynin D.N., Solovyeva N.V., Lebedeva O.E. Economic and legal aspects of environmental safety // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9. Issue 1(25). pp. 144-150.

А.В. Хашиковский
ФГБОУ ВО «Российский государственный
педагогический университет им. А.И. Герцена»
г. Санкт-Петербург, Россия

МЕТАФИЗИКА ЦИРКУМПОЛЯРНЫХ СФЕР

***Аннотация.** Статья посвящена проблеме метафизики циркумполярных сфер. Автор приводит примеры цивилизационных интерпретаций метафизики арктических пространств. Автор полагает, что пространство циркумполярных сфер – это экран проекции сущности цивилизационных интенций.*

***Ключевые слова:** метафизика, Арктика, циркумполярные сферы, цивилизация, вызов, ответ, интенция, смысл, сущность.*

A. V. Khashkovsky
The Herzen State Pedagogical University of Russia
Saint Petersburg, Russia

THE METAPHYSICS OF CIRCUMPOLAR SPHERES

***Abstract.** The article is devoted to the problem of metaphysics of circumpolar spheres. The author gives examples of civilizational interpretations of the metaphysics of Arctic spaces. The author believes that the space of circumpolar spheres is a screen of projection of the essence of civilizational intentions.*

***Key words:** metaphysics, Arctic, circumpolar spheres, civilization, challenge, response, intention, meaning, essence.*

Арктика, Заполярье нелегко поддаются позитивной идентификации. АРКТИКА может быть определена как ПУСТОЕ ПРОСТРАНСТВО – пространство, в котором НИЧЕГО НЕТ, и которое в силу своей ПУСТОТЫ, своего ЗИЯНИЯ легко поддается наполнению СМЫСЛАМИ.

Для древних греков и римлян Арктика представляет собой ПРОСТРАНСТВО МИФА, в котором они размещают мифическую страну Гиперборею, населенную потомками титанов. Для греков и римлян Гиперборея представляет собой подобие земного рая. Гиперборейцы живут долго и счастливо, прославляя Аполлона, предаваясь творчеству и

наслаждаясь всеми благами бытия. Пресытившись счастливой жизнью, они бросаются в море¹.

В ведической мифологии циркумполярная сфера предстает местопребыванием богов, у которых день и ночь делятся по полгода. По некоторым легендарным версиям там же находится и родина предков индо-европейской расы – ариев. Сам Индра вращает там небесный свод, как тележное колесо, разделяет небо и землю и зажигает солнце. Очевидно, что и долгий день, и незаходящие за горизонт созвездия («колесо» созвездий) и создание солнца из тьмы полярной ночи – явления характерные исключительно для циркумполярных сфер Земли. Первозданный характер неба и земли (моря) также легко себе представить именно в Арктике².

В древнегреческой и ведической традиции арктические пространства, как мы видим, наполняются позитивным мифологическим содержанием. На радикально иные ассоциации наводит нас Данте Алигьери в поэме «Божественная комедия». В ледяной мгле озера Коцит он разместил последний – девятый круг ада, в котором под надзором Люцифера претерпевают мучения предатели. Кстати, карта ада Д. Алигьери руки Сандро Боттичелли очень напоминает изображение открытой горнорудной выработки (карьера), целый ряд которых находится в полярных областях, в том числе и на Кольском полуострове³.

Уильям Шекспир в своих сравнениях был не так мрачен, как Д. Алигьери. Полярные области Европы он представляет как окутанное мистическим туманом царство колдунов.

Чтобы ярче представить город, где возможны самые необычные события, У. Шекспир сравнивает его с «городом лапландских-колдунов»⁴, вкладывая в уста своего персонажа следующую реплику:

*«Кого ни встречу - все со мной знакомы,
Приветствуют, как давние друзья,
И правильно по имени зовут;
Готовы денег дать и приглашают
К себе, за что-то вдруг благодаря.
Заехал я в страну воображенья?»*

¹Матвейчев О.А. Гиперборея и гиперборейцы в трудах античных ученых [Электронный ресурс] // Социально-гуманитарные знания. 2017. №3. С. 291-309. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/giperboreya-i-giperboreytsy-v-trudah-antichnyh-uchenyh> (дата обращения: 15.11.2019).

²Тилак Б.Г. Арктическая родина в Ведах. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 528 с.

³«Бездна ада», сандро боттичелли — описание картины [Электронный ресурс] // Gavrilin-dshi.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://gavrilin-dshi.ru/goroda/bezdna-ada-sandro-bottichelli-opisanie-kartiny.html> (дата обращения: 15.11.2019).

⁴Азимов А. Комедия ошибок // Путеводитель по Шекспиру. Греческие, римские и итальянские пьесы / Азимов А. М.: Центрполиграф, 2007. Гл. 7. С. 185-198.

Иль город здесь лапландских колдунов?»

(Уильям Шекспир «Комедия ошибок», акт 4, сцена 3)¹

Впоследствии мистическая аура Лапландии оказывается лучшим поводом поселить там финского Деда Мороза – Йоулупукки.

Интуиции великих художников в различных, но гармоничных ракурсах проливают свет на сущность циркумполярных пространств.

Ханс Кристиан Андерсен поселил Снежную Королеву на архипелаге Шпицберген. По сути своей Снежная Королева – это Смерть. Похитив Кая, она пытается прельстить его идеей свободы от несовершенства и соблазнов бренного материального мира. «Ты станешь сам себе господин!» – обещает она, давая Каю задание сложить из льдинок слово «Вечность»². Счастливый финал сказки – отклонение от законов жанра рождественской истории. Это лишь дань упованиям читателей на счастливый конец. Сам Х.К. Андерсен в иной ситуации поступает честнее: «Девочка со спичками» обретает «ЖИЗНЬ ВЕЧНУЮ»³. Аналогично завершается, например, и рождественская история Ф.М. Достоевского «Елка и свадьба»⁴.

Метафизическая сущность Арктики активно проявляет себя в индустриальную эпоху XIX-XX вв. Когда в XIX в. оформляется буржуазно-индивидуалистическая идеология покорения Природы и ее пространств, идея победы над Природой захватывает человека индустриальной цивилизации. Во всем, что еще не «покорено», не вовлечено в оборот, человек видит вызовы – вызов Арктики, вызов Мирового Океана, вызов Дикой Природы. С одержимостью достойной лучшего применения человек начинает покорять все, что еще суверенно от него⁵.

В 1851 г. выходит в свет роман Г. Мелвилла «Моби Дик». Роман глубоко символичен: вступая в борьбу с природой, частью которой сам является, человек терпит поражение. Роман актуален по сей день: идея покорения природы, символом которой в романе является Белый Кит, ведет человека в тупик.

Хотя действие романа развивается не в полярных, а в тропических широтах мирового океана, образ бескрайних пространств мистически противопоставленных человеку присутствует и в этом пророческом тексте.

¹Шекспир У. Комедия ошибок. Харьков: Фолио, 2011. С. 110.

²Елизаров М. Снежная Королева. Развенчание гностического мифа [Электронный ресурс] // Snob.ru: [сайт]. 2009. URL: <https://snob.ru/selected/entry/5291/> (дата обращения: 15.11.2019).

³Андерсен Х.К. Девочка со спичками. СПб: Азбука, 2009. 32 с.

⁴Достоевский Ф. Елка и свадьба [Электронный ресурс] // Ilibrary.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://ilibrary.ru/text/28/p.1/index.html> (дата обращения: 15.11.2019).

⁵Буржуазия [Электронный ресурс] // Booksite.ru: [сайт]. 2019. URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/002/075.htm> (дата обращения: 15.11.2019).

Однако полярные широты, хотя и в шуточном формате, присутствуют у Мелвилла¹:

«Шутники расскажут вам, что здесь даже трава не растёт сама по себе, а приходится её сажать; что сюда из Канады завозят чертополох... что одна травинка здесь – это уже оазис, а три травинки за день пути – прерия; что здесь *ходят по песку на специальных лыжах, вроде тех, на которых в Лапландии передвигаются по глубокому снегу*» [3].

Подобно открытой смыслам «пустой» Арктике, Океан у Мелвилла – также огромное «пустое» пространство – наполняемое смыслами. Человек Мелвилла затерян в бескрайнем Океане Смыслов²:

«Нантакет ... отрезан от мира океаном, опоясан им, охвачен со всех сторон, окружён и ограничен водой» [3].

