

ПЕРМСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

## МИР НАУКИ И ИСКУССТВА

Сборник статей по материалам  
Региональной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов,  
учащихся и молодых ученых



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# МИР НАУКИ И ИСКУССТВА

Сборник статей по материалам  
Региональной научно-практической конференции  
студентов, аспирантов, учащихся и молодых ученых



Пермь 2022

THE MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION  
OF THE RUSSIAN FEDERATION  
PERM STATE UNIVERSITY

# THE WORLD OF SCIENCE AND ART

Proceedings of the Regional scientific and practical conference  
of students, post-graduates and young scientists



Perm 2022

УДК 7.01(082)  
ББК 85я43  
М63

**Мир** науки и искусства [Электронный ресурс] : сборник статей по материалам Региональной научно-практической конференции студентов, аспирантов, учащихся и молодых ученых / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2022. – 3,48 Мб ; 261 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/Mir-Nauki-I-Iskusstva2022.pdf>. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-3816-1

Сборник статей содержит материалы, представленные на Региональной научно-практической конференции студентов, аспирантов, учащихся и молодых ученых в 2022 году.

Конференция проводится ежегодно, начиная с 2014 года, на философско-социологическом факультете Пермского государственного национального исследовательского университета. На конференции традиционно обсуждаются такие направления, как искусство в современном гуманитарном знании и образовании, история мировой и отечественной культуры, современные креативные индустрии, современная художественная культура (музыка, изобразительное искусство, архитектура, театр, кино), молодежная политика и др.

Сборник материалов предназначен для учащихся средних общеобразовательных и высших учебных заведений, преподавателей дисциплин гуманитарного цикла.

УДК 7.01(082)  
ББК 85я43

*Издается по решению кафедры культурологии и социально-гуманитарных технологий  
Пермского государственного национального исследовательского университета*

**Редакционная коллегия:**

*О. В. Игнатьева, Ю. В. Ветошкина, Е. А. Горбушина*

*Рецензенты:* и. о. заведующего кафедрой культурологии, музыковедения и музыкального образования Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета, д-р искусствоведения **М. Е. Пылаев**

доцент кафедры библиотечных и документально-информационных технологий Пермского государственного института культуры, канд. истор. наук **М. В. Софьина**

ISBN 978-5-7944-3816-1

© ПГНИУ, 2022

## Вступительное слово

Ежегодно, начиная с 2013 года, по инициативе кафедры истории философии, в последствии переименованной в кафедру культурологии и социально-гуманитарных технологий (далее кафедра культурологии и СГТ) в Пермском государственном национальном исследовательском университете проходит региональная научно-практическая конференция студентов и учащихся «Мир науки и искусства». По итогам предыдущих конференций были изданы четыре сборника. С материалами всех сборников можно ознакомиться на сайте научной электронной библиотеки [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

Кафедра культурологии и СГТ является выпускающей по образовательным направлениям бакалавриата «Организация работы с молодёжью», «Искусства и гуманитарные науки» (программа широкого профиля), «Культурология» (программа широкого профиля), «Дизайн» (профиль «Графический дизайн»). Магистерские программы: «Организация работы с молодёжью» (профиль «Социально-гуманитарные технологии лидерства в молодежной среде»), «Искусства и гуманитарные науки» (направленность «Кураторские исследования»), «Культурология» (профиль «Культурная антропология»).

В научно-практической конференции принимают участие школьники, магистры, бакалавры и аспиранты образовательных учреждений города Перми и Пермского края. Тематика конференции связана с разнообразными подходами к пониманию и изучению культуры. На конференции традиционно обсуждаются различные аспекты знания о культуре, а именно такие направления как: искусство в современном гуманитарном знании и образовании; история мировой и отечественной культуры (актуальные прочтения отдельных этапов и феноменов мирового искусства); современные креативные индустрии; современная художественная культура (музыка, изобразительное искусство, архитектура, театр, кино): феномены и этапы развития, тенденции развития; культурные традиции родного края; молодёжь и культура (молодежные арт-практики; молодые лидеры, креаторы в сфере культуры и творческих индустрий; молодежная культурная политика) и др.

По результатам проведенной конференции в 2022 году (26 февраля) подготовлен данный сборник материалов. В него вошли статьи молодых ученых, учащихся средних и высших учебных заведений, прошедшие экспертизу редколлегии.

Благодарим всех, кто принял участие в конференции «Мир науки и искусства», и приглашаем к участию в нашем ежегодном мероприятии новых участников!

**С уважением,  
оргкомитет конференции**

## **РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО РАБОТЕ С МОЛОДЁЖЬЮ В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И УСТАНОВОК МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ**

*Г. Р. Ахматшина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Статья посвящена рассмотрению деятельности специалистов по работе с молодёжью в процессе формирования и видоизменения ценностных ориентаций и установок молодых людей. В ходе исследования были выявлены проблемные вопросы в рамках реализации молодёжной политики и функционирования специалистов по работе с молодёжью. В итоге были сформулированы рекомендации для разработки комплексных планов деятельности с учётом запросов молодёжи.

**Ключевые слова:** ценность, ценностные ориентации, молодёжь, специалист по работе с молодёжью, молодёжная политика

Актуальность выбранной нами темы в повестке молодёжной политики, а также социально-гуманитарных наук обуславливается тем, что современные изменения в политической, экономической, социокультурной и других сферах влияют на ценностные ориентации и установки молодых людей. Молодёжь является наиболее восприимчивой группой в социуме, поэтому видоизменение их ценностей повлияет на основные поведенческие установки и отразится на динамике развития общества. Одними из важнейших субъектов, осуществляющих молодёжную политику, являются специалисты по работе с молодёжью органов местного самоуправления, подведомственных учреждений, участвующих в реализации направлений государственной молодёжной политики и иных неправительственных организаций. Анализ и исследование актуальных ценностей и установок соответствующими специалистами позволит более грамотно выявлять существующие потребности молодых людей и удовлетворять их запросы.

Термин «ценность» – в первую очередь, подразумевает ценностное отношение отдельного человека к окружающему миру. На формирование ценностей влияют следующие показатели: историческая структура общества, форма общения людей, а также индивидуальный жизненный опыт человека. В совокупности набор ценностей представляет систему ценностных ориентаций, которая имеет индивидуальный иерархический характер. Таким образом, в процессе социализации весь полученный жизненный опыт молодых людей, знания и внешние факторы влияют на характер ценностей и их динамику [1].

Среди основных институтов и ключевых источников, влияющих на формирование ценностей молодёжи, по мнению экспертов являются:

- Школа;
- Семья;
- Друзья;
- Интернет [2].

Последние три института действительно на протяжении всей жизни имеют влияние на личность видоизменяя свою активность. Однако, возрастные границы молодёжи в Федеральном законе «О молодёжной политике в Российской Федерации» определены с 14 до 35 лет [3], в связи с этим можно сказать, что после 16–18 лет (в зависимости от классов обучения) школа перестаёт быть социальным институтом, влияющим на формирование жизненных ценностей. В этот момент появляются иные учебные заведения (вузы, сузы) или же в некоторых случаях трудовой коллектив.

Мы же в своей статье хотим проанализировать роль специалиста по работе с молодёжью в процессе формирования или изменения иерархии ценностных установок молодых людей. Для начала стоит разобраться в особенностях данной профессии и определить функционал. Специалист по работе с молодёжью – это человек, осуществляющий деятельность в сфере молодёжной политики по реализации услуг для разных категорий молодёжи. Согласно профессиональному стандарту в трудовые функции специалиста входят:

- исследования молодёжной среды с целью выявления проблем и дальнейшей выработки организационных решений;
- систематизация и анализ информации для последующего составления методических рекомендаций по организации деятельности и др. [4]

Все они подразумевают, что ценностные ориентации важны и являются объектом воздействия специалистов. При этом, изучение профессионального стандарта и наблюдение работы специалистов на практике помогло выявить, что и по отношению к молодёжи применяется объектный подход. В противовес



этому, можно обратиться к гуманистической концепции И.М. Ильинского, именно в ней говорится о субъектном подходе к пониманию молодёжи и о том, что молодые люди являются социальной ценностью [5]. На современном же этапе развития молодёжной политики зачастую складывается другая ситуация: специалисты по работе с молодёжью воспринимают молодых людей в своей деятельности как объект, при этом пренебрегают возможностью проводить исследования в молодёжной среде или использовать уже полученные аналитические данные при формировании планов работы с молодыми людьми.

При этом стоит понимать, что возрастные границы, которые приписывают молодым людям достаточно широкие, и они имеют ряд особенностей, в том числе и с точки зрения ценностей. В учебном пособии «Организация работы с молодёжью: введение в специальность» под общей редакцией А.В. Пономарева приводятся следующие возрастные периодизации с явными психологическими особенностями и различными этапами формирования личности, в том числе и ценностными ориентациями. В 11–15 лет происходит возникновение и развитие национального самосознания и ценностей. Отдельно рассматривая возраст 12–14 лет, можно сказать, что в этот период уже начинают проявляться ценностные ориентации. Возрастная группа 16–17 лет имеет особое значение, так как именно в данном возрасте наиболее выраженные кризисные состояния. Следующие возрастные рамки 17–23 года характерны проявлением уже сформированных ценностей и установок. Молодой человек способен включать критическое мышление и сопоставлять собственные мысли с мнением окружающих. И последний период 23–35 лет, когда молодёжь более осознанно, имея жизненный опыт, подходит к своим ценностям и зачастую их переоценивает [6, с. 26–28]. Все эти характеристики необходимо учитывать при формировании организационной деятельности специалистами по работе с молодёжью и постоянно отслеживать новые изменения.

В работе по определению и выявлению ценностей можно применять следующие методы: статистический мониторинг – это фиксация результатов исследования молодёжной аудитории за определённый временной промежуток. Таким образом можно отследить определённую динамику ценностных ориентаций и сопоставить с процессами, происходящими в данный период времени. Метод социологического наблюдения, по мнению исследовательской компании ИНСОМАР, позволяет отследить и зафиксировать параметры объекта (в нашем случае «молодёжь»), а также изучить необходимую для достижения поставленной цели информацию [7]. Специалист по работе с молодёжью должен обладать необходимыми навыками для внедрения в свою деятельность полученных

результатов независимо от методики исследования. Это позволит прогнозировать дальнейший план мероприятий в соответствии с выявленными запросами и потребностями молодых людей.

Иерархия ценностей и установок общественного сознания является критерием оценки нравственного развития социума [8]. Именно поэтому, помимо того, что необходимо удовлетворять молодёжные запросы согласно их ценностям, стоит обращать внимание и на выявленные проблемы. Тем самым, специалисту по работе с молодёжью в процессе формирования деятельности полагается обосновывать предлагаемые решения для снижения рисков возникновения проблем. Обратимся к распоряжению Правительства «Об утверждении Основ государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года», где прописаны приоритетные задачи государственной молодёжной политики. Среди всего нас интересуют следующие формулировки:

- формирование устойчивой системы нравственных и гражданских ценностей;
- формирование ценностей здорового образа жизни, а также развитие физической культуры среди молодёжи;
- формирование семейных ценностей и укрепление положительного отношения к семье и браку [9].

Другими словами, специалист по работе с молодёжью при реализации государственной молодёжной политики должен создавать такие условия, которые способствуют формированию ценностей или их укреплению. Произошедшие в положительную сторону изменения станут результатом успешной молодёжной политики в стране.

По мнению исследователя С.О. Елишева на современном этапе развития молодёжной политики единственным субъектом социализации молодёжи, выполняющим функции по формированию традиционных ценностей и их трансформации в соответствии с вызовами времени, является религия [10].

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что роль специалиста по работе с молодёжью является неотъемлемой частью в процессе формирования, становления, а также видоизменения ценностей и установок молодых людей. Однако, к сожалению, не всегда в современное время происходит содействие выработке позитивных ценностных ориентиров и установок. Необходимо проводить исследования, объектом которых будут являться молодые люди, а затем согласно полученным данным формировать свою деятельность. При этом не забывая, что молодёжь является таким же субъектом реализации государственной молодёжной политики. Научно-аналитические исследо-

вания, которые были проведены для выявления проблемных вопросов, могут помочь с разработкой комплексных планов, направленных на снижение остроты проблем. Тем самым специалисты по работе с молодёжью могут повлиять на изменение иерархии системы ценностей.

### Библиографический список

1. Яминова С.А. Поликультурные ценности студенчества: Монография. Уфа: Изд-во БГПУ, 2013. 156 с.
2. Ценностные ориентации российской молодёжи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования : монография / Государственный университет управления ; [под общ. ред. С.В. Чуева]. М. : Издательский дом ГУУ, 2017. 131 с.
3. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Консультант Плюс
4. Приказ Минтруда России от 12.02.2020 № 59н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с молодёжью» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.06.2020 № 58542). [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_354196/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_354196/) (дата обращения: 26.02.2022).
5. Луков В.А. Ильинский: гуманистическая концепция молодёжи // Знание. Понимание. Умение. 2006. №2. С. 48–59. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ilinskiy-gumanisticheskaya-kontseptsiya-molodezhi> (дата обращения: 26.02.2022).
6. Организация работы с молодёжью: введение в специальность : учебное пособие / Е.В. Осипчукова, А.В. Пономарев ; [под общ. ред. А. В. Пономарева] ; М-во науки и высшего образования РФ. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.
7. Официальный сайт «ИНСОМАР – ведущая российская исследовательская компания». URL: <https://www.insomar.ru/index.html> (дата обращения 26.02.2022).
8. Ростовская Т.К., Калиев Т.Б. Ценностные ориентиры современной молодёжи: особенности и тенденции: монография. Москва : РУСАЙНС, 2019. 228 с.
9. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. Консультант Плюс.
10. Елишев С. О. Молодёжная политика в процессе формирования ценностных ориентаций современной российской молодёжи // Пространство и

Время. 2012. № 2. С. 123–130. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodyozhnaya-politika-v-protsesse-formirovaniya-tsennostnyh-orientatsiy-sovremennoy-rossiyskoj-molodyozhi-1> (дата обращения: 26.02.2022).

## **THE ROLE OF A SPECIALIST IN WORKING WITH YOUTH IN THE PROCESS OF FORMING VALUE ORIENTATIONS AND ATTITUDES OF YOUTH**

*G. R. Akhmatshina*  
*Perm State University*

The article is devoted to the consideration of the activities of specialists in working with youth in the process of formation and modification of value orientations and attitudes of young people. In the course of the study, problematic issues were identified in the framework of the implementation of youth policy and the functioning of specialists working with youth. As a result, recommendations were formulated for the development of comprehensive action plans, taking into account the needs of young people.

**Keywords:** value, value orientations, young people, youth worker, youth policy.

**РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ  
В ФОРМИРОВАНИИ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ  
(НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

*Е. С. Белозерова*

*О. П. Ильиных*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматривается влияние студенческого самоуправления на формирование «мягких» (надпрофессиональных) навыков. Рассмотрены наиболее востребованные надпрофессиональные навыки на рынке труда, направления деятельности студенческих самоорганизаций, выявлены компетенции, которые могут развиваться в рамках студенческого самоуправления

**Ключевые слова:** студенческое самоуправление, надпрофессиональные навыки, «мягкие» навыки, студенческая молодежь.

В связи с переходом общества к новому этапу развития, изменения происходят во всех сферах жизнедеятельности, происходит постоянное и быстрое развитие всех отраслей. Меняются требования к рабочим качествам людей, их профессиональным и общекультурным компетенциям. Современный специалист должен обладать не только базовыми навыками по своему профилю работы (hard-skills), но и владеть новыми компетенциями, которые позволили бы ему более успешно функционировать во всей рабочей среде (soft-skills) [1].

В современную молодежную культуру входят новые понятия, такие как soft-skills. Мягкие навыки или soft-skills – это черты личности и поведения, которые помогают специалистам различной направленности получить работу и добиться успеха в своей профессиональной деятельности [2]. В отличие от профессиональных навыков или «hard-skills», надпрофессиональные – это навыки межличностного общения и поведения, которые включают в себя коммуникационные навыки, командную работу, компьютерную и техническую грамотность, адаптивность, умение разрешать конфликты, навыки управления проектами, time-management и другие. Работодатели заинтересованы в специалистах,

которые уже обладают «мягкими» навыками, ведь обучиться им достаточно не просто. Прежде всего, они важны для долгосрочного успеха сотрудника [3], [4].

В ходе проведенного нами исследования, была изучена работа органов студенческого самоуправления именно в контексте формирования новых надпрофессиональных навыков студентов разных направлений подготовки.

Студенческое самоуправление – это форма активности, целью которой является решение вопросов, связанных с правами и обязанностями студентов, а также организация различных мероприятий, сотрудничество с университетом и другими организациями вне вуза [5]. Именно студенческое самоуправление помогает молодым людям раскрыть свой внутренний потенциал, получить новые, непрофессиональные компетенции и начать использовать творческие и организационные способности в своих интересах или интересах университета.

Нами были проведены интервью с несколькими лидерами студенческих профсоюзов и активной студенческой молодежи, чтобы узнать, какими навыками и компетенциями должен обладать современный специалист, какие навыки наиболее востребованы работодателем, должно ли существовать студенческое самоуправление в вузах и какие направления оно должно реализовывать, какие компетенции могут развиваться в рамках студенческого самоуправления и должен ли университет внедрять в образовательный процесс дисциплины для получения «мягких» навыков.

Для начала отметим общие характеристики современного специалиста, которые выделили респонденты. Ключевыми навыками современного специалиста они назвали коммуникацию (прежде всего современные форматы – копирайтинг, smm, сторисмейкерство), таймменеджмент, критическое мышление, навыки адаптивности, работу в команде. Можно сказать, что был обозначен новый образ современного специалиста.

В рамках интервью было отмечено, что студенческое самоуправление способствует формированию надпрофессиональных навыков. В зависимости от сферы, в которой реализуется студент, выделяется количество и качество «скилов». В первую очередь, респонденты выделили тайм-менеджмент. Участие во внеучебной деятельности, организация различных мероприятий, успешная сдача сессий, личная жизнь требует эффективного и качественного планирования своего времени. Далее респонденты выделяют навык коммуникации. Внеучебная деятельность в полной мере способствует развитию этого навыка – это работа в профсоюзных организациях, творческих коллективах, общественных движениях. Принимая участие в различных направлениях деятельности, студент овладевает навыком самопрезентации – это участие в конкурсах, выступления на конференциях, организация собраний. Владение навыком переговоров и умение договариваться в наибольшей степени развиваются именно в процессе

деятельности органов студенческого самоуправления, когда студенты самостоятельно привлекают партнеров, разрабатывают темы и сценарии, готовят различные документы, бронируют определенные аудитории и залы.

В рамках студенческого самоуправления студенты осваивают навык адаптации. Приходя в университет, студенты знакомятся с новыми людьми, собирают команду единомышленников и вместе создают что-то новое для других. В довольно сжатые сроки студенты с нуля создают свои проекты, корректируют содержание, делают эффективную и качественную работу. Умение быстро приспособливаться к новым условиям является неотъемлемым качеством каждого студенческого лидера.

Это наиболее общие тезисы, которые объединяют ответы респондентов. Для более глубокого анализа мы обобщили ответы в сводную таблицу.

Вопрос исследования	Ответы респондентов на вопросы	Респонденты
Какие компетенции должен обладать специалист, чтобы быть конкурентоспособным на рынке труда?	Коммуникация	1, 2, 3,4,5
	Адаптивность и гибкость	1,2, 3, 4
	Непрерывное образование	1,2
	Критическое мышление	3,4,5
	Работа в команде	1,4,5
Какие надпрофессиональные навыки востребованы работодателем?	Коммуникация	1, 2, 3,4,5
	Критическое мышление	1,2,3,4
	Адаптивность и гибкость	1,2,3,4
	Непрерывность образования	1,4
	Стрессоустойчивость	4, 5
	Работа в команде	1,3,4,5
Должно ли существовать студенческое самоуправление в вузах и какие вопросы должно решать?	Принятие решений	5
	Да, должно	1,2,3,4,5
	Анализ выявления потребностей студентов	1,4
	Выстраивание коммуникации между администрацией вуза и студентами	1,2,3,4,5
	Координация работы студенческих коллективов	2,3
	Создание студенческих проектов	3
	Правовая защита студентов	3,5
	Развлекательная деятельность	1,2,3,4
Какие навыки могут развиваться в рамках студенческого самоуправления?	Решение жилищно-бытовых вопросов студентов (а также вопросы, связанные со стипендией)	3,5
	Планирование	1,3
	Коммуникация	1,2,3,4,5
	Работа в команде	1,2,5
	Критическое мышление	4,5
Должен ли университет внедрять дисциплины для получения «мягких» навыков?	Стрессоустойчивость	3,5
	Да, должен	1,3,4
	Спрос на них существует	1,3,4
	Они уже сейчас существуют в университетах	2,5

Примечание:

респондент №1 – председатель профсоюза обучающихся ПГМУ Андрей Черемных;

респондент №2 – председатель профсоюза обучающихся ПГНИУ Умнова Александра; респондент №3 – представитель философско-социологического факультета в совете обучающихся ПГНИУ, заместитель председателя профориентационного комитет глав комитетов философско-социологического факультета Дарья Бушмакина;

респондент №4 – студент ПГМУ, участник общественного движения «Волонтеры-медики» Ушакова Александра;

респондент №5 – председатель профсоюзного бюро философско-социологического факультета Анастасия Отинова.

Таким образом, исходя из анализа проведенных интервью, мы должны отметить важную культурную составляющую студенческой жизни – формирование навыков soft-skills. Исследование показало, что востребованные компетенции современного специалиста во многом позволяет сформировать студенческое самоуправление, расширяющее не только профессиональные знания и навыки, но и общекультурные и мягкие навыки.

### **Библиографический список**

1. Цымбалюк, А. Психологическое содержание soft-skills / А. Цымбалюк // Ярославский педагогический вестник. 2019. №2. С 59–68.

2. Малова, М. Роль мягких навыков в современной профессиональной деятельности / М. Малкова // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: психологические науки. 2019. №4. С 150–165.

3. Нежевляк, Н. Использование информационных технологий в командной работе / Н. Нежевляк // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. №5. С 39–42.

4. Teamwork [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thebalancecareers.com/what-are-soft-skill> (дата обращения 15.02.2022).

5. Письмо от 14 февраля 2014 г. NBK-262/09 О методических рекомендациях о создании деятельности советов обучающихся в образовательных организациях // URL: [http://k-obr.spb.ru/media/uploads/userfiles/old\\_files](http://k-obr.spb.ru/media/uploads/userfiles/old_files) (дата обращения 23.02.2022).



**THE ROLE OF STUDENT GOVERNANCE IN THE FORMATION  
OF CROSS-PROFESSIONAL SKILLS (SOME RESULTS  
OF AN EMPIRICAL RESEARCH)**

*E. S. Belozerova*

*O. P. Ilinykh*

*Perm State University*

**Abstract:** the article discusses the influence of student self-government on the formation of «soft» (over-professional) skills. The most demanded supra-professional skills in the labor market, areas of activity of student self-organizations are considered, competencies that can be developed within the framework of student self-government are identified.

**Keywords:** student self-government, over-professional skills, «soft» skills, student youth.

## СТРИТ-АРТ КАК ГОРОДСКОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ (НА ПРИМЕРЕ АРТ-ОБЪЕКТА «СЧАСТЬЕ НЕ ЗА ГОРАМИ»)

*А. И. Бородина*

*Национальный исследовательский университет*

*«Высшая школа экономики»*

Статья посвящена исследованию стрит-арта в рамках heritage studies. В статье поднимаются вопросы необходимости и способов сохранения стрит-арта как части городского культурного наследия. Стрит-арт предлагается рассматривать как пример «альтернативного наследия», не вписывающегося в формализованные институциональные рамки сохранения культурного наследия. На примере арт-объекта «Счастье не за горами» рассматривается кейс, в котором стрит-арт объект приобретает культовое значение, коммерциализируется и начинает специальным образом охраняться под действием ряда факторов, описанных в статье.

**Ключевые слова:** культурное наследие, альтернативное наследие, стрит-арт, heritage studies, «Счастье не за горами».

Стрит-арт стал неотъемлемой частью пространства современного города – он присутствует в виде граффити, арт-объектов, городских инсталляций и др. Одни арт-объекты хорошо заметны в городском пространстве, другие же нужно специально искать. Какие-то арт-объекты вызывают чувства, а другие остаются незамеченными и не вызывают никаких эмоций. Данная статья ставит своей целью ответить на важные в контексте сохранения стрит-арта как городского культурного наследия вопросы: должен ли стрит-арт охраняться как городское культурное наследие, и если да, то каким образом?

Город Пермь известен богатой стрит-арт культурой и интересен работами как известных по всей России художников, так и исключительно локальных артистов. Для анализа был выбран объект, который широко известен не только в Перми, но и за ее пределами – арт-объект «Счастье не за горами». Этот объект ассоциируется с Пермью как городом, который претендовал на звание столицы

современного искусства. Также «Счастье не за горами» показано в сериале «Реальные пацаны», его изображения распространены на сувенирных магнитах. На набережной рядом с этим объектом постоянно фотографируются люди. «Счастье не за горами» является ярким примером того, как стрит-арт объект приобрел популярность и стал иметь культовое значение для города, в результате чего был взят под охрану.

В теоретической части статьи следует осветить концепцию «наследия», в рамках которой проводится исследование. Особенностью дискурса культурного наследия является то, что под ним, как правило, подразумевают «старые», «монументальные» материальные объекты, обладающие большой эстетической ценностью. Однако, существует другая точка зрения. Согласно концепции Лорраджин Смит об авторизованном дискурсе наследия, наследие – это смыслы и культурные ценности, которые конструируются вокруг объектов [1]. Таким образом, при рассмотрении стрит-арта как культурного наследия, мы обращаемся к вопросу его значимости не только в категориях эстетики, но и субкультуры, которая за ним скрывается.

Проблематизируя стрит-арт как форму культурного наследия, следует отметить, что стрит-арт бывает различным по ряду критериев. Во-первых, существуют разные виды стрит-арта и не всегда это граффити – арт-объекты, аппликации, работы из нестандартных материалов и др. Во-вторых, создание стрит-арт объектов может быть, как санкционированным местными властями, так и нет. Во втором случае поиск тонкой грани между искусством и вандализмом определяет возможность сохранения конкретного стрит-арт объекта как городского культурного наследия.

Нужно ли сохранять стрит-арт объекты? Это спорный вопрос. С одной стороны, уличные работы художников вносят свой вклад в создание уникальных городских пространств, они становятся яркими «пятнами» в ландшафте города. Уличное искусство доступно для жителей и позволяет им ежедневно наблюдать проявления художественной культуры на улицах, не посещая музей современного искусства. Значимость определенных арт-объектов определенно заставляет задуматься о том, как их сохранить.

С другой стороны, стрит-арт, в особенности, граффити – это субкультурное движение. На практику самовыражения артистов влияют нематериальные традиции субкультуры, к которой они принадлежат, а формальные процедуры сохранения наследия, то есть его официальное признание, консервация и сохранение, идут вразрез с этими традициями. Незаконность граффити представляет его как форму эстетики, которая обладает некоммерческой направленно-

стью и выступает в противовес простой рекламе. Представители субкультуры используют стрит-арт как средство самовыражения и, в первую очередь, ищут признания среди «своих». Также стрит-арт – это анонимный способ быть услышанным. В рамках субкультуры недолговечность стрит-арт объектов есть часть их природы, самой сущности и предназначения. Согласно данному подходу, слова, написанные, на стенах когда-нибудь неизбежно осыплются вместе со штукатуркой, выгорят или будут закрашены местной администрацией и не оставят никакого следа.

Однако, отходя от субкультурных представлений о стрит-арте, позиция исследователя, или историка-искусствоведа, определяет подход, согласно которому, нечто, обладающее культурной ценностью, должно быть сохранено. Данный диссонанс, или расхождения в подходах к сохранению стрит-арта, порождают закономерные вопросы: как сохранить стрит-арт объект, не нарушив его подлинности и не изменив его сущность? Как не нарушить традиции стрит-арта и отнестись к ним с уважением, но не принять то, что стрит-арт объекты могут быть так легко утрачены?

Исследователи heritage studies предлагают воспринимать несанкционированные арт-объекты, в частности граффити, как пример «альтернативного наследия» [2]. Подлинность такого наследия может быть истинной, настоящей, только вне официальных рамок сохранения культурного наследия при принятии того, что стрит-арт объекты легко утрачиваются и теряются в исторической среде. Помещение граффити под стеклянную рамку в целях его сохранения противоречит его сущности, поэтому специально защищать и сохранять такие объекты не нужно. Альтернативный способ сохранения арт-объектов без изменения их сущности – это создание фотокаталогов арт-объектов. Таким образом, арт-объекты продолжают свое естественное существование и утрачиваются со временем, однако память о них остается, и обратиться к ним можно, просто найдя нужную фотографию в каталоге.

Проблемой в принятии стрит-арта обществом является то, что это общество пытается судить о его художественной ценности – какое граффити есть акт вандализма, а какое является объектом искусства и имеет высокую культурную ценность. Однако, в настоящее время стрит-арт коммерциализируется и уличных художников приглашают украшать городские пространства, делать их более яркими и привлекательными для туристов. Это приводит к тому, что стрит-арт объекты, которые выступают точками притяжения туристов и позитивно оцениваются жителями и местной администрацией, поддерживаются и охраняются. Те же граффити, которые не обладают популярностью и не представляют

художественной ценности, незаметно разрушаются естественным образом или их уничтожают специально [3].

В настоящее время существуют культовые стрит-арт объекты, создание которых согласовано (до их создания, или уже постфактум), и, обладая популярностью, они охраняются, как минимум, на уровне местной администрации города. Стрит-арт также становится частью элитарной культуры (например, работы Бэнкси [4]) и коммерциализируется – ярким примером является пермский арт-объект «Счастье не за горами».

Недавние новости точно определили то, что объект «Счастье не за горами» стал объектом городского культурного наследия [5]. Арт-объект был создан Борисом Матросовым на фестивале «АртПоле» в 2005 году и перенесен и установлен на набережную Перми в начале «культурной революции» в 2009 году во время фестиваля уличной культуры и современного искусства «Живая Пермь» [6]. «Счастье не за горами» обрело популярность и стало символом города по ряду причин: попало в сериал «Реальные пацаны», который у большей части российских телезрителей стал ассоциироваться с Пермью, появилось в фильме «Географ глобус пропил» с Константином Хабенским, получившем Главный приз «Кинотавра» и премии «Ника» и «Золотой орёл». Также объект попал в клип Канье Уэста и стал еще популярнее после затопления набережной водой, когда её перестало быть видно и остались только буквы над водой. Изображение букв посреди воды распространилось по социальным сетям.

Арт-объект стал культовым – к нему съезжаются туристы, с ним делают сувенирную продукцию, его цитируют другие уличные художники [7], его охраняют. Как его охраняют? Во-первых, за ним установлено видеонаблюдение. Объект находится на балансе городского центра охраны памятников Перми. Во-вторых, за порчу стрит-арт объекта предусмотрена ответственность. Известен случай, когда уличный художник Sad Face изменил слово «счастье» в надписи на слово «смерть» и получил штраф в 45 тысяч рублей за акт вандализма. В-третьих, объект обновляется и реконструируется усилиями инициативных граждан с финансовой поддержкой крупных компаний [8].

В контексте значимости объекта «Счастье не за горами» про его цитирование хочется сказать отдельно. Еще в 2016 году на горнолыжном курорте Губаха появилась надпись «Счастье в горах», выполненная в стиле оригинальной надписи. Осенью 2021 года в Перми появился новый арт-объект – «Временное счастье». В новостных лентах говорится о том, что на время ремонта причала у Речного вокзала объект «Счастье не за горами» демонтировали, при этом обеспечив ему надлежащие условия хранения на время ремонта. В связи с этим, Ар-

сений Швабский создал новый арт-объект из картона, объяснив это так: «‘Счастье не за горами’ демонтировали на время ремонта. Но оставить свой город несчастным я не могу. Поэтому представляю вам своё счастье! Временное».

Таким образом, стрит-арт объект «Счастье не за горами» стал настолько популярным и значимым для городского культурного пространства, что стал охраняться местной администрацией с помощью видеонаблюдения, а за его разрушение или изменение стали привлекать к ответственности. Также объект подвергается реконструкции как со стороны местных жителей, так и со стороны администрации. Этот объект цитируется другими художниками, а его исчезновение из городской среды ярко заметно, что выступает поводом к созданию нового «временного» арт-объекта. Все это говорит о том, что «Счастье не за горами» стало объектом культурного наследия и попало в формальные структуры его сохранения (городской центр охраны памятников Перми). При этом, известного художника не смущает популярность и охрана «Счастья не за горами», Борис Матросов даже присутствовал на церемонии установления таблички с его авторством возле арт-объекта, следовательно, он не противопоставляет свое творчество рамкам формальности сохранения культурного наследия. Однако, он все же выступил против коммерциализации, подав иск о незаконном использовании его работы в коммерческих целях.