Вызовы Арктики и Океана хорошо вписываются в историко-философскую доктрину «Вызова и Ответа» Арнольда Тойнби. Однако, предполагается, что, родившись на закате викторианской эпохи, А. Тойнби с молоком матери впитал идеологию «Вызова и Ответа», которую со временем превратил в универсальный закон исторического развития. Если, согласно А. Тойнби, Русская Православная цивилизация развивалась в Ответ на Вызов внешнего давления, то как объяснить ее расширение в географических пространствах, в том числе в полярные широты? И можно ли списать со счетов Ответ русской цивилизации на Вызов сурового климата? А не годится ли на роль Вызова цивилизационное давление Запада на русскую культуру в XVII-XX вв³.

Но вернемся на просторы Арктических смыслов. Джек Лондон знал Заполярье по личному опыту. В его произведениях Крайний Север предстает пространством враждебным человеку, Страной Смерти, с которой борется мятежный человек: «Северная глушь не любит движения. Она ополчается на жизнь, ибо жизнь есть движение, а Северная глушь стремится остановить все то, что движется... с особенной яростью и жестокостью. Северная глушь ломает упорство человека, потому что человек – самое мятежное существо в мире, потому что человек всегда восстает против ее воли, согласно которой, всякое движение в конце концов должно прекратиться» [2, с. 7-16].

Очевидна героизация людей, бросившихся на Север за наживой и демонизация Арктики, представляющей аналогом Снежной Королевы.

В романе «Территория» (1975) Олег Куваев – сам «резидент» Арктики – рассматривает ее пространства иначе. Куваев пишет, что «Территория»⁴ –

¹Мелвилл Г. Моби Дик, или Белый Кит. М.: Иностранка, 2016. Гл. 14. С. 103.

²Там же.

³Тойнби А. Постигание истории. М.: Прогресс, 1990. С. 289.

⁴т.е. конкретно Полярная Чукотка. *Примеч. авт.*

это «олицетворение жизни, которой вы, вполне вероятно, хотели бы жить... Во всяком случае, вы мечтали об этом в юности... [1, с. 7-10].

По мнению О. Куваева, Арктика подводит человека к переоценке ценностей, пониманию того, как нужно жить. «Территория» у О. Куваева – это некий экзистенциальный драйвер, включающий в человеке программу «Настоящая Жизнь». Включение этой программы начинается с переживания Арктики: «Вы постоянно будете чувствовать, что нечто главное идет мимо вас... Возможно, это главное заключается в узкой полоске ослепительно лимонного цвета, которая отделяет хмурое небо от горизонта в закатный час. У вас вдруг сожмет сердце, и вы подумаете без всякой причины, что до сих пор жили не так, как надо... и вдруг вы завтра умрете, а после вас и не останется ничего. Во всяком случае, бессмертная душа ваша, неповторимое и единственное ваше бытие тут ни при чем. Что-то вы упустили. Можно суеверно считать, что подобные мысли рождены пространствами, составляющими Территорию»... [1].

Намеренно не касаясь вопроса о бессмертии души, О. Куваев считает, что «Территория» открывает нам возможность прожить, может быть, короткую, но НАСТОЯЩУЮ ЖИЗНЬ.

Экзистенциальная парадигма О. Куваева, вероятно была основной для арктических резидентов – представителей советской элиты.

Аргументом в пользу этой версии, думаю, могут быть личный опыт полярного бытования и общение с другими резидентами Арктики, полярных и приполярных пространств автора статьи. Дед, отец, дяди, жена, брат и друзья автора статьи были причастны к освоению Арктики, Якутии, Севера и Северо-Востока Сибири. Отец автора статьи всю жизнь работал в геологических экспедициях. Брат автора статьи – на о. Диксон и Земле Франца Иосифа. Автор статьи около 10 лет жил и работал на побережье Баренцева моря.

Циркумпольярные пространства – территория смыслов. Они – источник мистических откровений. Личностное переживание циркумпольярных пространств формирует жизненный мир человека.

Литература

1. Куваев О. Территория. СПб: Азбука СПб, 2016. 352 с.
2. Лондон Д. Белый клык. М.: Вече, 2019. 384 с.
3. Мелвилл Г. Моби Дик, или Белый Кит. М.: ЭКСМО, 2019. 860 с.

**Н.А. Шевченко,
Г.И. Шевченко**
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

ВОПРОСЫ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ АВТОРСКОЙ ПЕСНИ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРОВ КОЛЬСКОГО ЗАПОЛЯРЬЯ)

***Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы эстетической оценки песен, созданных авторами Кольского Заполярья. Подчеркивается, что авторская песня – один из наиболее демократических жанров музыкально-поэтического искусства. Анализируются аспекты, связанные с некоторыми особенностями жанра, где важное место занимает исполнительская интерпретация произведений, что во многом определяет степень глубины содержания. Делается попытка показать логику проникновения в «творческую лабораторию» представителей авторской песни, для этого анализируются их некоторые произведения. Утверждается, что степень адекватности эстетической оценки авторской песни зависит от знания традиций данного жанра и творческой интерпретации образного содержания, опирающейся на средства композиторской, поэтической и исполнительской выразительности.*

***Ключевые слова:** эстетика, эстетическое, эстетическая оценка, художественный образ, интерпретация художественного произведения, авторская песня.*

**N.A. Shevchenko,
G.I. Shevchenko**
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

QUESTIONS OF THE AESTHETIC EVALUATION OF AUTHOR'S SONG (BY THE EXAMPLE OF AUTHORS OF THE KOLSKY POLAR REGION)

***Abstract.** The article discusses the issues of aesthetic assessment of songs created by the authors of the Kola Polar region. It is emphasized that the author's song is one of the most democratic genres of musical and poetic art. The aspects related to some features of the genre are analyzed, where the performing interpretation of the works occupies an important place, that largely determines*

the degree of content depth. An attempt is made to show the logic of penetrating representatives of the author's song into the "creative laboratory", for this purpose, some of their works are analyzed. It is argued that the degree of adequacy of the aesthetic assessment of the author's song depends on the knowledge of the traditions of the given genre and the creative interpretation of the figurative content based on the means of composer, poetic and performing expressiveness.

Key words: *aesthetics, aesthetic, aesthetic evaluation, artistic image, interpretation of a work of art, original song.*

Авторская песня является одним из наиболее демократических жанров музыкально-поэтического искусства. Трудно себе представить более доступные для широких слоев слушателей и исполнителей произведения, чем песни, написанные простым и понятным языком, легко ложащиеся на слух, часто не требующие специальной исполнительской подготовки. Авторы этих песен также зачастую не обладают элементарными навыками поэтического и композиторского творчества. В то же время стремление большинства из них соединить в себе творческое начало поэта, композитора и исполнителя нередко является предпосылкой появления заметных, а иногда и выдающихся произведений искусства.

Эстетическая ценность таких песен, на наш взгляд состоит в том, что авторы, сочиняя подобные произведения, как бы «прилаживают» текст к мелодии или, наоборот, мелодию к тексту, проецируют и характер, и стиль исполнения. И если достигается художественное взаимодействие и единство поэзии, музыки и исполнительской выразительности, то можно говорить, что в таких песнях присутствует эстетическое начало, то есть сила воздействия на слушателя, эмоциональная насыщенность, естественная правдивость.

Говоря об эстетической оценке авторской песни, нельзя не упомянуть и проблему интерпретации произведений искусства. Здесь в центре внимания следует иметь в виду художественный образ. Очевидно, что интерпретация образа может быть поэтическая и музыкальная. Художественный образ создают средства выразительности – поэтические, музыкальные, исполнительские (выразительность стиха, музыкальной речи, выразительность музыкального исполнения).

Художественный образ и способы его воплощения в произведениях искусства могут в определенной степени раскрываться через словесно-логическую интерпретацию. В этой связи следует заметить, что логика воплощения образа в таких произведениях чаще всего связывается с конкретными событиями, явлениями жизни, сопутствующими художнику в естественных обстоятельствах. Мы это видим в творчестве ряда авторов. Многие из них начинали свой творческий путь в студенческие годы.

Например, это проявляется в песнях, передающих условия жизни, быт студенчества, романтические настроения молодежи, в этом случае можно говорить об авторской песне, созданной в студенческой среде. Это так называемые студенческие песни (некоторые песни Ю. Визбора, А. Якушевой, О. Митяева и др.).