В заключение следует сказать, что в настоящее время, несмотря на традиции субкультуры, стрит-арт коммерциализируется и становится объектом формальных структур охраны культурного наследия. Стрит-арт, который привлекает к себе положительное внимание, неизбежно институционализируется. В зависимости от того, было ли его создание санкционировано или нет, местная администрация также по-разному относится к его сохранению. Исследователи же, в попытках бережно и уважительно относиться к стрит-арту, создают фотоколлекции стрит-арт объектов, чтобы не изменять их сущности формальными рамками их охраны.

### **Библиографический список**

1. Smith L. *Uses of Heritage*. London: Routledge, 2006. P. 351.
2. Merrill S. Keeping it real? Subcultural graffiti, street art, heritage and authenticity, *International Journal of Heritage Studies*, 2015. P. 369 – 389. DOI: 10.1080/13527258.2014.934902.  
URL: <https://doi.org/10.1080/13527258.2014.934902> (дата обращения: 28.01.2022).
3. В Перми закрасили граффити «Инакомыслящие». Работа создана в рамках арт-резиденции Музея PERMM. Текст: электронный // Интернет-журнал

«Звезда»: [сайт]. URL: <https://zvzda.ru/news/9d09ef5a625d> (дата обращения: 28.01.2022).

4. McIntosh I. The Elitist Irony of Banksy. Текст: электронный // The Common Sense Network: [сайт]. URL: <https://www.tcsnetwork.co.uk/the-common-sense-arts-round-up-1-the-elitist-irony-of-banksy/> (дата обращения: 28.01.2022).

5. Анисимова Н. В Перми «Счастье не за горами» поменяли на «Временное счастье». Текст: электронный // РБК: [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/society/13/10/2021/61671b7f9a7947b163545501> (дата обращения: 28.01.2022).

6. Деньги и счастье, или Художники судятся. Текст: электронный // Артгид: [сайт]. URL: <https://artguide.com/posts/1001> (дата обращения: 28.01.2022).

7. Комалутдинова А. В Пермском крае появился новый арт-объект – «Счастье в горах». Текст: электронный // Интернет-газета Текст: [сайт]. URL: <https://www.chitaitext.ru/novosti/v-permskom-krae-poyavilsya-novyy-art-obekt-schaste-v-gorakh/> (дата обращения: 28.01.2022).

8. Головкин К. «Счастье не за горами»: непростая судьба неофициального символа Перми. Текст: электронный // Strelka Mag: [сайт]. URL: <https://strelkamag.com/ru/article/schaste-ne-za-gorami-neprostay-sudba-neoficialnogo-simvola-permi> (дата обращения: 28.01.2022).

## **STREET-ART AS URBAN CULTURAL HERITAGE (ON THE EXAMPLE OF THE ART OBJECT «HAPPINESS IS AROUND THE CORNER»)**

*A. Borodina*

*National Research University Higher School of Economics*

The article is devoted to the analysis of street art within the framework of heritage studies. It raises the questions of necessity and methods of protection of street art as a part of urban cultural heritage. The article proposes to perceive street art as an example of «alternative heritage», which is not fit into the frame of formalized structure of heritage frameworks. The case of the art object «Happiness is around the corner» shows the street art which got the popularity and was commercialized, and it began to be preserved due to a number of factors.

**Keywords:** cultural heritage, alternative heritage, street art, heritage studies, «Happiness is around the corner».

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ СУБКУЛЬТУРЫ РОЛЕВИКОВ

*Д. С. Бушмакина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье впервые описывается социологический портрет участников субкультуры ролевиков и их отличительные характеристики на основании полученных результатов анкетирования. Эмпирическую базу исследования составили данные анкетирования с участниками ролевого движения в России, имеющими опыт создания ролевых игр и участия в них более 15 лет. Возрастная категория опрошенных составила от 14 до 35 лет. Исследователь ставит вопрос о наличии связи между участием в ролевом движении и последующей самореализацией молодых людей.

**Ключевые слова:** молодежь, субкультура, ролевики, социологический портрет, самореализация.

В последние годы в отечественной исследовательской и публицистической литературе наблюдается устойчивый интерес к изучению молодежных субкультур. В частности, субкультур, связанных с творческой реализацией молодежи. Это и культурологические, и социологические, и социально-философские, и психологические, и педагогические исследования. Хорошо описаны отличительные черты наиболее распространённых субкультур, их символика, поведенческие особенности их участников [1]. Также раскрыты каналы развития внутригрупповой идентичности, способы коммуникации малых групп, механизмы отражения общего социального опыта [2].

Нашей целью стала попытка выявить наличие связей между участием в субкультурном движении и дальнейшей самореализацией молодых людей. Предметом исследования стали участники ролевого движения.



Для того, чтобы изучить субкультуру ролевиков, их карьерные перспективы и самореализацию нами было проведено социологическое исследование. Методом исследования стало анкетирование. Распространение анкет производилось через тематические группы ролевиков – каналы, которые постоянно используют опрашиваемые. Степень вовлеченности, участие в обсуждениях на таких площадках максимальные, а степень недоверия к свежей информации от этого источника минимальна.

Эмпирическую базу исследования составили данные анкетирования с участниками ролевого движения в России, имеющими опыт создания ролевых игр и участия в них более 15 лет. При составлении анкеты мы учитывали результаты социологических опросов и инициативных исследований (Царахова Н.В. [3], Савченко Т. Н., Теславская О. И. [4], Орлов Д. В. [5]), а также нормативные документы в области социальной и молодежной политики [6], [7], [8]. Анкета включала как закрытые, так и открытые вопросы, необходимые для получения персонализированных ответов. Такой подход гарантировал получение более подробной, важной информации, которую ответы на закрытые вопросы нам предоставить не могут.

Были получены анкеты от 171 респондента в возрасте от 14 до 35 лет. Для обработки полученных данных были использованы количественные методы, а также метод контент-анализа.

При анализе анкет респонденты были поделены нами на 3 возрастные группы: 14–18, 19–25, 26–35. Анализ полученного материала позволяет сделать вывод о том, что первая возрастная группа включает «новичков» в ролевом движении; во вторую группу входит «основной костяк»; третья группа состоит из «ветеранов» ролевого движения. В возрастной категории 14–18 лет преобладают мужчины 60%, а женщин почти в два раза меньше 40%. Во второй возрастной категории преобладают женщины (68,75%), доля мужчин составила 31,25%. В последней возрастной категории 26–35 лет доля мужчин и женщин была равна. Полученные данные позволяют предположить, что женщины задерживаются в ролевом движении на более длительный срок, а мужчины более мобильны: легче входят в движение и выходят из него. В целом по выборке в субкультуре преобладают женщины. (Рис. 1.).

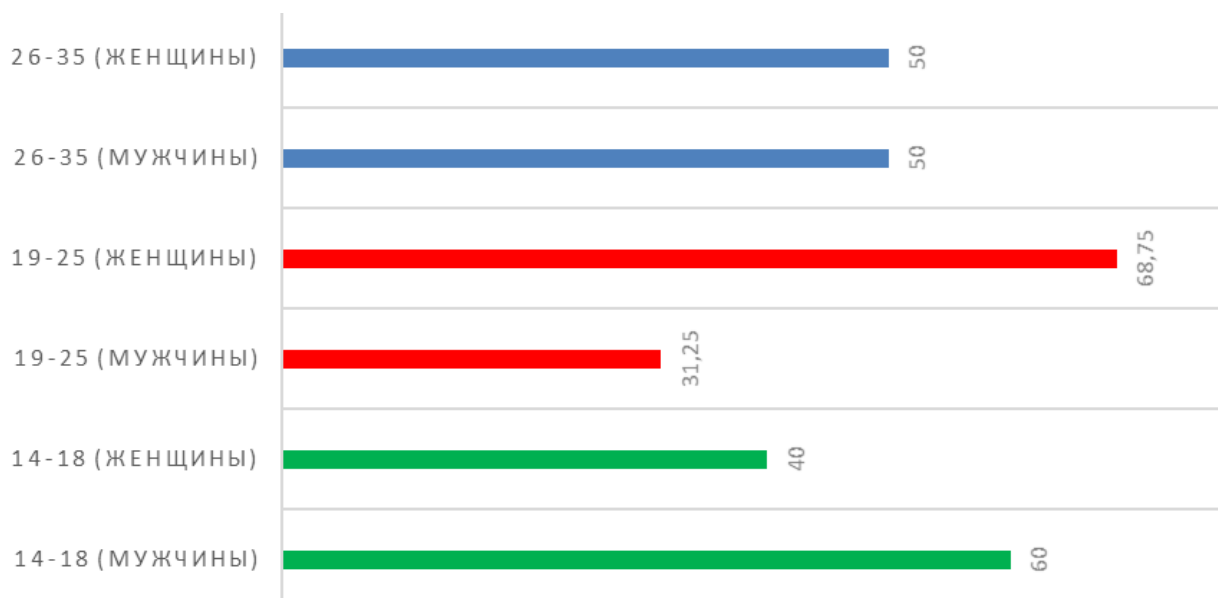


Рис. 1. Половозрастная диаграмма участников субкультуры

Доля участников субкультуры с высшим образованием составила 62,6%, 19,3% имеют неоконченное высшее образование, 8,2% среднее профессиональное образование, а оставшиеся 9,9% опрошенных работают или имеют только среднее общее образование (Рис. 2.). Таким образом в субкультуре преобладают участники с высшим или неоконченным высшим образованием.



Рис. 2. Образование участников субкультуры

Задавая вопрос: «Как Вы узнали о субкультуре ролевиков?», мы хотели узнать какие каналы используются для вовлечения в субкультуру новых участников. Анкеты показали, что от друзей, знакомых или коллег о субкультуре ролевиков узнало 36,84% от общего числа опрашиваемых. Через интернет, СМИ, социальные сети, радио, книги и журналы с субкультурой познакомились 31,58% респондентов. На третьем месте по охвату вовлечения стал вариант от-

вета «Школа, лагерь, клубы по интересам» – 19,88%. 6,43% узнали про субкультуру случайно, а на 5,26% оказала влияние семья. Таким образом, мы выявили 2 крупных канала, через которые молодёжь узнает о субкультуре: это либо друзья и знакомые, либо СМИ, интернет, социальные сети, радио, книги, журналы (Рис. 3.).

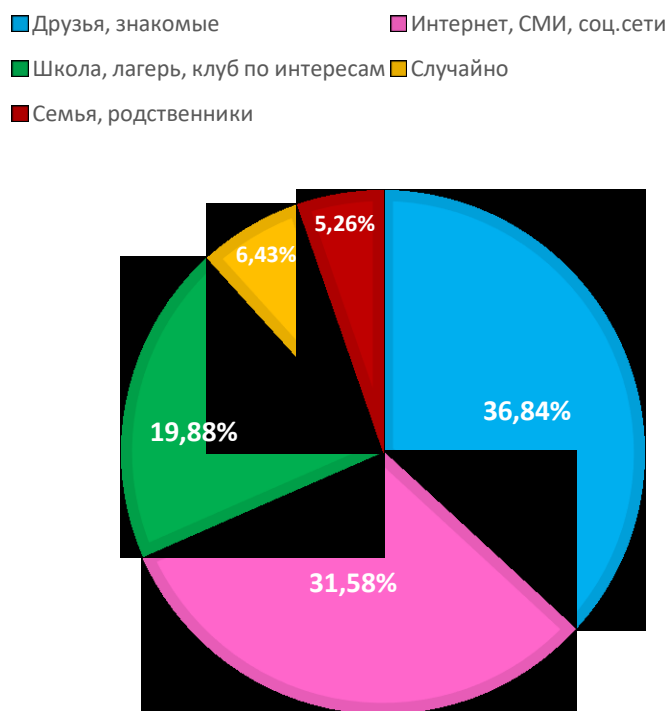


Рис. 3. Как участники узнали о субкультуре

После этого нам необходимо было понять в каких именно играх участвуют респонденты и насколько часто. Для этого мы задали следующие вопросы: «Принимаете ли Вы активное участие в ролевых играх? В каких?». Проанализировав ответы, мы выявили, что в основном ролевые игры подразделяются на: полигонные, кабинетные, текстовые и настольные. В полигонных играх живого действия принимают участие 47,06% опрошенных, в кабинетных – 16,04%, в настольных – 13,9%, в текстовых – 10,7%, оставшиеся 12,3% помимо участия в вышеперечисленных видов ролевых игр, принимают участие также в более локальных форматах: камерные, городские, страйкбольные. Таким образом, большинство участников интересуются именно полигонными играми живого действия (Рис. 4.)

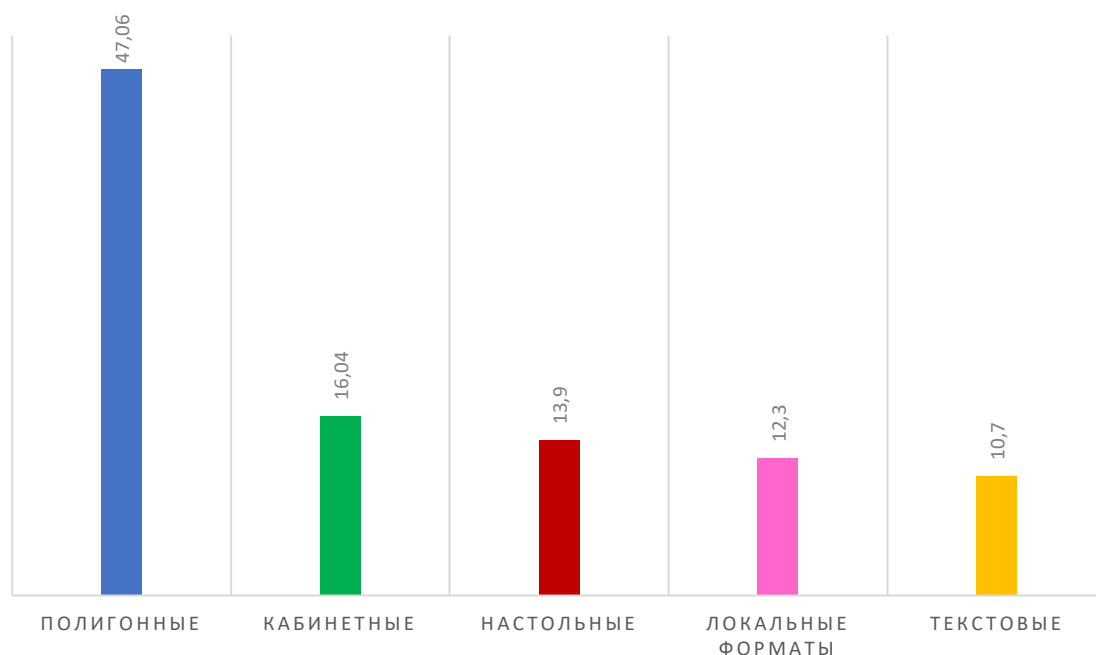


Рис. 4. Популярные ролевые игры среди участников субкультуры

В качестве участников на ролевых играх были задействованы 96,34% респондентов, из них 55,06% были хотя бы раз организаторами, а 25,29% организаторов являлись или являются «игротехами». Оставшиеся 3,66% опрошенных, не включены в ролевое взаимодействие и выполняют функцию зрителей, медицинского персонала или консультанта (Рис. 5.).

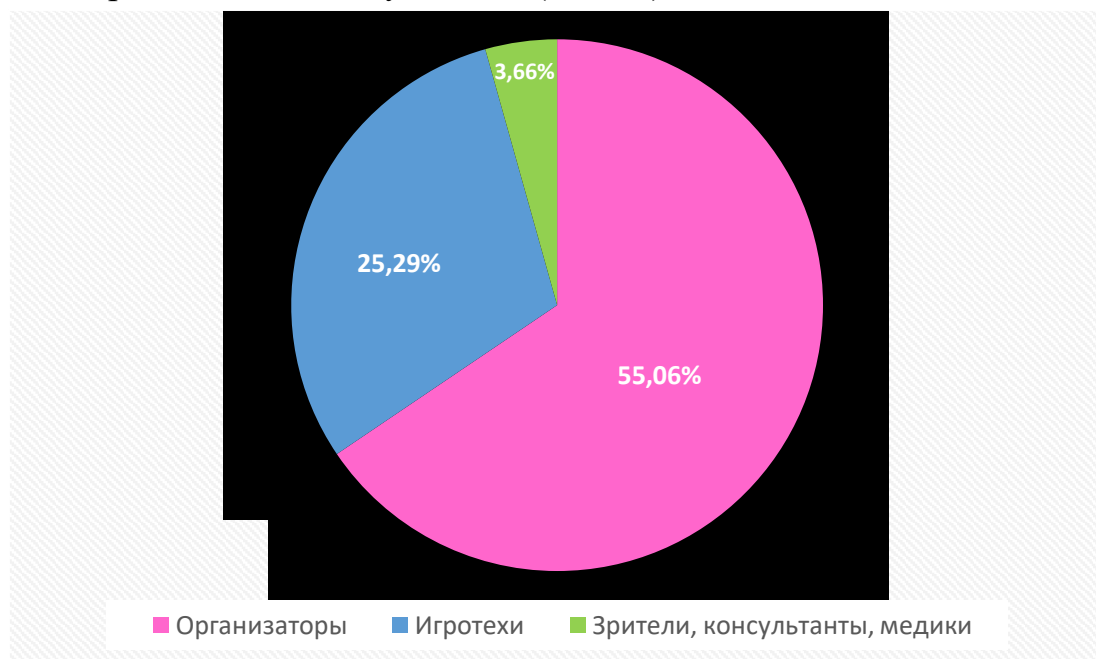


Рис. 5. Роль участников субкультуры в играх

Также мы хотели узнать, как долго члены субкультуры состоят в ней. Мы выяснили, что менее года в субкультуре задействованы 2,34%, от одного до трёх лет – 11,7%, от четырёх до девяти лет – 31,58%, от десяти до пятнадцати лет – 21,05% и больше шестнадцати лет в субкультуре состоят 33,33%. Таким

образом, треть участников субкультуры задерживаются в ней на весьма продолжительный промежуток времени.