Из естественного течения жизни своего поколения возникли образы у мурманского автора, бывшего секретаря комсомольской организации педагогического института О. Сюсюры. «Перспектив выпускников» – песня, ставшая гимном тех, кто заканчивает обучение в вузе, искренне воспринималась студентами как своя, близкая сердцу песня:

*На перспектив выпускников эта улица выходит...*¹

Все понимали: откуда берет начало «эта улица», как называется «эта улица», куда ведет «эта улица», что это за улица, к ней все привыкли, она стала по-своему родной. Всем было ясно, о каком проспекте идет речь. И все задумывались о будущей жизни, и у всех были ностальгические чувства об уходящей прекрасной поре.

Вдумываясь в то, что является энергетическим ресурсом жизни и неувыдаемости жанра авторской песни, укажем на важнейшую ее функцию – коммуникативную. Авторы таких песен не мыслят своей творческой жизни без общения, без того, чтобы не быть замеченным в своем творческом кругу. Отсюда и возникновение различных объединений: «Клуб любителей песни», «Клуб авторской песни», «Клуб самодеятельной песни» и т.п. Для каждого автора важно общение с теми, кто его может понять. Это возможность поделиться самым сокровенным, рассказать о том, что не всегда можно высказать в обыденной обстановке. Коммуникативная функция авторской песни обеспечивает возможность общения и объединения.

Важно заметить, что в таком общении всегда появляются референтные группы, критические суждения, аналитические размышления друзей. Все это связано с эстетической оценкой, со стремлением помочь каждому автору самореализоваться. А главное, такое взаимодействие соответствует понятию «эстетическое», которое связано с неутилитарным, созерцательным или творческим отношением человека к действительности... [1, с. 8.].

Точность эстетической оценки зависит и от того, как мы относимся к тем традициям, откуда идут истоки данного художественного явления. У О. Митяева по этому поводу, было сказано так:

¹Перспектив выпускников (автор слов – О. Сосюра, автор музыки – О. Сосюра) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/print_list.php?id=39578 (дата обращения: 13.11.2019).

*И все же с болью в горле
Мы тех сегодня вспомним,
Чьи имена, как раны,
На сердце запеклись...¹*

Традиции авторской песни есть и на Кольской земле.

Жизнь на севере, люди севера, освоение севера, северная природа – все это всегда являлось притяжением заполярных писателей, поэтов, художников и музыкантов. И те, кто хоть часть своей жизни связал с Кольским Заполярьем, не могут уйти от ощущения особого очарования. Это и является пафосом, стимулом творческих исканий.

Обратимся к творчеству известного мурманского автора, можно сказать, метра авторской песни на Мурмане Ю. Хабарова.

Тематика его песен разнообразна. Конечно, это не только песни, связанные с северным краем, но и все то, что сопровождает человека в жизни. Так, песня «Танго»² написана о любви. Эта вечная для стихов и песен тема под пером разных поэтов приобретает индивидуальность, воплощаясь в том или ином образе. В данном случае тема ушедшей любви приобретает музыкальное сопровождение не только в мелодии как таковой, но и в концепте танго, известном как танец, выражающий любовь, страсть. Текст песни очерчивает некое символическое пространство с использованием традиционных образов, передающих чувства («сердце», понимаемое как место средоточия чувств, «ангел» как символ божественного благословения). С одной стороны, можно обнаружить нити, ведущие к «жестокому» романсу («сердце кровоточит», «безжалостно хохочет»), с другой – возникают совсем новые детали, передающие мышление современного человека (имя Эйнштейна, трансформированный образ синей птицы, которая «бьется... подранком»). И так свидание двух человек под влиянием танго приобретает космический характер, потому что их «треплет эпоха», и в конечном итоге между героями расстояние «меньше шага» превращается в бездну.

Традиционным для авторской песни является лирическая тема Нового года как дорогого многим семейного праздника, ей посвящена песня

¹Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались (автор слов – О. Митяев, автор музыки – О. Митяев) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Олега Митяева. Песни: [сайт]. 2019. URL: [https://mityaev.ru/songs/101-kak-zdorovo-\(1979\)](https://mityaev.ru/songs/101-kak-zdorovo-(1979)) (дата обращения: 13.11.2019).

²Танго (автор слов – Ю. Хабаров, автор музыки – Ю. Хабаров) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/print_list.php?id=4076 (дата обращения: 13.11.2019).

Ю. Хабарова «Новогодняя сказка»¹. Название очень точно соответствует содержанию, потому что мы действительно попадаем в сказку: «бьют часы двенадцать раз», и перед слушателями появляются Снежная Королева, Кай и Герда – герои, напоминающие нам о силе любви, разрушающей злые чары. Автор удачно создает уютный мир детства: «под вой январской стужи», «у огня» дети слушают сказку, а сама она идет, «скрипя по половицам». В тексте противопоставлены утро и ночь, сказка и быль, «льды и беды» и «дружба нежная» – всем знакомые понятия и образы, дающие возможность автору высказать известную мысль об ожидании чуда, когда исчезнет «царство тьмы» и «будет доброта всеильна».

Конечно, как уже было сказано, важной в творчестве авторов Мурманской области является тема Севера. В самом деле, писать о родном городе, крае, о ее природе наши барды любят. Так, Ю. Хабаров в песне «В городе Скалистом»² тему родного края раскрывает в связи с социально-политическими проблемами. Заполярный край рисуется отдельными штрихами («под небом мгlistым», «небо ревет у ног»), используется излюбленный многими прием олицетворения («здания сутулятся», «пламенеют кисти скорбью согнутых рябин»). Социально-политическая тема вводится как недовольный ропот голосов из народа («Или в стране бардак? Или банкует враг?»).

В песне «Я дарю тебе Север» образ родного края возникает как бесценное сокровище человека, всей душой любящего северную землю:

*Я дарю тебе дождик серый
И букетик морошки сладкой,
Я дарю тебе снег искристый,
Я дарю тебе сполохов веер
И с березки упавший листик...*³

Узнаваемые реалии Заполярья (сполохи, морошка и т.п.) являются тем значимым элементом художественной картины, на который эмоционально и эстетически откликается слушатель-северянин.

Такие же художественные детали находим в песне белорусского автора А. Круппа, впечатленного удивительной и необычной для него

¹Новогодняя сказка (автор слов – Ю. Хабаров, автор музыки – Ю. Хабаров) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/print_list.php?id=4515 (дата обращения: 13.11.2019).

²В городе Скалистом (автор слов – Ю. Хабаров, автор музыки – Ю. Хабаров) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/print_list.php?id=4636 (дата обращения: 13.11.2019).

³Я дарю тебе Север (автор слов – Ю. Хабаров, автор музыки – Ю. Хабаров) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/search_song.php?name=2294 (дата обращения: 13.11.2019).

северной природой, написавшего песню о Хибинских горах еще в начале 1970-х гг. («Что я натворил...»): пурга, белые снега, тундра. С помощью метафор А. Крупп создает образ Севера-исполина:

*Где полярная
Длинная дуга
Служит изголовьем
И лежит в ногах
В тающих снегах
Вся моя земля¹.*

Северные горы – это для автора то место, где можно лечить «души недуги», ему нужно, чтобы хоть иногда «в глаза взглянул северный покой».

Эта песня трогает соединением доверительной интонации и размышлений о чем-то значительном, о смысле жизни. И ее концовка, с упоминанием того, что составляет неповторимость Севера, как будто приоткрывает дверь в будущее – к новым восхождениям и обретениям себя:

*И весь год опять
Не дадут мне спать
Северные горы,
Тундра и тайга,
Белые снега
И олений след².*

Вклад в развитие самодеятельной песни вносят музыканты-любители разных поколений. Так, в «Песенке мурманских окраин»³ авторского ансамбля «Марго» мы слышим признание в любви к родному городу, который предстает перед слушателями не парадной своей стороной, не центральными улицами, а неказистыми, но дорогими автору улочками (автор песни – О. Сосюра).

И. Якимчук пишет о Мурманске в патетически-возвышенном стиле.

Многие авторы посвящают свое творчество молодежи, стремятся реализовать воспитательную функцию песенного искусства (В. Ермолова, А. Базанов, О. Алистратов и др.), справедливо полагая, что песня – это путь приобщения подрастающего поколения к художественной культуре [3].

¹Что я натворил (Антикавказская) (автор слов – А. Крупп, автор музыки – А. Крупп) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/search_song.php?name=31283 (дата обращения: 13.11.2019).

²Там же.

³Песенка мурманских окраин (автор слов – О. Сосюра, автор музыки – О. Сосюра) [Электронный ресурс] // Bard.ru.com: [сайт]. 2019. URL: http://bard.ru.com/php/print_list.php?id=39571 (дата обращения: 13.11.2019).