Почему участники так долго живут внутри субкультуры? Мы предложили большой перечень вариантов ответов, из которых можно было выбрать несколько. Большинство участников ценят возможность оторваться от повседневной рутины – 77,8%, также важно общение с единомышленниками 75,4%, возможность проявить свои творческие способности – 70,8%, а также возможность "примерить" на себя новый социальный образ – 61,4%. Меньше респонденты ценят возможность обмена новой информацией и опытом – 30,4% и поиск внутреннего баланса – 21,6%. (Рис. 6.).

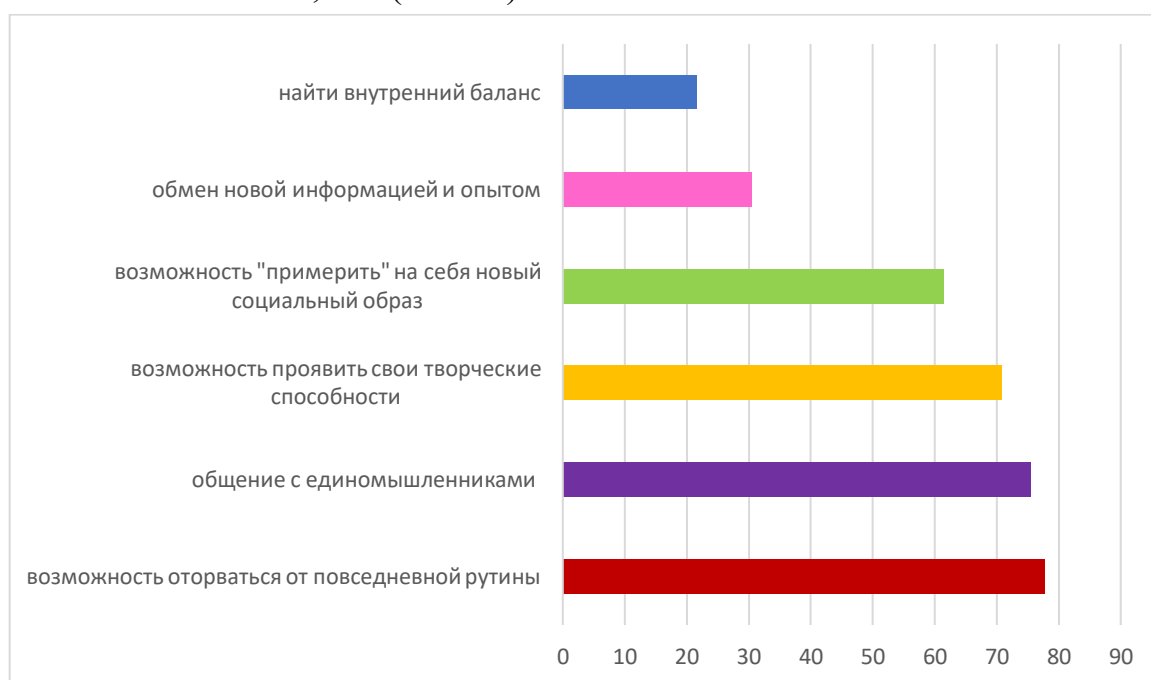


Рис. 6. Почему участники долго живут внутри субкультуры?

Какие навыки респонденты получают внутри субкультуры? Навыки, указанные испытуемыми, мы разделили на четыре крупные категории. К первой категории мы отнесли «Навыки 4К» (креатив, критическое мышление, команда, коммуникация). Эти навыки получили 35,68% от общего числа навыков. Вторую категорию мы обозначали «Прикладные навыки» (рукоделие, навыки работы с деревом и металлом и т.п.). Их получили 26,63%. Следующую категорию мы обозначали как «Боевые навыки» – 18,09%. Последней категорией стали «Интеллектуальные навыки» (познания в области медицины, истории, изучение иностранных языков, писательские навыки) -19,6% (Рис. 7.)

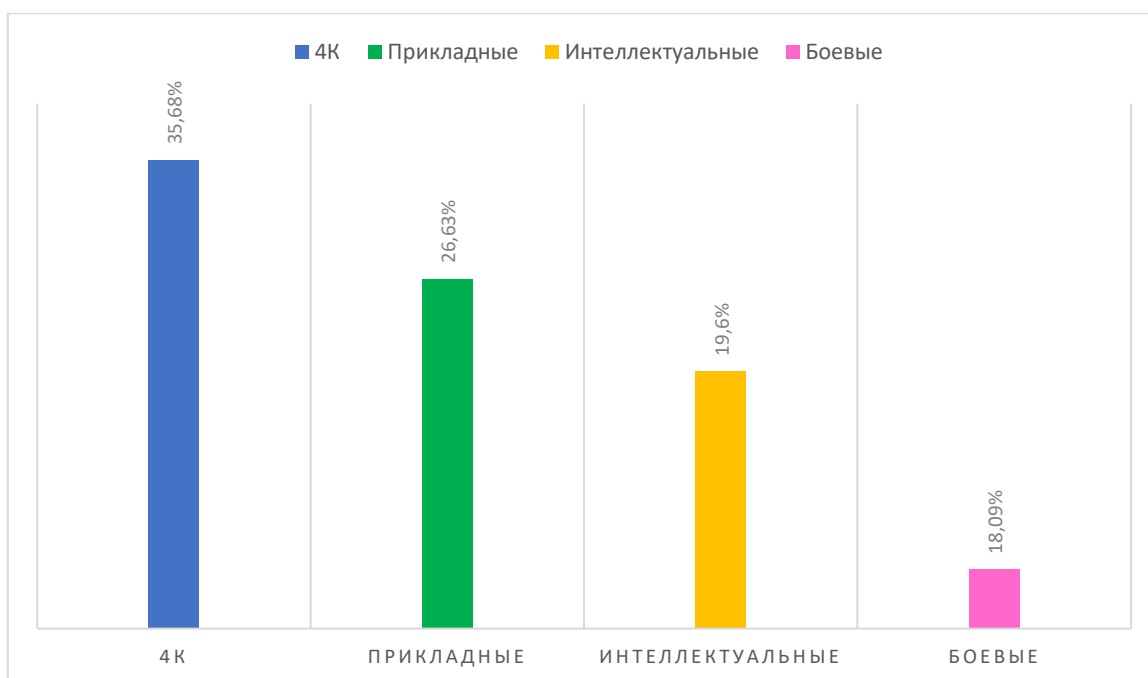


Рис. 7. Навыки, полученные членами субкультуры

Мы узнали, что 76,6% опрошенных участие в ролевом движении значительно помогает при коммуникации с внешним миром. (Рис. 8).

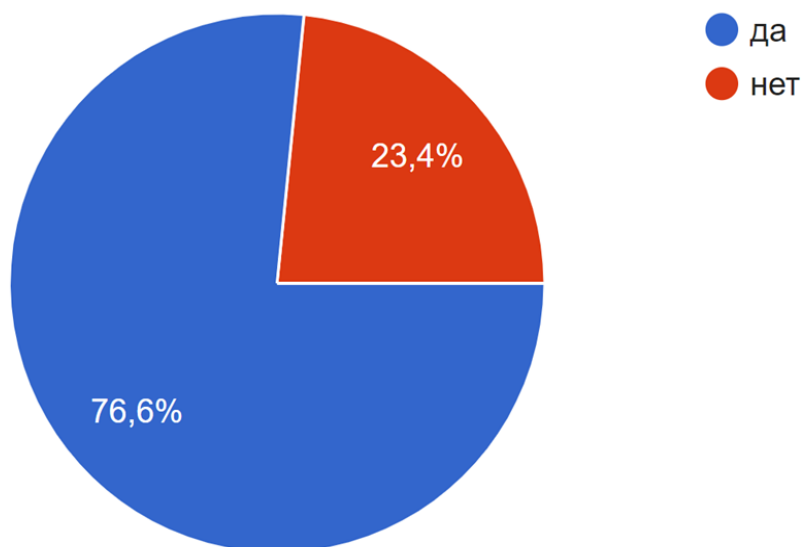


Рис. 8. Облегчает ли причастность к субкультуре взаимодействие с другими людьми?

Изучая влияние субкультуры на дальнейшую карьеру молодых людей, мы выяснили, что в возрастной категории 14–18 лет 42,86% считают, что ролевое движение повлияет на их дальнейшую карьеру, а 57,14% опрошенных не уверены в этом. Среди молодых людей в возрасте от 19 до 25 лет, результаты исследования показали, что 45,24% уверены, что участие в субкультуре повлияет на их карьерные перспективы, в то время как 54,76% считают иначе. В самой

многочисленной группе 26–35 лет 57,38% не считают, что участие в субкультуре повлияет или повлияло на их карьеру, только 48,36% дали утвердительный ответ на этот вопрос (Рис. 9).

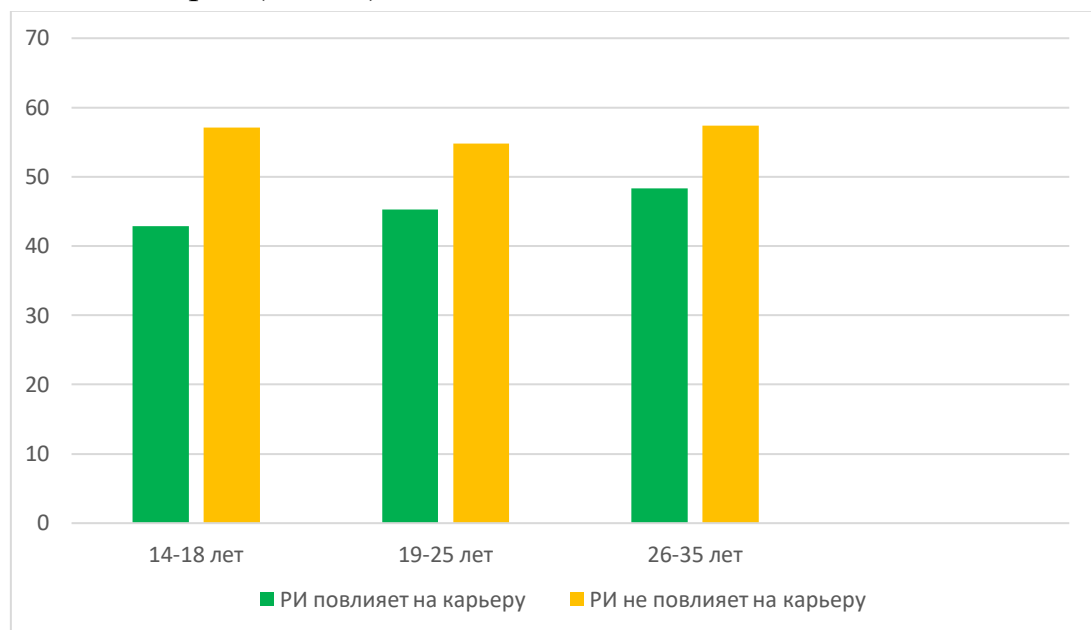


Рис. 9. Влияние ролевого движения на дальнейшую карьеру

Таким образом, мы можем говорить о том, что ожидания того, что участие в ролевом движении повлияет на карьеру во всех возрастных группах разделяет примерно половина опрошенных, и только половина «взрослой» возрастной категории уверена в том, что субкультура оказала влияние на их карьеру.

По итогам исследования, нам удалось составить социологический портрет участника ролевого движения. Это молодая женщина 19–25 лет с высшим или неоконченным высшим образованием. Она узнала о субкультуре от друзей или знакомых. Состоит в ней около 6 лет и принимает активное участие в полигонных играх живого действия. Субкультура для нее – это возможность оторваться от повседневной рутины, возможность общения с единомышленниками и способ реализации своих творческих способностей. Она научилась общаться и работать в команде, «креативить», шить костюмы и делать украшения. Верит, что её хобби будет инструментом продвижения по карьерной лестнице.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что субкультура ролевиков имеет конструктивный характер и оказывает в целом положительное влияние на её участников.

## Библиографический список

1. Жилиев, А.А. Неформальные молодежные объединения как детерминирующий фактор девиантного поведения учащейся молодежи // Вопросы литературы. 2007. №3. С. 87–96.
2. Куница В.Н., Какринова Н.В. Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб, 2001.
3. Царахова Н. В. Субкультурные предпочтения современной российской молодежи: опыт эмпирического исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки 2017. №8. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30451294> (дата обращения: 12.02.2022).
4. Савченко Т. Н., Теславская О. И. Ролевое сообщество в современной России // Социологические исследования. 2017. № 11. С. 140–146. DOI: 10.7868/S0132162517110150.
5. Орлов Д. В. Субкультура ролевиков в современном российском обществе // Автореферат 2009. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15952287> (дата обращения: 12.02.2022).
6. Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 года URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171835/5416a7ecef3afe3ff052deb74264bbf282e889ef/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/5416a7ecef3afe3ff052deb74264bbf282e889ef/) (дата обращения: 12.02.2022).
7. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» URL: <https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=372649&dst=0&demo=1> (дата обращения: 12.02.2022).
8. О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года URL: <https://docs.cntd.ru/document/902387360> (дата обращения: 12.02.2022).



## **A SOCIOLOGICAL PORTRAIT OF THE SUBCULTURE OF ROLE PLAYERS IN THE YOUTH ENVIRONMENT**

*D. S. Bushmakina*

*Perm State University*

Abstract: the article describes for the first time the sociological portrait of the participants of the role-playing subculture and their distinctive characteristics based on the results of the survey. The empirical basis of the study was made up of survey data with participants of the role-playing movement in Russia who have experience in creating role-playing games and participating in them for more than 15 years. The age category of the respondents ranged from 14 to 35 years. The researcher raises the question of whether there is a connection between participation in the role movement and the subsequent self-realization of young people.

**Keywords:** youth, subculture, role players, sociological portrait, self-realization.

## «КАДРОВЫЕ» ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ: НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ»

*У. А. Голдобина*

*О. П. Ильиных*

В статье рассматривается вопрос кадровой обеспеченности молодежной политики РФ. Приводятся статистические данные по кадровой обеспеченности молодежной политики и результаты нашего эмпирического исследования. Рассмотрены нормативно-правовые акты, регулирующие содержание понятия «специалист по работе с молодежью» и возлагаемого на него функционала. Анализируются профессиональные компетенции и личностные качества специалиста по работе с молодежью.

**Ключевые слова:** государственная молодежная политика, кадровое обеспечение, молодежные организации, профессиональная компетентность.

В современном мире государства уделяют все больше внимания молодежной политике, и в этом нет ничего удивительного, ведь в период взросления человек каждый день сталкивается с серьезными вызовами и трудностями. Молодежь – это та социально-демографическая группа, которая переживает период становления социальной и психофизической зрелости и адаптации к исполнению социальных ролей, присущих взрослым, и, несомненно, нуждается в поддержке государства. Очевидно, что игнорирование интересов молодежи, или же неэффективная молодежная политика чревата проблемами в молодежном секторе в долгосрочной перспективе. Эти факторы могут привести, например, к криминализации молодежной среды, молодежной безработице, росту экстремистской деятельности молодежных групп и т.д.

Но нельзя не обращать внимание на такие характеристики молодежи, как высокий уровень социальной мобильности, интеллектуальная активность, способность к оригинальному мышлению. Молодежь находится на пике развития физических и творческих способностей, она стремится к инновациям, находится в поиске принципиально новых решений и подходов и является носителем

передовых идей. Поэтому ее грамотная интеграция в процессы преобразования государства и общественных сфер даст положительные результаты.

Обобщая вышесказанное, становится очевидным, что молодежной политике государство должно уделять пристальное внимание, чтобы, во-первых, избежать развития различных негативных тенденций в молодежной среде и обществе, и во-вторых, использовать весь заложенный в молодежи инновационный потенциал для непрерывного социального прогресса, который выражается в повышении уровня благосостояния населения, прогрессе в сфере науки и техники, совершенствовании степени нравственности людей и т.д.

Согласно Федеральному закону от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» [1], государство в процессе реализации молодежной политики представлено федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов нашей страны, а также органами местного самоуправления, которые совместно с другими субъектами молодежной политики должны создавать условия для развития и самореализации молодежи путем разработки различных программ по основным направлениям молодежной политики, организации и проведения мероприятий для молодежи, выстраивания взаимодействия с другими субъектами молодежной политики, проведения мониторинговых исследований молодежной среды и т.д., то есть кадровый состав молодежной политики государственных органов и органов местного самоуправления играют особенно важную роль.

Согласно данным федерального статистического наблюдения «Сведения о государственной молодежной политике» [2], из 52 265 сотрудников, работающих в региональных и муниципальных структурах по работе с молодежью, только 19,2% имеют профильное образование. Данные официальной статистики коррелируют с результатами нашего исследования, проведенного в рамках курсовой работы по теме «Молодежное движение в России: проблемы и перспективы развития». Рассматривая проблемы, с которыми сталкиваются молодежные организации при взаимодействии с органами исполнительной власти, три из четырех опрошенных нами лидеров молодежных общественных организаций выделяют, в первую очередь, нехватку специалистов, обладающих профильной подготовкой или пониманием основных тенденций в социальной сфере. Лидеры молодежных организаций отметили, что органы власти часто выступают против современных, инновационных, нетрадиционных форматов, которые могли бы понравиться молодежи как быстро развивающейся социальной группе. Некоторые выразили сомнение в компетентности сотрудников местных органов власти, говоря о том, что не все служащие находятся в курсе федераль-

ной повестки в сфере молодежной политики, приоритетных задач и даже нормативно-правовой базы в сфере молодежной политики.

Обобщая вышесказанное, отметим, что при реализации своей деятельности молодежные объединения зачастую сталкиваются не только с непониманием идей со стороны органов власти на местах, но даже с некомпетентностью сотрудников. На наш взгляд, это серьезная проблема, которая может существенно замедлить развитие молодежных организаций и молодежной политики в целом. Для эффективной реализации государственной молодежной политики следует учитывать исходящие от субъектов молодежной политики инициативы и предложения, повышать уровень взаимодействия между органами власти и общественными структурами.

В данной связи хотелось бы уделить внимание содержанию понятия «специалист по работе с молодежью», которое зафиксировано в уже упомянутом федеральном законе «О молодежной политике в Российской Федерации». Согласно закону, «специалист по работе с молодежью – гражданин Российской Федерации, имеющий соответствующую профессиональную квалификацию, осуществляющий трудовую деятельность в инфраструктуре молодежной политики».

Качественное содержание специальности – трудовые функции, необходимые умения и знания указаны в Приказе Министерства труда и социальной защиты РФ от 12 февраля 2020 г. № 59н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с молодежью» [3], согласно которому специалист по работе с молодежью должен: знать нормативные правовые акты в сфере молодежной политики, а также методические и аналитические материалы по проблемам реализации государственной молодежной политики; уметь организовывать и проводить мероприятия по основным направлениям государственной молодежной политики; разрабатывать и реализовывать проекты и программы в сфере молодежной политики совместно с различными общественными институтами, в том числе молодежными и детскими объединениями и т.д. И хотя спектр, предложенный профстандартом, достаточно широк, несоответствие специалиста критериям, предложенным выше, позволяет говорить о неполной его компетентности. Ведь главной задачей специалиста, который находится в постоянном взаимодействии с молодежью, является ее инструктирование, направление, консультирование по различным вопросам и организация мероприятий, в том числе совместных с общественными институтами. Поэтому необходимо, чтобы кадры, работающие в отделах по делам молодежи, были в курсе приоритетных направлений и трендов государственной молодежной по-

литики. Для этого необходимо принимать серьезные меры по развитию кадров в этой отрасли.

Ввиду комплексного характера функционала организатора работы с молодежью, показателями его компетентности являются также наличие знаний из смежных областей социальных наук – психологии, социологии, маркетинга, менеджмента, политологии, педагогики [4]. Дисциплины по данным наукам по большому счету входят в учебный план направлений подготовки «Организация работы с молодежью», однако не стоит забывать о неутешительной статистике по обеспеченности молодежной политики кадрами с профильным образованием (19,2%).

Также особое внимание хочется уделить не только профессиональным, но и личностным качествам организатора работы с молодежью. Специалист по работе с молодежью должен стремиться к самосовершенствованию. Важно, чтобы организатор работы с молодежью осознавал необходимость своего постоянного обучения, мог управлять своим профессиональным развитием и оценивать свой опыт. Кроме того, он должен быть достаточно эрудированным и уметь мыслить критически, чтобы рассуждать логически и быть способным применять собственные аналитические навыки в различных ситуациях, а еще объективно подходить к существующему вокруг информационному полю, а также принимать независимые, обдуманые решения. Также в таком специалисте важно наличие прочного нравственного стержня, чтобы быть способным научить молодежь также поступать по законам совести в ситуациях нравственного выбора. Специалист по работе с молодежью должен уметь мыслить творчески, креативно, уметь рассматривать различные ситуации с разных точек зрения и генерировать способы улучшить их. И очень важная характеристика специалиста такого нового и быстроразвивающегося направления, как молодежная политика – быть открытым и восприимчивым по отношению к новым созидательным инициативам, исходящим от общественных институтов и представителей молодежи, чтобы вносить совместный творческий вклад в развитие социальной среды.

С нашей точки зрения, специалист по работе с молодежью должен иметь соответствующую квалификацию, обладать необходимыми культурными и профессиональными компетенциями, понимать запросы молодежи и владеть новыми форматами взаимодействия с ней, быть гибким и мыслить креативно. Таким образом, обеспеченность кадровой политики качественными специалистами позволит гораздо эффективнее принимать новые вызовы современности.

## Библиографический список

1. Федеральный закон от 30.12.2020 г. №489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_372649/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372649/) (Дата обращения: 01.03.2022).
2. ЕМИСС. Государственная статистика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/form/10427> (Дата обращения 01.03.2022).
3. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 12 февраля 2020 г. N 59н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с молодежью» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74109106/> (Дата обращения 01.02.2022).
4. Дворецкая, М.А. Креативность как ключевая компетентность специалиста организации работы с молодежью // Современное Российское педагогическое образование. М., 2019. №5. С. 171–174.

## «STAFF» PROBLEMS OF YOUTH POLICY: SOME RESEARCH RESULTS

*U. A. Goldobina*

*O. P. Ilinykh*

*Perm State University*

Abstract: the article deals with the issue of staffing of the youth policy of the Russian Federation. Statistical data on the staffing of youth policy and the results of our empirical study are presented. The normative legal acts regulating the content of the concept of «specialist in working with youth» are considered. and the functionality assigned to it. The professional competencies and personal qualities of a specialist in working with youth are analyzed.

**Keywords:** state youth policy, staffing, youth organizations, professional competence.

УДК 316.72(=531)(470.53)

ББК 60.54+7(=754.1)

## КРИТЕРИИ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКИХ КОРЕЙЦЕВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

*Л. В. Жевлакова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье на основе полевого материала, собранного в 2021 году в Пермском крае (всего записано 11 интервью), представлены пять основных критериев, согласно которым можно характеризовать этнокультурную идентичность российских корейцев, в значительной степени подвергшуюся влиянию процессов глобализации и ассимиляции. Особое внимание в работе обращается на продуктивность рассмотрения в качестве критерия – конкретных компонентов культуры соответствующих этнических групп.

**Ключевые слова:** культурная антропология, этнокультурная идентичность, российские корейцы, Пермский край.

Понятие «этнокультурная идентичность» в настоящий момент активно разрабатывается в научных теориях разных дисциплин – в психологии, философии, этнологии, социальной антропологии, политологии и т.д. Каждая из областей употребляет понятие в определенном значении, рассматривает различные контексты, аспекты феномена, использует свои подходы.

В широкий научный обиход термин «идентичность» был введен благодаря работам Эрика Эриксона в середине XX века. Он рассматривал идентичность как процесс, сосредоточенный в самой сущности человека и культуры, к которой данный индивид принадлежит [15]. Путем создания собственной убедительной картины мира человек сам, в его представлении, формирует свою идентичность, в соответствии с опытом, полученным при знакомстве, прежде всего, с системой общественных ценностей.

Ввиду сложного, многоаспектного характера – для понятия «идентичность» до сих пор не выработано единого определения, а такие его разновидности

сти как национальная, этнокультурная, этническая, гражданская – в современной научной литературе часто употребляются как синонимы.

Несмотря на существование множества определений и подходов, идентичность невозможна без осознания индивидом себя как представителя той или иной идентичности. В свою очередь, самосознание человека непременно содержит этническую составляющую [1], которая в каждом отдельном случае может быть выражена по-разному.

В современных условиях, когда образ жизни людей всё больше унифицируется за счёт процесса глобализации [5], этническая составляющая, тем не менее, продолжает иметь большое значение и воспроизводится, если не на государственном, то на семейном уровне. Поэтому «этнокультурная идентичность» – в понимании её в данном случае, как отождествления себя с той или иной этнической группой на основании наличия общей исторической памяти, устойчивых особенностей культуры – сохраняется, как правило, даже при исчезновении ключевых признаков принадлежности к этносу [14].

Именно поэтому немаловажное значение приобретает вопрос о критериях, на основании которых с одной стороны – происходит объединение членов этнокультурной группы, отделение её от групп иных, а с другой – таким образом можно охарактеризовать эту самую группу.

В данном случае предмет рассмотрения – российские корейцы как одна из групп, обладающих этнокультурной идентичностью. Географические рамки исследования охватывают территорию Пермского края.

Корейцы России сейчас являются неотъемлемой частью национального состава государства. Появление и расселение их в Пермском крае – оказалось связанным с Русско-японской войной 1904–1905 годов [4], когда группа лиц корейского происхождения с театра боевых действий была выдворена вглубь страны. Однако представители корейской национальности, проживающие в Пермском крае в настоящий момент, являются, как правило, потомками результата уже последующих волн миграции и, находясь в составе России – уже мало чем отличаются от представителей других национальностей.

В результате полевой работы, проведенной в 2021 году в Пермском крае, были выявлены пять основных критериев этнокультурной идентичности корейцев России: 1) Язык; 2) Семья, отношение к старшим, браку и воспитанию детей; 3) Национальная кухня; 4) Элементы традиционной корейской системы обрядов жизненного цикла; 5) Национальные праздники.

Первый критерий – языковой. Корейцы в Пермском крае знают, что родным языком их предков являлся, естественно, язык корейский. Старшее поко-



ление ещё помнит времена, когда дома он был основным языком для общения если не со всеми членами семьи, то с бабушками и дедушками – определённо: «раньше, видите, у корейцев, родители, ну, пожилые, у моего папы например, мамы – они жили вместе. Не было раньше как сейчас, чтобы отдельно жили бабушка с дедушкой ... а они, в основном, разговаривали на корейском, и они были немного другие, еще с тех времен. И кто воспитывался у них, вот например у нас была бабушка – более менее на корейском разговариваем» [12].

Корейцы понимают, что язык, который на бытовом уровне сохраняется в их среде и по сей день – отличается от языка населения Р. Корея или же КНДР: «сейчас как говорят, многие уезжают на работу в Южную Корею, говор там другой ... Мы то считается, что выходцы с Северной Кореи, поэтому у нас, ну наречия разные... С российскими, советскими корейцами мы общаемся, да. Я могу спокойно говорить» [8]. Как правило, они знакомы с ситуацией разницы диалектов или же имеют прямой опыт общения с корейцами из Южной Кореи, Северной Кореи, Китая, Сахалина, а также отмечают эту разницу, определяя степень схожести их языка с языком представителей той или иной группы: «вот на Сахалине когда я служил, местное население – бывает видят солдат, угощают там корейским и прочее. Разговариваем. В разговоре проскальзывали некоторые слова, которые я понимал, но они – проскальзывали, а остальное – непонятно. Диалект совершенно другой» [10]; «вот есть китайские корейцы, я свободно могу с ними общаться» [9].

В связи с отсутствием практики общения на корейском языке в современных условиях, а также практически полной его заменой на язык русский – уровень владения первым – значительно понижается, ещё используемые слова, при этом, могут видоизменяться. Несмотря на то, что корейский язык в среде корейцев России, и Пермского края в частности, всё больше уходит в прошлое – старшее поколение, которому ещё удалось сохранить знание части слов бытового характера – стремится передать всё, что возможно младшим поколениям, а также выражает желание отдать своих детей, внуков на внесемейное обучение языку: «ну так, этот, дед учит. Нос как, глаза, уши, рот, ноги, руки. Должна знать все равно. Ну, в будущем, когда в школу пойдет, конечно, корейскому языку обязательно. Сейчас английский изучают, а надо все равно, черт его знает, бог даст, в Корею поедет. Сейчас кто в Корею уезжает, вообще не возвращаются. Молодым здесь что делать, а там они пашут, 12 часов в сутки, очень тяжело» [7].

Корейский язык может считаться в данном случае одним из критериев, т. к. даже несмотря на то, что для большинства – он оказался утраченным, исто-

рическая память, а также очень часто желание или стремление обучиться – продолжает воспроизводиться от семьи к семье, от человека к человеку.

Второй критерий – семья, отношение к старшим, браку и воспитанию детей. Здесь также наблюдаются определённые изменения в сторону всё большей унификации, однако, продолжает существовать определённая традиция, позволяющая выделить данные представления как один из критериев.

В целом общение с родственниками, в том числе дальними, можно охарактеризовать как тесное. Корейцы, как правило, интересуются жизнью друг друга, выражают готовность в случае чего помочь, поддержать, поднять, и в большей степени это выражается конечно же на внутрисемейном уровне: «самое доброжелательное отношение к родственникам, всегда стараешься помочь, даже не самым близким. У корейцев это есть, чувство уважения друг к другу» [4].

О старших, в особенности о родителях, корейцы отзываются очень лестно, свою значимость, при этом, могут отодвигать на задний план, если помимо них самих речь заходит о ком-то постарше. Таким же образом дело обстоит и с действиями, которые стали уже механическими: «ну вот например осталось чего-то мало – я не могу взять и съесть, не предложив родителям, а многие все равно воспитаны по-другому. Ну, в плане, они даже не подумают об этом» [13].

Несмотря на различия в благосостоянии, принятых нормах, характере конкретных лиц отдельных семей, внутри каждой – часто отмечается желание родных поспособствовать успеху своих младших родственников: «ну вот внучка у меня тоже в школу пойдет, сейчас она лениться. Ну, а я ей говорю, что ты должна стараться учиться, школу успешно закончить, пойти в институт, работать» [7].

Заключение договорных браков в среде корейцев, как правило, уходит в прошлое, также, как и приверженность родителей и старших родственников мнению о необходимости сохранения «чистоты» крови посредством выбора для своих детей спутника жизни из представителей корейской национальности: «ну, допустим наши родители часто старались познакомить с корейцами. Отчасти связано это с тем, что национальность должна быть единая. Ну потом уже позже, наше поколение старалось все-таки выйти по любви. Старались, за редким исключением» [8].

В то же время, создание семей мононациональных не является редкостью и практикуется довольно широко, в частности в Пермском крае. В связи с этим, важным продолжает оставаться знание своего «бон» [2] – т.е. родового имени, связанного с названием места, откуда произошёл отдалённый предок. Связь здесь состоит в том, что корейцы, фамилия и бон которых совпали – не должны

вступать в брак из-за того, что оба – являются родственниками с общим отдалённым предком и местом зарождения рода: «ну с детства нас как-то к этому приучали. Здесь же дело в том, что у нас не должно быть кровосмешения, поэтому это было важно знать. Нам всегда говорили, что имейте ввиду, что, если такое будет, фамилия и пон одинаковые – значит родственники, нельзя жениться» [11].

Особенности воспитания детей в семьях разнятся от одной семьи к другой вне зависимости от национальной принадлежности. Однако в корейской семье со стороны старшего поколения отмечаются воспоминания о детстве, в которых часто присутствовали моменты строгости и сдержанности чувств родителями по отношению к детям: «здесь есть такая черта, нет такого, как у других народов, например, у русских там – обнять ребенка, приласкать. Они, корейцы в проявлении чувств – все-таки сдержаннее. Как вот самураи у японцев – такие вот» [11].