Авторская песня, несомненно, является составляющей частью содержательной структуры музыкальной культуры общества, которая имеет свои функции: познавательную, коммуникативную, воспитательную [2, с. 10-11]. Все названные категории имеют значение для личности при одном условии: при наличии эстетической оценки объекта искусства, художественного явления.

Эстетическая оценка произведений искусства (в том числе и песен, созданных самодеятельными авторами) всегда связывается с объективными особенностями данного произведения (достоинства, недостатки и др.), а также и с субъективно идеальными представлениями конкретного человека. Именно собственное субъективное суждение говорит о творческом подходе к оценке художественного явления. Очевидно при этом, что субъективное суждение (например, об авторской песне) должно основываться на знаниях о существе данных явлений. Дать субъективную и в то же время творческую оценку произведения искусства способен человек, обладающий достаточно высоким уровнем знаний о художественной культуре общества.

Применительно к теме нашей статьи можно сказать, что степень адекватности эстетической оценки конкретной авторской песни зависит от знания традиционных истоков данного жанра и творческой интерпретации образного содержания, опирающейся на средства композиторской, поэтической и исполнительской выразительности.

Литература

1. Бычков В.В. Эстетика. Краткий курс. М.: Проект, 2003. 384 с.
2. Сохор А.Н. Воспитательная роль музыки. Л.: Музыка. Ленингр. отд-ние, 1975. 64 с.
3. Шевченко Н.А., Шевченко Г.И. Вопросы эстетического воспитания студентов средствами авторской песни // Проблемы современного педагогического образования. 2019. №64-4. С. 279-283.

УДК 7.012:655.06
ББК 85.158

М.И. Шишкина
ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»
г. Мурманск, Россия

РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА БУКЛЕТА ИЗ СЕРИИ «КОМФОРТНО ЖИТЬ НА СЕВЕРЕ»

Аннотация. В статье рассматриваются этапы разработки буклета из серии «Комфортно жить на севере». Также обосновываются решения в выборе стилевых тенденций, цветов, шрифтов и графических элементов буклета, которые должны выразить характерные черты местности Кольского края, о котором будет повествоваться в серии буклетов.

Ключевые слова: буклет, полиграфический дизайн, дизайн, стилевые тенденции, Кольский регион, Adobe Photoshop.

M.I. Shishkina
Murmansk Arctic State University
Murmansk, Russia

THE DESIGN DEVELOPMENT OF A BOOKLET FROM A SERIES “COMFORTABLE TO LIVE IN THE NORTH”

Abstract. The article discusses the stages of developing a booklet from the series "Comfortably Living in the North". Decisions are also justified in the selection of style trends, colors, fonts and graphic elements of the booklet, which should express the characteristic features of the Kola Territory, which will be described in a series of booklets.

Key words: booklet, print design, design, style trends, the Kola region, Adobe Photoshop.

Для разработки любого полиграфического продукта необходимо рассмотреть и изучить современные стилевые тенденции в дизайне, и выбрать наиболее удачные решения и приемы. Только так разрабатываемая вещь будет актуальной и зацепит глаз будущего потребителя.

Для разработки буклета из серии «Комфортно жить на севере» были найдены такие тенденции в полиграфическом дизайне, которые будут ассоциироваться с Кольским регионом и отражать его особенности. Эксперт в сфере полиграфии – Г.А. Кнабе в своей книге «Энциклопедия дизайнера

печатной продукции. Профессиональная работа» пишет: «Стиль оформления зависит от направленности издания – удачный макет должен соответствовать содержанию и обеспечивать цельность и легкость восприятия. Современные пакеты компьютерной графики позволяют создавать большое количество различных спецэффектов, однако при разработке макета разумно руководствоваться, прежде всего, конечной целью – как можно лучше донести до читателя информацию, а не стремиться применить все эффекты в одном документе» [3, с. 165]. Поэтому разработка буклета требует тщательного анализа характерных черт Кольского края, и подбора для них стилевых тенденций.

Кольский регион наполнен различными природными и культурными достопримечательностями, которые так или иначе влияют и могут быть задействованы в разработке серии буклетов. Особое значение имеет морское наследие [5]. Кольский Север вдохновляет многих своей удивительной природой. Соединяя популярные тенденции дизайна и особенности, характерные для Кольского региона, можно создать уникальные продукты, которые будут отражать данное место.

Для разработки буклета из современных актуальных тенденций, первой была выбрана тенденция на яркие цвета. Северное сияние – это яркое отражение северного края на темном небе всю долгую зиму. Использование его оттенков было бы очень актуально в совокупности с использованием тенденции непрерывного цветного пространства. Применение градиентов тоже является популярным приемом в дизайне на данный момент. Комбинации контрастных ярких оттенков Кольской осени и северного сияния будут идеальным решением.

Последние годы популярная тенденция использования монохромности превратилась в еще более упрощенную версию. Монохромный цветной фильтр широко используется на фотографиях или отдельных элементах графической композиции. Фотографии, используемые для иллюстраций буклета, можно отредактировать и перевести в монохромный вид, используя основные цвета. Таким образом, фото будет гармонично смотреться в общем дизайне буклета.

Графические элементы в стиле оп-арта являются абстрактными, дают зрителю впечатление движения, скрытых изображений, вспыхивающих и вибрирующих узоров, или припухлости или деформации. Использование такого приема может отражать морские волны Кольского края.

Крупная надпись названия серии буклетов – тоже использование актуальной тенденции в типографике. Большие буквы на лицевой странице буклета, занимающие много пространства, обращают на себя много внимания. Название буклета должно быть интересным, чтобы быть замеченным, и заинтриговать будущего читателя буклета.

В данном буклете рассказывается о музеях Мурманской области, их видах, а также указаны адрес и телефон. Музеи Мурманской области можно поделить на 5 видов: исторические и краеведческие, военные, минералогические, рыбопромышленные и художественные. Поэтому буклет будет иметь 3 фальца (Рис. 1) и складываться внутрь, чтобы была возможность разместить информацию о всех типах музеев, кроме того, это даст большой простор для интересного дизайна буклета.

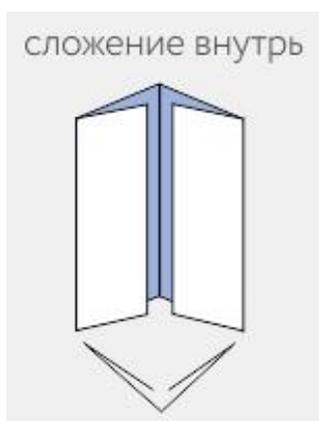


Рис. 1. Сложение буклета в 3 фальца

В развернутом виде буклет имеет стандартный формат – А4, это 210×297 мм. Страницы по середине имеют размер 100×297, а боковые страницы 98×297, они меньше для того, чтобы буклет удобно сгибался и не сминался.

Первый буклет имеет фиолетовый оттенок северного сияния в контрастном сочетании с желто-оранжевыми градиентами, графическими движущимися волнами в стиле оп-арт (Рис. 2).

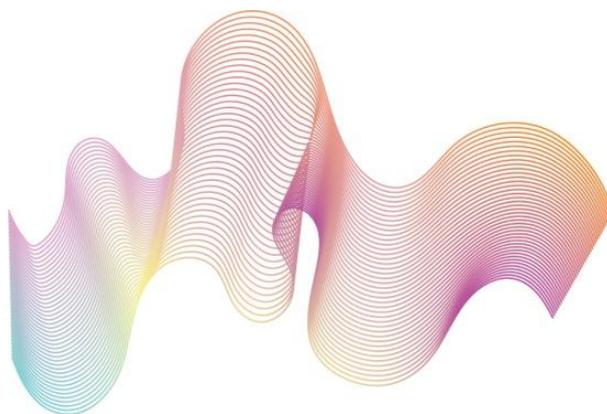


Рис. 2. Волны в стиле оп-арт

Использованы тенденции ярких цветов, больших цветовых пространств и градиента. Но большое количество цветов не используется, для поддержания тенденции использования монохрома в дизайне. Это бы помешало концепции серии буклетов, так как разноцветные буклеты, если их разложить по порядку, не переливались бы как северное сияние, а просто была бы неразбериха из цветов. При дальнейшей разработке другие буклеты вместо фиолетового цвета должны иметь другие оттенки северного сияния: розовые, зеленые, синие, бирюзовые. Оттенки также могут различаться по светлоте и насыщенности, для полной передачи спектра северного сияния. Так серия будет выглядеть гармонично и концептуально.