Приучение к труду, к выполнению внутрисемейных обязанностей – совершалось посредством во многом не наказания/поощрения, а в ходе самого процесса жизни, подачи примера старшими членами семьи или общества – младшим, последующим освоением традиции последними: «ну а как если не работать, то как? .... Ну вот раньше, может воспитание действительно такое было. Папа раньше всю жизнь на комбайне работал, рис сажали, ну он на комбайне, а нас в поле брал. И мы с мамой вот ездили работать» [7].

В настоящий момент в детях по-прежнему стараются воспитывать чувство уважения к старшим, вырабатывают осознание необходимости трудиться, быть признанным в той или иной сфере, помнить о семье и предках: «у меня вот зять дочку вот так воспитывает. Что-то если принесет там, давай сначала бабушке дедушке предложи, и вот она ходит по кругу, бабушка будешь? Дедушка будешь?» [7], но в то же время открытое выражение чувств уже не является чем-то чуждым корейцам старшего поколения по отношению к младшим.

Третий критерий – национальная кухня. Кухня того или иного народа не возникает на пустом месте, в любой стране и в любую эпоху традиции питания являются одним из наиболее консервативных и устойчивых элементов быта [6]. Относится это и к корейцам, которые став в большинстве своём по образу жизни неотличимыми от всех остальных «россиян», сохраняют в своей культуре приверженность к потреблению блюд, традиционно передаваемых из поколения в поколение, что делает возможным выделение в качестве критерия этнокультурной идентичности российских корейцев – национальную кухню. Конечно, доля национальной еды в общем рационе человека, может быть незначительной, но, как правило, она имеет место быть в каждой семье.

Информанты, задействованные в настоящем исследовании, все без исключения сообщали о том, что корейская еда является неотъемлемой частью их жизни, рисовая каша практически на постоянной основе присутствует в ежедневном рационе, им известны ключевые названия блюд или технология приготовления: «из еды что у нас, в основном каша – это всегда как хлеб, рис, да... Ну хе – это чисто такая сырая, не только с рыбой, а с мясом делают. А есть еще, из рыбы готовят, пханчан называется. Сырая рыба, заправленная овощами и перца побольше. И все виды салатов, которые делались для каши, рисовой каши. Она же без соли, на пару, пресная. А к ней – все закуски делались солеными, ложкой взял, и к нему тыкаешь там, не вилкой, а раньше палками кушали» [8]. И даже в том случае, когда семья носит межнациональный характер – корейская еда не уходит на второй план, а время от времени появляется на семейном столе: «корейскую кухню любят все... Ну, едим не каждый день. У нас видите, смешанная семья, поэтому готовим всё. И русскую кухню и корейскую» [11].

Четвёртый критерий – элементы традиционной корейской системы обрядов жизненного цикла. Выделяя критерии этнокультурной идентичности, нельзя обойти стороной семейные праздники, а также фрагменты традиционной системы обрядов жизненного цикла, которые показали свою устойчивость в условиях активизации глобализационных и ассимиляционных процессов и продолжают отражать мировоззрение и ценности корейского народа.

Корейцы Пермского края оказались знакомы с большей частью традиционной корейской системы обрядов жизненного цикла [3], а именно они сохранили: обряды по случаю первой годовщины со дня рождения, которая отмечалась всеми информантами без исключения; свадебные обряды, которые претерпели значительные изменения, однако знание определённых деталей – продолжает передаваться от поколения к поколению; обряды по случаю шестидесятилетия, которые модифицировались в празднование ближайших юбилейных дат, но сохранили собственную специфику: «3 стола почему говорят. Когда человек родился, годик исполняется – ему делают такую шикарную вечеринку. Ему, маленькому годовалому ребенку родители ставят стол. Потом второй – это когда свадьба. Стол тоже от родителей. А уже шестьдесят лет дети – делают стол родителям к юбилею. Поэтому 3 в жизни стола: годик, бракосочетание и юбилей 60 лет... Ну, сейчас традиции такие, что круглую дату стараются и в 70 сделать, и в 80» [8], а также похоронные обряды, информация о которых сохраняется, но в исполнении они в значительной мере подверглись упрощению: «значит как получается, есть люди, которые приняли православие, вот я сейчас тоже православный, а есть люди, которые не приняли, и их тогда по корейским

традициям хоронят. Там есть определенные моменты да. Делается надпись, есть определенные моменты, когда при выносе тела надо крикнуть его имя Богу как бы, чтобы мол прими человека такого то, и когда хоронят уже – тогда надо сжигать одежду, вот такие вот вещи» [11].

Последний пятый критерий, который был выявлен в среде корейцев Пермского края – это традиционно общее празднование Корейского нового года, когда представители корейских семей собираются вместе и встречают новый год по лунному календарю: «у нас традиционно устраивается новый год по лунному календарю, мы его справляем и, в принципе, вот люди активны, принимают участие, приглашают людей, и как-то там в изготовлении блюд каких-то тоже попросишь – ну то есть там есть такие люди, которые участвуют в этом» [11], 5 апреля отмечается «хансик» – корейский родительский день: «у нас же 5 апреля самый такой день родителей, ну мы всех стараемся вспомнить. Это то не забывается, хоть где находишься» [7], а также в наименьшем масштабе и, как правило, в семейном кругу – празднование Чусок.

Таким образом, по итогам проведенной полевой работы удалось доказать наличие этнокультурной идентичности у российских корейцев (на примере Пермского края), выражающейся в сохранении в определённой степени корейского языка как средства общения или же памяти о нём как о языке предков. На уровне семьи идентичность корейцев продолжает воспроизводиться в построении особых взаимоотношений между родственниками, передаче определённых норм и представлений старшими родственниками младшим. Важным элементом этнокультурной идентичности является традиционная корейская кухня, которая не видит препятствий для существования даже в среде межнационального брака. Особое место в жизни российских корейцев занимают элементы традиционной корейской системы обрядов жизненного цикла, а также праздники, не находящие аналога в культуре «российской». Каждый из критериев, таким образом, может быть спроецирован, но с дополнительными уточнениями, на описание сообщества корейцев других областей России.

### **Библиографический список**

1. Арутюнов С.А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие, М.: Наука, 247 с.
2. Джарылгасинова Р.Ш. Корейцы // Системы личных имен у народов мира. М.: Наука, 1989. С. 175–180.
3. Ионова Ю.В. Обряды, обычаи и их социальные функции в Корее: середина XIX – начало XX в. М., 1982. 232 с.

4. Каменских М.С. Корейцы в Пермском крае: очерки истории и этнографии. СПб.: Маматов, 2014. 192 с.
5. Карлов В.В. Этносы и глобализация: унификация или рост многообразия культур? Этнология на перепутье // Этнокультурное Воспроизводство в условиях глобализации: этноперекрестки и трансграничье. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. С. 5–30.
6. Ланьков А.Н. Быть корейцем. М.: АСТ, 2006. 544 с.
7. Полевые материалы автора (ПМА). Гу София, 1954 г. р., г. Пермь, 2021.
8. ПМА. Дон Алексей Борисович, 1949 г. р., г. Пермь, 2021.
9. ПМА. Дон Эдуард Владимирович, 1948 г. р., г. Чайковский, 2021.
10. ПМА. Ким Агей Александрович, 1941 г. р., г. Пермь, 2021.
11. ПМА. Ким Георгий Геннадьевич, 1954 г. р., г. Пермь, 2021.
12. ПМА. Ким Людмила Хаксеновна, 1958 г. р., г. Пермь, 2021.
13. ПМА. Шелехова Наталья Юрьевна, 1978 г. р., г. Пермь, 2021.
14. Уварова, Т.Б. Этническая идентичность в системе жизненных ценностей коренных малочисленных народов Севера и Сибири // Этнокультурное воспроизводство в условиях глобализации: этноперекрестки и трансграничье. М.-Берлин: Директ-Медиа. 2016. С. 296–315.
15. Эриксон Э. Детство и общество / Пер. с англ. Обнинск, 1993. 196 с.

## **CRITERIA OF ETHNOCULTURAL IDENTITY OF RUSSIAN KOREANS (ON THE EXAMPLE OF THE PERM REGION)**

*L. V. Zhevlakova*  
*Perm State University*

The article, based on field material collected in 2021 in the Perm Region (11 interviews were recorded in total), the article presents five main criteria according to which it is possible to characterize the ethno-cultural identity of Russian Koreans, largely influenced by the processes of globalization and assimilation. Particular attention is paid to the productivity of considering as a criterion – specific components of the culture of the respective ethnic groups.

**Keywords:** cultural anthropology, ethno-cultural identity, Russian Koreans, Perm Region.

УДК 76.01(4+520)

ББК 85.15

## ЯПОНИЗМ В ЕВРОПЕЙСКОЙ ГРАФИКЕ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX ВВ

*Ю. С. Иванкина*

*А. В. Манторова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Не стоит отрицать, что множество элементов культуры стран Востока были фундаментом для формирования европейской культуры в том числе. Особенно ярко это заметно в сфере искусства: специфика японской графики повлияла на творчество европейских художников, их стиль написания работ, появление новых смыслов и тенденций. В статье предпринята попытка проследить японское влияние на европейскую графику середины XIX – начала XX вв. Были определены и описаны причины возникновения японизма, а также выявлены черты японизма в европейской графике.

**Ключевые слова:** японизм, межкультурное взаимодействие, европейская живопись, европейская графика, японская графика.

Используемые иллюстративные материалы размещены по ссылке:  
<https://drive.google.com/drive/folders/16DnpZVTs08YVIYbpv977RvGwlrAWSNIQ>

Японизм – это стилевое течение, возникшее под влиянием Японии и являющееся одним из наиболее интересных примеров межкультурного взаимодействия. Периодом его расцвета в Европе считается промежуток с 1860 по 1910 гг. Известно, что манга (прим. сборник эскизов на различные темы) Хокусая, привлекавшая внимание художника Феликса Бракемона, попала во Францию в виде оберточной бумаги для фарфора и впоследствии именно Бракемон познакомил творческую богему с совершенно новой для нее эстетикой. Ввиду политических и географических причин с XVII по XIX век в Японию было практически невозможно попасть: в этот период Япония находилась в самоизоляции и подобная внешняя политика носила название сакоку.

Главной причиной сакоку являлось внутреннее положение в стране. Из-за активной внешней торговли в XV-XVI веках возникает слой богатых граждан в портовых городах. С богатством к ним приходит и власть, которая ставит под угрозу феодальный строй в стране. Торговля с иностранцами переходит компаниям, находящимся под властью государства. Под угрозами смертной казни, японцам запрещалось покидать страну без специального разрешения. Иностранцам разрешалось заходить только в порт Нагасаки и лишь два раза в год. Данное разрешение имели только китайские и голландские суда. 31 марта 1854 году в Эдо (прим. в настоящее время Токио) приходят вооруженные артиллерией корабли США, под командованием Мэтью Перри. С помощью угроз он добивается подписания неравноправного торгового договора и именно это событие является окончанием сакоку [1].

Япония находилась в изоляции 200 лет и для запада она казалась чем-то новым, экзотическим и загадочным. Таким образом, начало торговли Японии и Европы в 1858 году открывает для второй новые горизонты. В 1862 году на Всемирной выставке в Лондоне и 1867 на Всемирной выставке в Париже впервые были представлены японские гравюры, кимоно, фарфор, ширмы. Широкая публика получила доступ к японскому искусству – искусству страны, о которой раньше только читали в книгах. Японское искусство, в свою очередь, очень быстро получает признание и любовь. В это же время открывается первый магазин японских произведений искусства в Париже. Именно с этого времени японская культура становится источником вдохновения и переосмысления собственного творчества для европейских художников. Япония проникает не только в изобразительное искусство, но и в иные сферы: в одежду, на кухню, в музыку, театр, литературу и интерьер. Впервые использовал и описал понятие «японизм» французский искусствовед Филипп Бурти в 1872 году в серии лекций и статей по искусству Японии. Вот одно из данных им определений: «Японизмом называют то влияние, которое Япония оказала во второй половине XIX века на изобразительное искусство Европы и Америки. Влияние распространилось на все сферы искусства: живопись, скульптуру, графику, рисунок, прикладное искусство, архитектуру, одежду, фотографию. Кроме того, примеры подобного влияния наблюдались и в театральном искусстве, музыке, литературе, кулинарии и прочее» [3].

Таким образом, можно выделить несколько причин возникновения японизма. Во-первых, как сказано выше, Япония была достаточно долгое время изолирована, что подогревало интерес к ней. И именно благодаря долгой изоляции, она сохраняет свою аутентичность и ряд исключительных культурных



феноменов: идеология самурайства, собственная религия (синтоизм) и т.д. Во-вторых, еще одной причиной является отторжение западных ценностей и, как следствие, возрастание интереса к тому, что кардинально не похоже на Запад. В 60-е годы XIX века европейский мир устал от буржуазного практицизма, а в художественной культуре – от морализма, психологизма и натурализма в описаниях, составлявших базис западного искусства. Европейцы жаждали погружения в мир чистой, незамутненной красоты, свободной от морализаторства и нравоучений. «Перед лицом кризиса классической традиции европейская культура оказывается готовой к восприятию тех влияний извне, которые предложат Западу новые способы мироощущения, чьи элементы могли бы быть внедрены в культуру-реципиента» [4, с. 131]. Человек, живущий в Европе, нуждается в поиске новых альтернатив и находит эту альтернативу на Востоке. Также стоит отметить рост технического прогресса и промышленности, которые дают толчок к размышлениям в творческих кругах, поиску места человека в мире. Можно сказать, что технический прогресс побуждает человека вернуться к природе.

В период популярности японизма под влияние страны восходящего солнца попали такие художники, как Эдуард Мане, Клод Моне, Винсент ван Гог, Поль Гоген, Анри де Тулуз-Лотрек, Эдгар Дега, Густав Климт и многие другие. Все они перерабатывали техники и мотивы японского изобразительного искусства. Например, Мане для фона в картине 1868 года «Портрет Эмиля Золя» (Рис. 1) использует японские ширмы и гравюру Утагавы Куниёси. Друг Мане, Альфред Стевенс, также увлекается японизмом и создает картину «La parisienne japonaise» (Рис. 2) на которой изображена женщина в голубом кимоно – экзотический наряд сразу же бросается в глаза. Темы и мотивы, таким образом, являются восточными, а исполнение и техника остаются западными.

Винсент Ван Гог впервые знакомится с японским искусством через своего брата Тео. Ван Гог начинает копировать цветные гравюры и воспроизводит их масляными красками. Известно, что первую репродукцию он создает в 1886 году. Также Ван Гог начинает подражать технике, подаче цвета, мотиву Кесай Эйсена и создает картину под название «Куртизанка» (Рис. 3). Особое значение имеют работы Хокусая, поскольку именно работы Хокусая влияют на развитие и реализацию идеи серийности в живописи [7, с. 14]. Так, например, Винсент Ван Гог создает собственную серию, в которую входят цветущие деревья – «Персиковое дерево в цвету» (Рис. 4), «Цветущие ветки миндаля» (Рис. 5), «Розовый сад» (Рис. 6). Или же Клод Моне, так же вдохновленный Кацусикой Хокусаяем создает серию «Кувшинки» (Рис. 7, представлена часть цикла). Интересный факт, что гравюра «Большая волна в Канагаве» (Рис. 8) Хокусая нахо-

дилась в личной коллекции Моне, в которой насчитывалось более 250 работ японского искусства. В 1876 году Моне создает работу «Японка» (Рис. 9). В качестве модели выступает его жена Камилла Донсье в фактурном красном кимоно. Из-за подобного яркого акцента Камилла теряется и кимоно становится центром картины. Заметно, что веерам на фоне и кимоно уделено больше всего внимания. Известно, что картина создавалась исключительно в коммерческих целях и не несет в себе глубокого смысла, однако, тем не менее, произвела фурор и была продана за рекордную на то время сумму. Это лишь еще раз подтверждает абсолютную моду того периода на все японское.

Поль Гоген же создает картины «У черных камней» (Рис. 10), «Натюрморт со щенятами» (Рис. 11), которые полностью игнорируют линейную перспективу. Он использует яркость красок и однотонность, а также отсутствие теней, так что изображение становится двухмерными. Именно это выносит художник для себя из японского искусства.

Стоит отметить, что ни один из вышеперечисленных художников не посещал Японию. Япония, которую они видели, была лишь «перевезена» в виде произведений искусства. Многие таким образом создавали для себя идеальную иллюзию страны восходящего солнца.