В качестве иллюстраций буклета выбраны фото музеев, о которых в нем повествуется. Фотографии Мурманского краеведческого музея, Мурманского художественного музея, музея атомного ледокола «Ленин», музея рыбной промышленности Северного бассейна отредактированы с помощью монохромного фильтра в Adobe Photoshop. После редактирования фото стали фиолетовыми (разными по светлоте оттенков), как и сам буклет. Они гармонично вписываются в его оформление, не выбиваясь яркими цветами, поддерживают общий стиль буклета, отражая актуальную тенденцию применения монохрома в графическом дизайне.

Фотографии в буклете размещены с волнистыми, неровными краями, они повторяют элементы волн на заднем фоне и гармонично вписываются в буклет (Рис. 3-4).

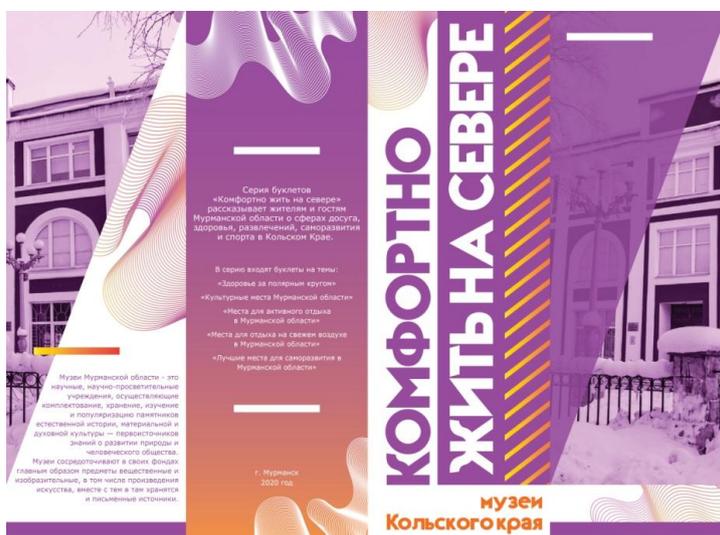


Рис. 3. Внешняя сторона буклета



Рис. 4. Внутренняя стороны буклета

Шрифты, подобранные для буклета – это TurboGraphica и Verdana.

Шрифт TurboGraphica используется на лицевой странице буклета для названия, а шрифт Verdana – для остального текста.

Таким образом, был разработан буклет из серии «Комфортно жить на севере». Для этого были проанализированы и подобраны стилевые тенденции в полиграфическом дизайне, которые будут привлекать внимание будущего читателя и визуально отражать особенности Кольского края. Кроме того, для дальнейшей разработки серии буклетов выбрана и обоснована концепция общего дизайна.

Литература

1. Бачурина Т.В. Особенности дизайна полиграфической рекламы [Электронный ресурс] // Международный научный форум «Образование. Наука. Культура»: материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура», 23 ноября 2016 года / под общ. ред. Б.В. Илькевича, Н.В. Осипова. Гжель: Гжельский государственный университет, 2016. С. 54-55. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30176134> (дата обращения: 14.11.2019).
2. Бубенцов В.Н., Бубенцова А.В. Морская тематика в современной художественной культуре Кольского Севера // Наука и образование. 2007. №8. С. 88-92.
3. Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции: основы человек. восприятия, общ. понятия дизайна: композиция, цвет, форма, баланс, динамика, символика в дизайне, история полиграф. дизайна, шрифты и типографика, особенности дизайна реклам., период. и кн.

- изд., дизайн электрон. док., в том числе Web-сайтов, орг. дизайн. проектов и работа с заказчиком. Москва [и др.]: Диалектика, 2006 (СПб: Печатный двор им. А.М. Горького). 726 с.
4. Пурас И.Ю. Современные тренды в графическом дизайне // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. №2. С. 8.
 5. Терещенко Е.Ю. Проблемы изучения и сохранения морского наследия Кольского Севера // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. №2-3 (8). С. 187-190.

УДК 78:008(470.21)

ББК 85.310,001

И.В. Якимчук

*МБУ ДПО «Городской информационный
методический центр работников образования»*

г. Мурманск, Россия

СОВРЕМЕННАЯ МУЗЫКАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КОЛЬСКОГО СЕВЕРА

***Аннотация.** В статье рассматриваются актуальные проблемы региональных особенностей культуры Кольского Севера; предложен новый подход в деятельности областного творческого объединения «Композиторы Заполярья» – творческий проект «Юные таланты Кольского Севера (в области музыкально-эстетического воспитания юных северян)».*

***Ключевые слова:** музыкальная культура, областное творческое объединение «Композиторы Заполярья».*

I.V. Yakimchuk

*“City information-methodological
centre for educators”*

Murmansk, Russia

THE MODERN MUSICAL CULTURE OF THE KOLA NORTH

***Abstract.** The article discusses topical problems of regional peculiarities of the culture of the Kola North; a new approach is proposed in the activity of the regional creative association «The composers of the Polar Region» – the creative project «The Young Talents of the Kola North» (in the field of musical and aesthetic education of young northerners).*

***Key words:** musical culture, regional creative association «The composers of the Polar Region».*

О, Север-край! Могучая стихия!

Здесь ветры-странники нашли приют,

Здесь нежатся снега моей России,

Здесь северные вьюги песнь поют!

Их чувства, Север, вскормлены тобою,

Их мысли, Север, снова о тебе,

Их дух в единстве с Кольскою землёю,

Твердыней, словно оттиск на судьбе!

Ты, Север, для поэтов откровенье,

Ты в кисти живописцам краски льёшь,

Ты даришь музыкантам вдохновенье,

Энергию для творчества даёшь!

Творцы тебя, мой Север, воспевают!

Творцов, любимый Север, озаряй!

Творцами Кольский Север расцветает,

И здравствует мой самобытный край!

О Север-край! Тебе пишу стихи я... [6].

О Север-край! И.В. Якимчук

Кольский Север – регион, в котором культурные традиции формировались с учётом демографических особенностей различных групп населения, уникальности и самобытности художественного творчества различных национальных культур, преемственности поколений в сохранении духовных ценностей. Со временем это позволило сформировать богатую, яркую и многоцветную палитру разнообразных направлений в развитии как профессионального искусства, так и авторского творчества [1].

В коллективной монографии «Культурные индустрии Кольского Севера: пролегомены к исследованию» (2012), в статье А.В. Бубенцовой «Культурное наследие Кольского Заполярья в современном образовании школьников»¹, представлены результаты проведённого исследования по вопросу выявления уровня знаний школьников о региональной культуре эпох древности и средневековья. В коллективной монографии «Культурные индустрии Кольского Севера в контексте современной государственной культурной политики России» (2014), в статье А.В. Бубенцовой «Проблема историко-культурологической компетентности школьников и пути её решения»², автор рассматривает причины данной проблемы и предлагает различные пути её решения. В сборнике материалов II Международного форума «Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития» (2019), в работе А.Ю. Демшиной «Особенности презентации креативных индустрий в XXI веке»³ отмечен «... важный элемент, лежащий в основе развития креативных индустрий – расширение содержания концепта творчество, произошедшее за последние десятилетия», и далее «... признание ценности мира детства». Таким образом, мы рассмотрели актуальные проблемы региональных особенностей культуры Кольского Севера.

Л.С. Вагинова в статье «Из истории становления и развития музыкальной культуры Кольского Севера» (2008) указывает: «Несмотря на глубокие изменения в социальной жизни, в материальной и духовной сферах

¹Бубенцова А.В. Культурное наследие Кольского Заполярья в современном образовании школьников // Культурные индустрии Кольского Севера. Пролегомены к исследованию: коллективная монография / под общ. ред. Л.М. Мосоловой. СПб: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. С. 164-172.

²Культурные индустрии Кольского Севера в контексте современной государственной культурной политики России: коллективная монография / [отв. ред. Л.М. Мосолова]. СПб: РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. С. 166-169.

³Демшина А.Ю. Особенности презентации креативных индустрий в XXI веке // Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития: материалы II Международного форума, 29 ноября-1 декабря 2018 года / [отв. ред. Е.Ю. Терещенко]. Мурманск: МАГУ, 2019. С. 48-55.