Художники переосмысливают японское творчество: меняются места действия, мотивы, фон и перспектива. Больше внимание начинает уделяться повседневности и природе. Именно последняя начинает играть особую роль: она больше не дополнение к картине и не антураж, она независима. В ее многообразии содержится внутренний мир человека. Основными мотивами становятся цветы, водоемы и птицы. Пересматриваются взгляды на такие жанры как пейзаж и натюрморт. Импрессионисты начинают выходить на пленэр и уединяться с природой. На примере японцев начинают вводиться вторые смыслы. Цветы персика больше не только цветы персика, а вишня не только вишня. В Японии цветы персика – это символ чистоты, а вишня говорит о эфемерности жизни. Эти смыслы переносятся и в Европу. Привносятся новые техники. Начинают использовать черные контуры и обводки (позднее это станет одним из основных приемов модерна). Стали возможны эксперименты с композицией и намеренное несоблюдение перспективы. Стоит отметить, что отсутствие перспективы в пейзаже – это одна из главных отличительных черт японизма. Вдохновляясь Хокусаем, создавшим цикл «Тридцать шесть видов Фудзи» (Рис. 12), художники реализуют идеи серийности картин. Преимущественно используется погашенная гамма. Блеклые светлые тона, такие цвета как синий и зеленый, фиолетовый, фиштакковый и их градации. К минимуму сводится использова-

ние света и тени и изображения становятся двухмерными. Можно сказать, что Япония нарушает все правила европейской живописи.

Рассматривая европейскую графику этого периода, необходимо отметить, что тема Японии встречается в работах таких художников, как Анри де Тулуз-Лотрек, Обри Бёрдсли, Густав Климт, Альфонс Муха, Анна Остроумова-Лебедева, Иван Билибин.

Анри де Тулуз-Лотрека, мастер графики и плаката, рисует плакаты, заимствуя локальные цветовые пятна из японской графики. Особенно четко это можно увидеть в его работе 1891 года «Мулен Руж, Ла Гулю» (Рис. 13). Кроме того, стоит отметить тонкие очертания фигур, которые также свойственны японской графике. Ещё одним из заимствований является ракурс, где точка зрения на натуру является чуть более приподнятой, чем в классических работах. Тот же прием можно заметить в плакате «Жанна Авриль» (Рис. 14). Отчетливая параллель с сюжетом укиё-э, в котором изображены актеры театра Кабуки, можно заметить в его работе 1893 года «Аристид Брюан в своем Кабаре» (Рис. 15). Брюан являлся деятелем искусства, певцом, поэтом и композитором. На плакате присутствует яркий, локальный красный акцент и четко выделенный контур изображения, в то же время фон абсолютно чистый и ровный.

В работах Обри Бёрдсли прослеживается японская ассиметричная композиция. Приоритет отдается линиям, добавляются растительные орнаменты и природные мотивы, отсутствует перспектива. Все это можно проследить в таких работах, как «Кульминация» (Рис. 16) и «Павлинья юбка» (Рис. 17).

Альфонс Мариа Муха, чешский театральный художник, мастер иллюстраций и плакатов, для своих работ использует тонкое контурирование и природные орнаменты. Свет и тень добавлены по минимуму, однако работы все также остаются плоскими, благодаря ровному фону. Все это хорошо прослеживается в его работах «Монако Монте-Карло» (Рис. 18) 1897 года и «Осень» (Рис. 19) 1896 года. Также стоит отметить, что в основном он изображает девушек, что отсылает нас к одному из основных сюжетов японской графики – изображению красавиц. Интересно рассмотреть его рекламный плакат для папиросной бумаги «Джоб» (Рис. 20). На плакате изображена девушка с сигаретой. В плакате присутствуют элементы со скрытыми смыслами. Например, скрученный палец ноги, который виден из-под платья – символ женского сексуального возбуждения. Изображение на плакате плоское, перспектива отсутствует, однако вновь присутствует контур.

Австрийский художник Густав Климт также активно увлекался Японией. Свою эротическую графику он создает под влиянием именно японского искус-

ства, а говоря точнее – под влиянием сюнга (эротическая гравюра укиё-э). Одним из примеров является «Обнажённая на животе» (Рис. 21). В «Портрете Фридерики Марии Беер» (Рис. 22) в качестве фона также используются японские мотивы. Люди на фоне выглядят так же, как они изображались в японской графике. Аналогичный прием присутствует на картине «Портрет Элизабет Ледерер» (Рис. 23).

Многие из художников находят вдохновение именно в работах Кацусики Хокусая и русские авторы не исключение [8]. Например, особенно был увлечен творчеством Хокусая, Иван Билибин. Можно четко увидеть композиционную параллель между его иллюстрацией 1905 года к сказке Пушкина «Бочка по морю плывет» (Рис. 24) и «Большая волна в Канагаве» (Рис. 8).

Художница Остроумова-Лебедева одна из первых среди русских авторов начинает работать в технике цветной гравюры. Ее графические виды Санкт-Петербурга были написаны под впечатлением от гравюр Утамаро Хиросигэ. В них прослеживается очевидная дань уважения и переосмысление опыта Хиросигэ. Анна Петровна создает пейзажи, где улавливает мимолетные явления природы. Пейзажи лаконичны, без лишних деталей, например, как в гравюре 1902 года «Зима» (Рис. 25) или «Море, Камни» (Рис. 26).

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о том, что европейская графика и живопись середины XIX – начала XX вв. активно перерабатывает и заимствует черты графики японской. В числе ключевых особенностей асимметрия в композиции, интересные находки в ракурсе, отсутствие перспективы и объема, активное использование природных мотивов, которые впоследствии станут чертой модерна. Цвет так же отлично приживается в европейской графике, как и цветные акценты. Сюжеты укиё-э, портреты актеров Кабуки, пейзажи, сюнга перерабатываются на европейский манер. Главной же чертой японской графики, которая нашла отражение в работах европейских авторов, является очерчивание контуров.

Закат японизма приходится на период от Первой мировой войны до начала Второй мировой войны, поскольку начинает портиться образ Японии. В начале XX столетия Япония переходит к милитаризму и экспансионизму. В 1931 году захватывает Маньчжурию, после чего портит отношения с Лигой Наций и выходит из нее. Как следствие, японизм теряет свою привлекательность, экзотичность и свежесть, однако прочно оседает в ДНК европейской культуры, в частности – в искусстве.

## Библиографический список

1. Сакоку. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BA%D1%83> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Шадиев Д.Х. Культурный диалог Запада и Востока как фактор развития художественной мысли в 19 веке // Современ. наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Познание. 2017. № 9/10. С. 27–30.
3. Ватанабэ Хиротака. Очарование японизма в Европе. URL: <https://www.nippon.com/ru/column/g00284/?pnum=1> (дата обращения: 20.02.2022).
4. Гришин М. В. «Японизм» рубежа XIX–начала XX века как общеевропейское явление // Обсерватория культуры. М., 2015. №2. С. 130–136.
5. Завьялова А. Е. Мир искусства. Японизм. М.: БуксМАрт. 2014. 96 с.
6. Адамецкая Т.Н. Влияние японского искусства на формирование стиля модерн в художественной графике Западной Европы / Т.Н. Адамецкая, А.А. Хайдукова // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартовского государственного университета: ст. докл. / отв. ред.: А.В. Коричко. 2015. С. 745–748.
7. Искусство Японии /авт.-сост. В. Баженов. М.: Издательство АСТ. 2019. 160 с.
8. Дьяконова Е.М. Японизм в русской графике серебряного века (конец XIX– начало XX в.). М.: Журнал «Япония. Путь кисти и меча». 2002. №2. С. 6–11.
9. Воронова Б.Г. «Сергей Николаевич Китаев (1864–1927)» // Эра Румянцевского музея: Из истории формирования собрания ГМИИ им. А.С. Пушкина. В 2 т. Т. 2. Гравюрный кабинет. М., 2010. С. 157–175.
10. Молодяков В.Э. «Образ Японии» в Европе и России второй половины XIX – начала XX века. М.: Институт востоковедения РАН. 1996.

## JAPANISM IN THE EUROPEAN GRAPHICS OF THE XIX – XX CENTURIES

*Yu. S. Ivankina  
A. V. Mantorova  
Perm State University*

European artists, their style of writing works, the emergence of new meanings and trends. The article attempts to trace the Japanese influence on the European graphics of the mid-XIX – early XX centuries. The causes of the emergence of Japanism were identified and described, as well as the features of Japanism in European graphics were identified.

**Keywords:** Japanism, intercultural interaction, European painting, European graphics, Japanese graphics.

## РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ В СССР В 1920-е ГОДЫ

*А. С. Иванов*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

На основе широкого круга источников в статье рассматривается ранний этап и формы советского коллекционирования среди детей, обозначаются новые смыслы детского коллекционирования. Главное противоречие, выявленное в советском коллекционировании, связано, с одной стороны, в стремлении государства контролировать массовые формы собирательства и извлекать из них выгоду, с другой стороны, для юных коллекционеров собирательство выступало формой индивидуального выбора, удовлетворения потребности познания и социализации.

В ходе проведенного исследования было обнаружено, что, начиная с периода НЭП, практики коллекционирования поддерживались и контролировались государством в связи с возможностями их массового распространения в качестве средства воспитания, социализации и пропаганды социалистических ценностей. Установлено, в советское время изменились смыслы коллекционирования, от коллекции как атрибута статуса, к коллекционированию социалистическому – как познавательному и воспитательному досугу.

**Ключевые слова:** история России XX века, детское коллекционирование, история частного коллекционирования

Детство является одним из наиболее важных предметов социально-антропологического изучения культур прошлого и настоящего. Оно представляет собой одну из центральных проблем современной антропологии, проблеме, решение которой лежит в сфере междисциплинарных исследований. Одной из первых разработку проблемы особенностей детства на примере культур Океании предприняла М. Мид [11]. Основой ее работы стало понимание зависимости этапов развития ребенка и методов социализации от культурной среды. Её

исследования дали толчок изучению специфики детства у других народов. Появление отдельного направления в изучении феномена детства обусловила работа Ф. Арьеса «Ребёнок и семейная жизнь при Старом порядке», в которой автор рассматривает всестороннюю эволюцию детства в период от Средневековья до Нового времени [3].

Немногочисленные работы посвящены истории советского детства. Отдельно стоит остановиться на работе К. Келли «Маленькие граждане большой страны: интернационализм, дети и советская пропаганда», в которой сквозь призму детской литературы прослеживается эволюция отношения к детям за весь период существования Советского союза. Надо сказать, что К. Келли видит модернизацию советского детства со стороны государства, построенном на «современных» универсалистских принципах заботы о детях, в частности, она указывает на стремительное вмешательство государства в жизнь семьи, а также на институционализацию подрастающего поколения [6].

В работе К. Келли не приводится история детского коллекционирования в СССР, хотя имеющиеся источники позволяют рассмотреть данную тему, как на фоне истории советского коллекционирования, так и в контексте антропологии советского детства.

В 1920-е гг. в СССР появляются новые концепции воспитания и требования к человеку будущего коммунистического общества, в том числе, и разнообразные формы досуга, позволяющие сформировать качества, достойные советского человека. Так, своеобразную попытку самоорганизации детского досуга в ноябре 1922 года предприняли 16 учеников пермской школы №17. Это был кружок юных коллекционеров, предметом собирательства которых были марки. Надо сказать, что дети навряд ли видели в этой деятельности что-то крамольное, буржуазное и уж точно не думали о личной выгоде в этом вопросе. Однако заведующий школой осудил их деятельность и запретил кружок в силу того, что узрел в коллекционировании «буржуазные корни» [14, с. 18–19]. Наверняка заведующий пермской школой не был в курсе уже зародившегося к тому времени проекта советского коллекционирования.

Действительно, после октябрьской революции 1917 года частные коллекции массово изымаются и национализируются, а коллекционеры подвергаются репрессиям или эмигрируют из страны.

Обращаясь к изучению советского коллекционирования, Д. Грант находит в нем государственный конструкт, имеющий своей целью экстраполяцию социалистических идей на общество и механизмы идеологического контроля со стороны тоталитарного государство [19]. Однако такой взгляд является поверх-

ностным, поскольку в насаждаемых государством процессах он упускает второе звено цепи – людей, для которых, как утверждает О.В. Игнатьева, коллекционирование являлось формой индивидуального выбора и досуга [5, с. 80]. Однако и этот взгляд не позволяет объяснить смысл собирательской деятельности относительно ребенка, поскольку ребенок а priori является свободным существом, которое невозможно загнать в тоталитарные рамки и, точно также он не способен осознавать собственную свободу, равно как и заниматься тем, что не представляет для него специального интереса. Именно поэтому на первый план в изучении детского коллекционирования мы выдвигаем социально-психологические концепции, которые утверждают, что «Коллекционирование в детских возрастах – одна из деятельностей, существующая в детской субкультуре. Возникновение и развитие коллекционирования происходит в связи со становлением интеллектуальной сферы и познавательной деятельности ребенка в процессе обучения в школе, а также с изменениями личности и перестройкой сферы интересов ребенка. Коллекционирование характеризуют как способ материализации «я» ребенка в мире, а также как деятельность, посредством которой возможно включение ребенка в детское сообщество» [7, с. 34].

Таким образом, феномен детского коллекционирования представляется нам как психологическая потребность в познании, визуализации знания. В качестве подтверждения этого тезиса можно утверждать, что советское государство обратилось к детской литературе [6] и производству игрушек [10, с. 16] гораздо позже, нежели к филателии. Иными словами, марка, спичечные этикетки и боны являлись единственным визуальным источником познания, позволяющим удовлетворить юную потребность в познании и сложить воедино отдельные пазлы тематической информации.

Развернувшаяся в 1920-е годы кампания по развитию массового коллекционирования проявилась в поиске смыслов и провозглашении отечественного коллекционирования как особого вида квазинаучной деятельности. Отстаивая немаловажную роль собирательской деятельности, советские популяризаторы в лице Ф.Г. Чучина и М.Я. Сюзюмова заметили, как буквально на их глазах открылась золотая жила, позволяющая удовлетворить обширный круг потребностей новорожденного советского общества.

Вчитываясь в документы, связанные с первыми шагами советского коллекционирования, хорошо видно отсутствие единого плана и даже, в какой-то степени, проявляется фактор случайности в деятельности тех лиц, которые оказались непосредственно причастными к появлению нового, советского, дискурса коллекционирования.



Летом 1922 года Ф.Г. Чучин – председатель Всероссийской чрезвычайной комиссии по ликвидации неграмотности, по всей стране рассылает инструкцию о сборе почтовых марок, целью которых является их продажа зарубежным коллекционерам и получением средств, которые пойдут на помощь голодающим [17]. Позднее идут соответствующие компании в поддержку советской филателии. Так, например, 19 августа 1922 года проводится первый День филателии, а с сентября 1922 года начинает выходить ежемесячный журнал «Советский филателист», который в 1925 году будет переименован в «Советский коллекционер».<sup>1</sup>

Советское государство уделяло большое внимание воспитанию подрастающего поколения. Так в 1918 г. был создан Российский коммунистический союз молодежи, на III съезде которого В.И. Ленин описал задачи коммунистической молодежи: «Старое разрушено, как его и следовало разрушить, оно представляет из себя груды развалин, как и следовало его превратить в груды развалин. Расчищена почва, и на этой почве молодое коммунистическое поколение должно строить коммунистическое общество» [9].

Стремление к воспитанию поколения «новых людей» в 1920-е годы влияло и на рост числа новаторских проектов в сфере искусства и литературы для детей. Первые упоминания о связи нового вида коллекционирования с детской средой относятся к марту 1924 года, когда в журнале «Советский филателист» вышла статья юного филателиста М. Артомонова об инициативе создания секций юных филателистов, которые должны основываться на принципах взаимопомощи, соревновательности и просвещения. Стоит отметить, что в этой статье впервые проявляется призма, через которую нужно рассматривать марку: «надо сказать, и не только сказать, а уяснить, что марка ценность не только материальная, а прежде всего и больше всего историческая, научная ценность, предмет искусства и культуры» [1, с. 21]. В сентябрьском номере журнала появляется положение секции юных филателистов, в котором декламируются следующие задачи:

«а) Объединение юных коллекционеров в возрасте от 8 до 18 лет, интересующихся коллекционированием почтовых, гербовых, благотворительных и фискальных марок, денежных знаков, бон, монет, медалей и благотворительных значков;

---

<sup>1</sup> Журнал выходил до 1932 года. В 1963 году по инициативе Московского городского общества коллекционеров начинает издаваться сборник «Советский коллекционер», выходил под этим названием до 1991 года.

б) Содействие успешному и правильному развитию этих видов коллекционирования;

в) Развитие среди молодежи интереса к собиранию предметов, являющихся памятниками исторических, историко-культурных и бытовых явлений жизни народов и государств;

г) Укрепление в сознании молодежи убеждения, что собирание является педагогической мерой, облегчающей приобретение навыков к организации, классификации и порядку и помогающей в изучении истории, географии и иностранных языков;

д) Ограждение материальных интересов собирателей и снабжение предметами коллекционирования по самым доступным ценам;

е) Разработка этики коллекционера;

ж) Развитие коллективного творчества среди молодежи в области коллекционирования;

з) Организация кооперативного снабжения материалами коллекционирования» [13].