культуры, искусство сохраняет традиции прошлого и вместе с тем обретает новое содержание и выразительные формы, адекватные вызовам времени и локальным потребностям Кольского региона» [2]. В историю культуры Кольского полуострова XX века вошло немало творческих личностей. Вместе с писателями и живописцами, актёрами и поэтами, мастерами прикладного творчества и фотохудожниками, певцами и исполнителями весомый вклад в развитие музыкальной культуры Кольского Севера вносит областное творческое объединение «Композиторы Заполярья», которое в декабре 2020 года отметит своё 60-летие. О становлении и развитии областного творческого объединения «Композиторы Заполярья» музыковед, композитор В.Я. Бобров пишет так: «В начале 60-х, на волне «хрущёвской оттепели», которая докатилась и до наших заполярных широт, мурманские музыканты решили объединить свои творческие силы и создали секцию самодеятельных композиторов» [1]. С.В. Вагайцева, директор ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» отмечает: «С благодарностью вспоминаем период общения с удивительными талантливейшими людьми – Георгием Каликиным, Евгением Чугуновым, Виктором Гостинским, Александром Ермоловым, Вячеславом Бобровым на Мурманской земле» [1]. Ни для кого не секрет, что любовь к малой Родине, Кольскому Северу, долгие годы воспитывалась на произведениях ведущих музыкантов Мурманской области. В настоящее время педагоги-практики испытывают потребность обновить детский песенный репертуар, приблизить его к мироощущению ребёнка, сделать интересным для подрастающего поколения. Характерное для современных школьников проявление собственной позиции, чаще всего не совпадающей с общепризнанной, требует особого внимания к поиску противоречий в явлениях искусства и жизни, что становится движущей силой развития художественно-образного мышления и самоопределения обучающихся в различных видах музыкально-творческой деятельности [5]. Таким образом, сохранение, развитие и популяризация произведений композиторов Кольского Севера в современном социокультурном пространстве, среди подрастающего поколения и молодёжи, – вот основные направления и приоритеты в деятельности областного творческого объединения «Композиторы Заполярья».

Несмотря на интерес к *проблемам современной музыкальной культуры Кольского Севера* возникает вопрос о понятии «музыкальная культура». Анализ научно-методической литературы позволил нам выделить различные подходы к определению понятия «музыкальная культура». Исследователь Р.Н. Шафеев [4] указывает: «В нашей стране наиболее полное и глубокое изучение различных явлений музыкальной культуры получило в советский период. Работы отечественных исследователей позволили познать отдельные стороны такого сложного

явления, как музыкальная культура (теоретические исследования В.П. Бобровского, Н.А. Гарбузова, Г.Э. Конюса, А.В. Луначарского, Л.А. Мазеля, Е.А. Мальцевой, В.В. Медушевского, Е.В. Назайкинского, В.В. Протопопова, С.Х. Раппопорта, С.С. Скребкова, Б.М. Теплова, В.Н. Холоповой, В.А. Цуккермана и др; исторические исследования Б.В. Асафьева, В.М. Беляева, М.В. Бражникова, Р.И. Грубера, Ю.В. Келдыша, Ю.А. Кремлева, А.Н. Сохора, Н.Д. Успенского и др.). Кроме того, активно исследуются различные национальные музыкальные культуры, их самобытные черты и национальные особенности.

С постепенным расширением потребностей в познании музыкальной культуры как многогранного явления, возникает и множество аспектов ее исследования. Так, поднимаются вопросы функционирования музыкального произведения в обществе, его культурного контекста, что активизирует поиски отечественных музыковедов в области общей теории и методологии (Б.В. Асафьева, Р.И. Грубера, Б.Л. Яворского и др.).

Познание ряда сторон и явлений музыкальной культуры нашло отражение в различных исследованиях зарубежных авторов (в работах польских исследователей – З. Лисса, Ю. Хоминьского, немецких – Т. Адорно, А. Веберн, Г. Кнеплера, Э. Майера, К. Фишера, венгерских – Я. Мароти, Б. Сабольчи, болгарских – В. Крыстева, С. Стоянова, Д. Христова, австрийских – К. Блаукопф и др.).

На современном этапе музыкальная культура как сложное по своему строению и многогранное явление привлекает все большее внимание отечественных исследователей. Однако, несмотря на то, что данный термин довольно широко употребляется, теоретические работы, в которых обосновывалась бы сущность музыкальной культуры, встречаются редко. О недостаточной разработанности научного аппарата данного явления высказываются в своих работах М.М. Бухман, О.П. Кеериг, Э.В. Скворцова, А.Н. Сохор и др. Малоизученность этой проблемы проявляется и в авторитетных справочных изданиях. Даже в энциклопедических словарях сущность музыкальной культуры в качестве специфического явления не анализируется.

При разработке выделенной проблемы мы опираемся, прежде всего, на работы, в которых музыкальная культура исследуется как целостное явление. Это исследования Б.В. Асафьева, Р.И. Грубера, З. Лисса, М.Е. Тараканова, А.Н. Сохора. Особый интерес представляют современные исследования музыкальной культуры М.М. Бухмана, Ю.Н. Бычкова, Н.Н. Гаврюшенко, О.В. Гусевой, А.П. Мальцева, Э.В. Скворцовой, М.Т. Усовой и др.

Несомненный интерес представляют исследования Е.А. Железова, В.В. Медушевского, Е.А. Мезенцева, В.Д. Никульшина, в которых культура

и искусство рассматриваются как проявление человеческих сущностных сил.

При выявлении и изучении структурных элементов музыкальной культуры важными ориентирами служили исследования по музыкальной теории и музыкальной критике Н.А. Борева, Р.И. Грубера, Ю.В. Келдыша, Л.А. Мазеля, Т.В. Чередниченко, В.П. Шестакова, Н.А. Южанина, а также работы по музыкальному образованию и музыкальному воспитанию Ю.Б. Алиева, Л.А. Баренбойма, Г.В. Келдыша, В.П. Шестакова и др.» [4].

Нельзя забывать, что оптимальный период для занятий искусством – детство, когда человек открыт для диалога и восприятия информации [6]. Изучением проблемы музыкальной культуры детей младшего школьного возраста занимались учёные-исследователи Л.В. Школяр, Е.Д. Критская, М.С. Красильникова, В.О. Усачёва, В.В. Медушевский и др. [3]. Авторы указывают: «Если мы говорим о музыкальной культуре как части всей духовной культуры, то подчеркнём: становление ребёнка, школьника как творца, как художника (а это и есть развитие духовной культуры) невозможно без развития фундаментальных способностей – искусства слышать, искусства видеть, искусства чувствовать, искусства думать...» [3].

Структура понятия «музыкальная культура» весьма разнообразна, в ней можно выделить множество компонентов, которые имеют различное по степени значимости содержательное наполнение. Задача не в том, чтобы выделить как можно больше компонентов, а в том, чтобы найти такие «стержни», такие составляющие, которые отражали бы самое существенное в музыкальной культуре, в динамике её развития. Таким основанием, по нашему мнению, могут и должны выступать те новообразования в духовном мире ребёнка, которые развиваются благодаря преломлению в его мыслях и чувствах нравственно-эстетического содержания музыки и которые позволяют выяснить, насколько музыкальная культура личности связана со всей огромной материальной и духовной культурой человечества. Что касается компонентов, то их было выделено три: музыкальный опыт школьников, музыкальная грамотность, музыкально-творческое развитие школьников» [3].

Таким образом, анализ научно-методической литературы позволил выявить следующее: музыкальное искусство и современное композиторское творчество Мурманской области обладают большим образовательным и воспитательным потенциалом. По результатам проведённого нами исследования проблемы определения понятия «музыкальная культура», мы можем сделать вывод: «... отечественными исследователями впервые расширяются границы изучения музыкальной культуры через познание ее социальных аспектов, а также закладываются основы для изучения

музыкальной культуры как системы, что в итоге обусловило возникновение междисциплинарных исследований музыкальной культуры» [4].

Многолетнее экспериментальное исследование, проведённое Л.В. Школяр и др. «... показало правомерность идеи опосредованного изучения ребёнка при помощи его собственной художественной деятельности, где огромную роль играет *непосредственность* выражения мыслей и чувств через искусство. Главным «катализатором» непосредственности явилась музыка, сила которой, повторяем, проявляется в том, что она «вскапывает» детское подсознание. Благодаря этому то, что ребёнок никогда бы не высказал прямо (педагоги знают, что часто при серьёзных разговорах, касающихся самих детей, они замыкаются так, что никакими способами не добьёшься ни слова правды о них самих), здесь прорывается опосредованно через *отношение* к музыкальным образам и проявляется в детской художественной деятельности. Она-то и становится своеобразным «тестом» на психологическое состояние, жизнеощущение детей» [3].

Следует подчеркнуть, что одним из путей обновления музыкальной культуры Кольского Севера, в области музыкально-эстетического воспитания юных северян, явился творческий проект «Юные таланты Кольского Севера», посвящённый 80-летию Мурманской области (2018).

15 декабря 2018 года в мультимедийном зале ГОБУК «Мурманская областная детско-юношеская библиотека им. В.П. Махаевой» состоялся первый музыкальный конкурс-фестиваль «Юные таланты Кольского Севера». Праздник начался с презентации новой песни И.В. Якимчук «Наш край» (Рис. 1). Важность данного проекта обусловлена работой с одарёнными детьми, которые приехали из г. Мурманска и городов, районов и посёлков Мурманской области, чтобы исполнить произведения о Кольском Севере и показать своё композиторское творчество.

Разработчики творческого проекта «Юные таланты Кольского Севера»: И.В. Якимчук, председатель; В.А. Ермолова, секретарь областного творческого объединения «Композиторы Заполярья», ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова»; С.А. Литвинова, заведующий отделом искусства и творчества, ГОБУК «Мурманская областная детско-юношеская библиотека им. В.П. Махаевой».

Цель проекта: выявить и привлечь в областное творческое объединение «Композиторы Заполярья» новые творческие композиторские силы; заинтересовать подрастающее поколение и молодёжь г. Мурманска и Мурманской области и пригласить принять участие в музыкальной жизни областного творческого объединения «Композиторы Заполярья» путём создания новых форм взаимодействия.

Задачи проекта:

1. Выявление и поддержка юных дарований, талантливых молодых самодельных авторов и исполнителей, композиторов г. Мурманска и Мурманской области.
2. Привлечение детей и юношества к творческому процессу.
3. Приобщение молодого поколения к творчеству композиторов-современников и воспитание эстетической культуры юных северян.

Организатор творческого проекта «Юные таланты Кольского Севера»: ГОБУК «Мурманская областная детско-юношеская библиотека им. В.П. Махаевой», соорганизатор данного проекта: ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».

Итак, Мурманская область, как и другие регионы России, имеет свои культурные корни, свою собственную историю развития музыкальной и художественной культуры. Особенностью культуры и искусства Кольского региона является взаимопроникновение традиций и обычаев народов, населяющих Кольский полуостров. Музыкальная культура Кольского Севера – явление самобытное. Обмен ценностями в музыкальной культуре – есть личностный обмен между носителем ценности (композитором и музыкальным сочинением) и коллективным субъектом, её познающим (учителем и учеником). Нами предложен новый подход в деятельности областного творческого объединения «Композиторы Заполярья» – творческий проект «Юные таланты Кольского Севера» (в области музыкально-эстетического воспитания юных северян).

Мы надеемся, что с помощью этой статьи тема о региональной музыкальной культуре, информация о региональных особенностях культуры Кольского Севера, о деятельности областного творческого объединения «Композиторы Заполярья» будет частью жизни молодого поколения, юных северян, а деловые связи между социальными партнёрами будут укрепляться и совершенствоваться.

НАШ КРАЙ

И. Якимчук

С восхищением

Наш

p

mp

край! Ты-ма-лой Ро-ди-ны ис-ток... За-лив, от кри-ков ча-ек у-том-лён-ный, Ска-

mp legato

лис-тый бе-рег, ле-сом о-кайм-лён-ный, си-ре-ни куст от хо-ло-да про-дро-ог. В род-

Squ

Припев

12 *mf*

ном кра-ю гла-за о-зер си-ней, здесь солн-це све-тит бе-лы-ми но-ча-ми, во

16

мле.прон-за-я су-мер-ка пе-ча-ли, си-янь-е Се-ве-ра та-ан

19

цу-ет вальс ог-ней, си-янь-е Се-ве-ра тан-цу-ет вальс ог-ней, си-янь-е

22 1.
Се-ве-ра та-ан-цу-ет вальс ог-ней, си-янь-е Се-ве-ра та-ан-цу-ет вальс ог-ней. Наш

26 2.
// миг! М... босса chiusa *p*

29

Наш край! Ты - малой Родины исток...
 Залив, от криков чаек утомленный,
 Скалистый берег, лесом окаймленный,
 Сирени куст от холода продрог.
 Припев:
 В родном краю глаза озёр синей,
 Здесь солнце светит белыми ночами,
 Во мгле, пронзая сумрака печали,
 Сиянье Севера танцует вальс огней.

Наш край, здесь мы родились и живём,
 Здесь пахнет рыжим ягелем и морем,
 Разлита акварель в полярных зорях,
 И плачут тучи проливным дождем.
 Припев:
 Край сердцу милый, кто тебя постиг?
 Огонь в душе раздул солёный ветер,
 И солнца силуэт от снега светел.
 В краю любимом дорог людям каждый миг!

Рис. 1. Партитура песни «Наш край» И.В. Якимчук

Литература

1. В содружестве муз: страницы истории творч. об-ния «Композиторы Заполярья»: 50-летию творч. об-ния «Композиторы Заполярья» посвящается... / авт.-сост. В. Бобров; под ред. И. Борисовой, В. Ермоловой. Мурманск: [б.и.]; 2010. 56 с.
2. Вагинова Л.С. Из истории становления и развития музыкальной культуры Кольского Севера // Каликинские чтения: сборник научных статей / [отв. ред. Г.И. Шевченко]. Мурманск: МГПУ, 2008. С. 4-14.
3. Теория и методика музыкального образования детей: научно-методическое пособие / Л.В. Школяр, М.С. Красильникова, Е.Д. Критская и др. М.: Флинта: Наука, 1998. 329 с.
4. Шафеев Р.Н. Музыкальная культура как система [Электронный ресурс]: дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. Казань, 2007. 174 с. URL: <http://www.dslib.net/teorja-kultury/muzykalnaja-kultura-kak-sistema.html> (дата обращения: 03.10.2019).
5. Якимчук И.В. Кольский Север – лучший краешек земли! [Ноты]: хрестоматия песен и стихов (в помощь учителю музыки). Мурманск: Мурманский педагогический колледж, 2011. 47 с.
6. Якимчук И.В. Опыт реализации регионального компонента в системе музыкального образования школьников // Каликинские чтения: сборник научных статей / [науч. ред. Г.И. Шевченко]. Мурманск: МГПУ, 2010. С. 191-195.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абдиева Айгуль Рашидовна – 2 курс магистратуры, направление подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Художественное образование и медиадизайн», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Агаркова Элеонора Петровна – доцент кафедры искусств и дизайна, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия; член общественной творческой региональной организации «Санкт-Петербургский Союз дизайнеров», г. Санкт-Петербург, Россия

Ахметзянова Ирина Сергеевна – 2 курс магистратуры, направление подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Художественное образование и медиадизайн», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Ашутова Татьяна Вячеславовна – кандидат педагогических наук; член общественной творческой региональной организации «Санкт-Петербургский Союз дизайнеров», г. Санкт-Петербург, Россия; директор Института креативных индустрий и предпринимательства, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия; декан факультета дизайна, НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»», г. Москва, Россия

Батова Татьяна Романовна – доцент кафедры искусств и дизайна, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия; член общественной творческой региональной организации «Санкт-Петербургский Союз дизайнеров», г. Санкт-Петербург, Россия

Берченко Татьяна Витальевна – кандидат педагогических наук, научный сотрудник отдела по научно-исследовательской работе, АНО ВО «Московский гуманитарно-экономический университет Северо-Западный институт (филиал)», г. Мурманск, Россия

Боровинская Дарья Николаевна – кандидат философских наук, доцент, БУ «Сургутский государственный педагогический университет», г. Сургут, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра, Россия

Бобкова Маргарита Аркадьевна – 4 курс бакалавриата, направление подготовки «Дизайн», направленность (профиль) «Дизайн среды», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Вэй Фен – доктор управления, профессор факультета экономики и менеджмента, Северо-Западный Университет сельского и лесного хозяйства, г. Янлинь, провинция Шаньси, Китай

Голов Алексей Геннадьевич – кандидат исторических наук, учитель истории и обществознания, руководитель школьного музея, МОУ Молочненская СОШ, г. Кола, Мурманская область, Россия

Демшина Анна Юрьевна – доктор культурологии, доцент кафедры искусствоведения, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», г. Санкт-Петербург, Россия

Ерохина Татьяна Иосифовна – доктор культурологии, профессор, проректор по учебной работе ФГБОУ ВО «Ярославский государственный театральный институт», г. Ярославль, Россия; заведующий кафедрой культурологии, ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль, Россия

Иванова Елена Андреевна – 2 курс магистратуры, направление подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Художественное образование и медиадизайн», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Желнина Зоя Юрьевна – кандидат философских наук, заведующий кафедрой сервиса и туризма, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Козырева Елена Ивановна – кандидат архитектуры, доцент кафедры компьютерного моделирования и компьютерной графики, руководитель направления «Дизайн», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург, Россия

Клюшкин Игорь Владимирович – доцент кафедры культурологии и искусства, ГАОУ ВО «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина», г. Пушкин, г. Санкт-Петербург, Россия; член

общественной творческой региональной организации «Санкт-Петербургский Союз дизайнеров», г. Санкт-Петербург, Россия

Котова Елена Юрьевна – председатель комитета по культуре, спорту и молодёжной политике администрации Тихвинского района Ленинградской области, г. Тихвин, Ленинградская область, Россия; соискатель (3 курс), ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», г. Санкт-Петербург, Россия

Леонов Иван Владимирович – доктор культурологии, доцент кафедры теории и истории культуры, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», г. Санкт-Петербург, Россия

Махрова Элла Васильевна – доктор культурологии, заведующий кафедрой философии, истории и теории искусства, ФГБОУ ВПО «Академия Русского балета им. А.Я. Вагановой», г. Санкт-Петербург, Россия

Михайлов Денис Владимирович – 3 курс аспирантуры, кафедра эстетики и этики, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург, Россия

Покровская Надежда Николаевна – кандидат экономических наук, доктор социологических наук, профессор кафедры связей с общественностью и рекламы, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург, Россия

Терещенко Елена Юрьевна – доктор культурологии, заведующий кафедрой искусств и дизайна, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Трегубова Алена Константиновна – 2 курс магистратуры, направление подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Художественное образование и медиадизайн», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Утков Павел Юрьевич – кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Мурманский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Мурманск, Россия

Уткова Мария Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и предпринимательского права,

ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет»,
г. Мурманск, Россия

Хашковский Алексей Васильевич – доцент кафедры связей с общественностью и рекламы, Институт философии человека, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург, Россия

Шевченко Григорий Иванович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры искусств и дизайна, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Шевченко Наталья Анатольевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры филологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Шишкина Мария Игоревна – 2 курс магистратуры, направление подготовки «Педагогическое образование», направленность (профиль) «Художественное образование и медиадизайн», ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», г. Мурманск, Россия

Якимчук Ирина Васильевна – председатель областного творческого объединения «Композиторы Заполярья», г. Мурманск, Россия; методист, МБУ ДПО «Городской информационно-методический центр работников образования», г. Мурманск, Россия

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Abdieva Aigul Rashidovna – 2nd year student of the Master’s Degree Programme “Pedagogic Education”, directivity (profile) “Artistic education and media design”, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Agarkova Eleonora Petrovna – Associate Professor of the Department of Arts and Design, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia; a union member of the public creative regional organization «The Saint-Petersburg Union of Designers», Saint-Petersburg, Russia

Akhmetzyanova Irina Sergeevna – 2nd year student of the Master’s Degree Programme “Pedagogic Education”, directivity (profile) “Artistic education and media design”, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Ashutova Tatyana Vyacheslavovna – PhD in Pedagogy, a union member of the public creative regional organization «The Saint-Petersburg Union of Designers», Saint-Petersburg, Russia; director of the Institute of Creative Industries and Entrepreneurship, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia; Dean of the Faculty of Design, Moscow University for Industry and Finance “Synergy”, Moscow, Russia

Batova Tatyana Romanovna – Associate Professor of the Department of Arts and Design, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia; a union member of the public creative regional organization «The Saint-Petersburg Union of Designers», Saint-Petersburg, Russia

Berchenko Tatyana Vitalievna – PhD in Pedagogy, Researcher of the research and scientific office, Moscow Humanitarian Economic University, the North-Western Institute (branch), Murmansk, Russia

Borovinskaya Daria Nikolaevna – PhD in Philosophy, Associate Professor, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Khanty-Mansiisk autonomous district – Ugra, Russia

Bobkova Margarita Arkadievna – 4th year student of the Bachelor’s Programme “Design”, directivity (profile) “Environmental design”, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Demshina Anna Yurievna – Grand PhD in Culturology, Associate Professor of the Department of Art Criticism, Saint Petersburg State Institute of Culture, Saint Petersburg, Russia

Erokhina Tatyana Iosifovna – Grand PhD in Culturology, Professor, Vice Rector for Academic Affairs, Yaroslavl State Theater Institute, Yaroslavl, Russia; Head of the Department of Culturology, Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky, Yaroslavl, Russia

Golov Alexey Gennadievich – PhD in History, teacher of history and social studies, head of the school's museum, Molochny's secondary school, Kola, the Murmansk region, Russia

Ivanova Elena Andreevna – 2nd year student of the Master's Degree Programme "Pedagogic Education", directivity (profile) "Artistic education and media design", Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Khashkovsky Alexey Vasilyevich – Associate Professor of the Department of Public Relations & Advertising, Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia

Klyushkin Igor Vladimirovich – Associate Professor of the Department of Culturology and Arts, Pushkin Leningrad State University, Pushkin, the Leningrad region, Russia; a union member of the public creative regional organization «The Saint-Petersburg Union of Designers», Saint-Petersburg, Russia

Kotova Elena Yurievna – Chairman of Culture, Sport and Youth Policy Committee of the Administration of the Tikhvin district of the Leningrad region, Tikhvin, the Leningrad region, Russia; Applicant of the Department, Saint-Petersburg State Institute of Culture, Saint-Petersburg, Russia

Kozyreva Elena Ivanovna – PhD in Architecture, Associate Professor of the Department of Computer Modeling and Simulation and Computer Graphics Technology, Head of educational directivity (profile) "Design", Saint Petersburg State Forest Technical University named after S.M. Kirov, Saint-Petersburg, Russia

Leonov Ivan Vladimirovich – Grand PhD in Culturology, Associate Professor of the Department of Theory and History of Culture, Saint Petersburg State Institute of Culture, Saint Petersburg, Russia

Makhrova Ella Vasilyevna – Grand PhD in Culturology, Head of the Department of Philosophy, History and Theory of Art, Vaganova Ballet Academy, Saint Petersburg, Russia

Mikhailov Denis Vladimirovich – 3rd year student of PhD's Degree Programme of the Department of Aesthetics and Ethics, Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia

Pokrovskaiia Nadezhda Nikolaevna – PhD in Economics, Grand PhD in Sociology, Professor of the Department of Public Relations & Advertising, Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia

Shevchenko Grigory Ivanovich – PhD in Pedagogy, Associate Professor of the Department Arts and Design, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Shevchenko Natalia Anatolyevna – PhD in Pedagogy, Associate Professor of the Department of Philology, Media and Communications, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Shishkina Maria Igorievna – 2nd year student of the Master's Degree Programme “Pedagogical education”, directivity (profile) “Artistic education and media design”, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Tereshchenko Elena Yurievna – Grand PhD in Culturology, Head of the Department of Arts and Design, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Tregubova Alyona Konstantinovna – 2nd year student of the Master's Degree Programme “Pedagogic Education”, directivity (profile) “Artistic education and media design”, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Utkov Pavel Yurievich – PhD in Pedagogy, Associate Professor, the Murmansk branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Murmansk, Russia

Utkova Maria Alexandrovna – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics, Management and Business Law, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Wei Feng – Grand PhD in Management, Professor of the Faculty of Economics and Management, North-West A&F University, Yanling, province Shaanxi, China

Yakimchuk Irina Vasilyevna – Chairman of the regional creative association «Composers of the Arctic», Murmansk, Russia; guidance counselor of “City information-methodological centre for educators”, Murmansk, Russia;

Zhelnina Zoia Yurievna – PhD in Philosophy, Head of the Department of Tourism and Consumer services, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Коллектив авторов

**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА:
ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Материалы III Международного форума

27 ноября – 29 декабря 2019 г.

Отв. ред. Е.Ю. Терещенко

Подписано в печать 12.05.2021. Формат 60×90/16.

Усл. печ. л. 12,63. Тираж 100 экз.

Отпечатано в редакционно-издательском отделе (РИО) МАГУ.

Мурманский арктический государственный университет.
183038, г. Мурманск, ул. Капитана Егорова, 15.