С этого момента секции юных филателистов возникают как при городских отделениях Всероссийского общества филателистов, так и при школах Петрограда, Краснодара, Златоуста и т.д. [8]. Впоследствии председатель Всероссийского общества филателистов Ф. Г. Чучин определяет контекст, в котором, по его мнению, должна существовать филателия: «Надо раз и навсегда покончить с пренебрежительно-презрительным отношением к филателии взрослых, особенно педагогов и родителей... Надо внести филателию в обиход наших подтехникумов, школьных и дошкольных учреждений, надо использовать изучаемый ею материал в качестве иллюстраций при лабораторном методе занятий в учебных заведениях» [18]. Вследствие этого на площадке филателистического журнала возникает дискурс педагогической филателии.

В этом же номере выходит статья члена филателистического интернационала «Филателия и педагогика», в которой автор, отсылая читателя к идеям И.П. Павлова, утверждает, что коллекционирование позволяет воспитывать человека нового общества за счет наличия «постоянно достигаемой, но недостижимой цели» [4, с. 7]. Автор акцентирует внимание на характере почтовых марок, которые должно выпускать Советское государство: «Марки же отражают многие стороны человеческой жизни, а в том числе и переходный период к новому пролетарскому обществу. Поэтому совершенно особенную, но страстную склонность к коллекционированию революционный пролетариат должен окрасить новыми характерными чертами» [4, с. 8]. Необходимо отметить, что некий

Бубу в тексте своей статьи устанавливает педагогические результаты собирательской деятельности, делающие будущее советское общество лучше: «Я отмечаю пользу филателии, главным образом, для детей и юношей. Сама по себе она является развлечением и скрашивающим время, когда жизнь еще беззаботна. Известны несравненные сильные качества филателиста: опрятность, любовь к порядку, стремление к совершенству» [4, с. 8].

Таким образом, к 1924 году коллекционирование признается государством неотъемлемой частью советского досуга и, самое важное, полезной в воспитании и социализации детей деятельностью. С одной стороны, коллекционирование в Проекте Чучина подразумевало самые безобидные для государства формы, а именно, филателию, к которой в поздних номерах «Советского коллекционера» добавились филокартия, бонистика, нумизматика и другие формы массового собирательства: коллекционирование спичечных коробков, пивных крышек и т.д. Нужно отметить, что в филателии до определенного времени коллекционирование марок велось по странам, для того, чтобы собрать коллекцию определенного уровня, нужно было иметь редкие марки, вкладывать в коллекционирование финансовые средства. Более того, каждая марка – это метафора путешествия, апология свободы передвижения, коммуникация с гражданами других государств и инвестиция; часть этих аспектов была недопустима в советском государстве, а часть должна была быть ограничена.

С другой стороны, советское коллекционирование противопоставляется буржуазному и постепенно начинает рассматриваться как один из способов окультуривания масс. Потенциал филателии и новых форм коллекционирования в борьбе с безграмотностью и идеологической работе получает новые возможности в связи с дискуссией вокруг так называемого «тематического коллекционирования». Однако, в СССР не существовало форм коллекционирования, соответствующих государственным стандартам. Используя терминологию Ж. Бодрийяра, требовался симулякр. Вот собственно против этих признаков «буржуазной филателии» в 1925 году выступает М.Я. Сюзюмов – руководитель кружка юных филателистов из Златоуста, который предлагает повсеместно ввести тематическое коллекционирование, основой которого является историко-политико-экономическое классифицирование альбомов [5, с. 84]. Во избежание монетизации коллекционирования, Сюзюмов предлагает использовать особые марки: во-первых, вышедшие из прямого назначения, а во-вторых, имеющие яркую визуализацию советского.

М.Я. Сюзюмов работал учителем истории и на своих уроках активно использовал советские марки, так как в 1920-е гг. с наглядностью в преподавании,

в учебной литературе было много проблем<sup>1</sup>. Коллекции марок, собранные в тематические серии, позволяли раскрывать сложные темы и в нужном идеологическом контексте. И, кроме того, выступали в качестве познавательного досуга в форме коллективной деятельности школьников.

Однако на II Всесоюзном съезде коллекционеров идеи М.Я. Сюзюмова были раскритикованы. Предметом критики стал отход от коллекционирования «свежих» марок, классифицированных по принадлежности к стране. Именно юношеское отделение коллекционеров вступило в защиту проекта златоустовской платформы, признав его подходящим для молодежи [2, с. 10].

Итак, возвращаясь к истории, произошедшей в Перми со школьниками-коллекционерами, устраивавшими встречи кружка филателистов в течение трех лет, несмотря на гонения администрации школы. В связи с поддержкой государством советского коллекционирования, разрешением открывать соответствующие кружки и общества, в начале 1925 года кружок стал работать официально: юным пермским филателистам выделили помещение, разрешили обустроить «уголок коллекционера» и проводить выставки. На своей первой выставке ученики продемонстрировали свои коллекции, а также принципы, на которых зиждется эта деятельность [14].

Таким образом, тематический принцип коллекционирования становится ключевым для детского собирательства в СССР, распространяясь из филателии и на другие сферы коллекционирования – бонистику, филократию, филумению, библиофильство. Тематический принцип, с одной стороны, позволял использовать собранные коллекции в агитационной работе и образовании, поскольку темы отражали советскую историю, противостояние СССР и капиталистических стран. В этом отношении авторы «Златоустовской платформы» оказались новаторами, в условиях катастрофической нехватки литературы и наглядных пособий для образовательной и идеологической работы, многие педагоги и филателисты, в том числе и сам М.Я. Сюзюмов, не только используют филателию и бонии в педагогической деятельности, но и выпускают учебно-методические пособия, где уроки строятся вокруг визуального материала – марки [15].

Тематический принцип также позволял уйти от коллекции как материального сокровища и установить социалистические принципы в собирательстве, ибо оно не привязано к финансовым возможностям собирателя, в отличие от буржуазного, где качество коллекции зависит от вложенных средств и редких марок.

---

<sup>1</sup> См. например, Виппер Р.Ю. Учебник истории. Древность. Рига. 1925. 236 с.

Характер прежнего коллекционирования предполагал наличие свободного времени, необходимого для поиска новых предметов коллекции, их изучения, погружения в коллекционирование как особую практику и даже в какой-то степени психологическую зависимость коллекционера от своего увлечения. Проект советского коллекционирования, напротив, направлен на развитие навыков и психологии советского человека: внимательность, педантичность, широта кругозора и т.д., разумеется, в едином порыве с государственной идеологией. И всё-таки среди юных коллекционеров случались кражи альбомов, публичное порицание «особо усердствующих» коллекционеров в пионерской среде [13, с. 21].

Марки, прежде всего, гашеные марки, были доступны всем, таким образом, можно было пропагандировать массовые практики коллекционирования, утверждение: «в СССР филателия будет или доступна массам, или же ее совсем не будет» [16, с. 5], соответствовало в целом идеям коллективного характера не только труда, но и досуга.

### Библиографический список

1. Артамонов М. Страничка юных филателистов // Советская филателия, 1924, № 2. С. 19–22.
2. Артомонов М. Златоустовская платформа и молодежь // Советский коллекционер. №22, 1925. с. 10.
3. Арьес Ф. Ребёнок и семейная жизнь при Старом порядке. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1999. 416 с.
4. Бубу. Филателия и педагогика // Советская филателия, 1924, № 11–12. С. 6–8.
5. Игнатьева О.В. Советское коллекционирование в контексте культурной революции // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. №4, 2019. с. 80–89.
6. Келли К. Маленькие граждане большой страны: интернационализм, дети и советская пропаганда // Новое литературное обозрение. 2003. № 2 // URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2003/2/malenkie-grazhdane-bolshoj-strany-1-internacjonalizm-deti-i-sovetskaya-propaganda-2.html> (дата обращения: 30.01.2022).
7. Корепанова И.А., Жукова Е.А. Коллекционирование – феномен культурный и психологический // Культурно-историческая психология. № 4, 2007. с. 32–38.
8. Кулаков В. Филателия в Москве: организационное укрепление 1923–1924 годов // Филателия СССР. 1991. № 3. С. 18–19.

9. Ленин В.И. Речь на III Всероссийском съезде Российского коммунистического союза молодежи. 2 октября 1920 г. // URL: <http://docs.historyrussia.org/ru/nodes/138895-rech-v-i-lenina-zadachi-soyuzov-molodezhi-rech-na-iii-vserossiyskom-sezde-rossiyskogo-kommunisticheskogo-soyuza-molodezhi-2-oktyabrya-1920-g> (дата обращения: 28.01.2022).
10. Марченко М.А. На стыке культур. Игрушка СССР 1920–1930-х годов // Общество. Среда. Развитие. 2017, № 3. С.15–20.
11. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения / Сост. и предисл. И. С. Кона. М.: Наука, 1988. 429 с.
12. Положение о секциях юных филателистов // Советская филателия, 1924, №9. С. 21–22.
13. Страничка юного коллекционера // Советский коллекционер. №1, 1926. с. 21.
14. Ушков Б. В Пермском отделе ВОК // Советский коллекционер. 1926. с. 18–19.
15. Чачиков А. Филателия в школе. Народный комиссариат просвещения РСФСР. 1930. 59 с.
16. Что и как собирать? Платформа Златоустовского кружка юных филателистов // Советский коллекционер, 1925, № 5 (33). С. 4 – 5.
17. Чучин Ф.Г. Наши задачи // Советская филателия, 1922, № 1. С. 3–4.
18. Чучин Ф.Г. Филателия в советской школе // Советская филателия, 1924, №11–12. С. 9–10.
19. Grant J. The Socialist Construction of Philately in the Early Soviet // Comparative Studies in Society and History, Vol. 37, No. 3 (Jul., 1995), pp. 476–493.

## **DEVELOPMENT OF CHILDREN'S COLLECTIBLES IN THE USSR IN THE 1920S**

*A. S. Ivanov*  
*Perm State University*

Based on a wide range of sources, the article examines the early stage and forms of Soviet collecting among children, identifies new meanings of children's collecting. The main contradiction revealed in Soviet collecting is connected, on the one hand, in the desire of the state to control mass forms of collecting and benefit from them, on the other hand, for young collectors, collecting was a form of individual choice, satisfaction of the need for knowledge and socialization.

In the course of the study, it was found that, starting from the NEP period, collecting practices were supported and controlled by the state in connection with the possibility of their mass distribution as a means of education, socialization and propaganda of socialist values. It has been established that in Soviet times the meanings of collecting changed, from the collection as an attribute of status, to socialist collecting – as an educational and educational leisure.

**Keywords:** History of Russia in the 20th century, Children's collecting, History of private collecting.

## НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗВИТИЯ ЛИДЕРСТВА В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

*Л. И. Калугина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Научная статья посвящена обозначению ключевых траекторий, направленных на поддержку молодёжного лидерства путем неформального образования. Актуальность исследования обуславливается неоднозначной позицией молодёжного лидерства как феномена, а также активно набирающими популярность технологиями неформального образования. В статье затрагивается проблема недостаточного внимания к неформальному образованию, как ресурсу, позволяющему привлечь представителей молодёжи, а также поднять степень владения навыками у лидеров групп молодого поколения. В публикации были изучены механизмы поддержки молодёжного лидерства при помощи инструментов неформального образования в Российской Федерации, его основных принципов и отличительных черт. Автор уделяет отдельное внимание вопросу взаимосвязи признаков неформального образования и особенностей молодого поколения, а также конкретным практикам и субъектам реализации процесса неформального образования.

**Ключевые слова:** молодёжь, лидерство, неформальное образование, soft-skills, андрагогика, Росмолодёжь, форум, тренинг.

В последнее десятилетие заметно изменение отношения к молодёжи, позиционированию данной группы уже не как наблюдателей, а как акторов изменений в социальной, экономической, политической и культурной средах жизни. Запущенный процесс активного участия в жизни страны молодым поколением требует достаточного количества разного типа ресурсов. В рамках данной работы нами будет сделан экскурс, позволяющий обозначить ключевые траектории,



направленные на поддержку молодёжного лидерства в Российской Федерации путем неформального образования.

Актуальность темы работы обусловлена неоднозначной позицией молодёжного лидерства как феномена, а также набирающими популярность технологиями неформального образования. Дополнительно стоит подчеркнуть, что данная тема раскрывается в важнейших нормативно-правовых актах Российской Федерации для общества и образования таких как: Конституция Российской Федерации, Стратегия развития государственной молодёжной политики до 2025 года, Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ. Необходимо подчеркнуть, что одна из ключевых государственных структур для реализации неформального образования молодёжи и взрослых людей – ФАДМ «Росмолодёжь», разработало систему ключевых показателей (СКП) для регионов, чтобы мотивировать и систематизировать это направление деятельности в регионах на государственном уровне.

По нашему мнению, в современном мире стоит проблема недостаточного внимания к теме неформального образования, как ресурса, позволяющего эффективно привлечь молодую аудиторию, а также поднять степень владения навыками у лидеров групп данной аудитории. С точки зрения практического применения, данная проблема напрямую влияет как на саму молодёжь, так и на специалистов, которые затрудняются в подборе форматов и практик реализации программ и мероприятий для молодёжи.

Целью данной работы является исследование феномена молодёжного лидерства и его поддержка при помощи инструментов неформального образования в Российской Федерации.

Методологическая основа работы включает в себя анализ и последующую классификацию исторически сложившихся теорий лидерства, а также конкретизация факторов, способствующих разграничению молодёжного лидерства как самостоятельной подгруппы на основе материалов научной и дополнительной литературы. Ранее нами были изучены особенности и положение неформального образования в системе образования и молодёжной политики Российской Федерации, а также его влияние на феномен молодёжного лидерства. С помощью Интернет-ресурсов были найдены и изучены конкретные кейсы, в рамках которых можно проанализировать механизм и степень эффективности поддержки молодёжного лидерства через форматы неформального образования.

Ценность данной работы обусловлена, во-первых, недостаточным вниманием к вопросу молодёжного лидерства, а также его неустойчивой позиции в рамках молодёжной политики в целом, что доказывается отсутствием обшир-

ного количества научной и дополнительной литературы по данному вопросу, во-вторых, неоднозначной позицией неформального образования в силу относительной новизны понятия на территории Российской Федерации.

Для того, чтобы анализировать место неформального образования (далее по тексту – НФО) в системе образования Российской Федерации, стоит обозначить изначальное место неформального образования в образовательной системе. Для понимания характерных особенностей и дальнейшего теоретического исследования темы следует дать определение всем видам образования, выделяемым в соответствии с международной стандартной классификацией образования [1]. Выделяется три составляющих непрерывного образования: формальное, неформальное и информальное (естественное).

На сегодняшний день большое количество исследователей-теоретиков в различных странах работают над осмыслением данных видов образования, а именно: А.Е. Марон, Ф. Кумбс, Дж. Салливан, Т. Симкинс, В.Г. Онушкин, С. Г. Вершловский, М.Р. Илакавичус, И.А. Колесникова, Е.Л. Фрумина, М.С. Якушкина и др.

Неформальное образование (далее по тексту – НФО) подразумевает под собой личностную или социальную программу образования вне специализированного учреждения, которая увеличивает перечень знаний и навыков, необходимых в современном VUCA-мире (VUCA: volatility – нестабильность; uncertainty – неопределенность; complexity – сложность; ambiguity – неоднозначность) [2]. НФО помогает человеку стать личностью с активной гражданской и не только позицией в обществе, которая умеет с ответственностью и креативом подходить к решению возникающих проблем.

Неформальное образование имеет свои принципы. Основными из них являются: добровольность получения образования, особая среда, обучение через опыт, например, модель обучения Колба [3], активное участие в процессе обучения, целостный подход, коммуникация по типу «равный-равному», отсутствие внешней оценки, ориентация на групповой процесс [4]. Неформальное образование неотрывно от рефлексивного опыта и постсопровождения, а также требовательно к экспертности специалистов, тренеров и наличию у них практики.

Отличительной чертой неформального образования является холистический подход, суть которого заключается в том, что обучение наиболее эффективно, когда найден баланс между тремя составляющими: телом, разумом и чувствами. Стоит заметить, что школы, как институт формального образования, часто пренебрегают синергией данных элементов и делают упор только на разум.

Ещё одной отличительной чертой является сотрудничество, которое заменяет соревнование и конкуренцию как таковую. Неформальное образование связано на групповой динамике, которая может по-разному влиять на членов группы, но при грамотной модерации позволяет участникам вдохновлять и поддерживать друг друга, в то время как каждый член группы становится её незаменимым механизмом.

Неформальное образование, как и формальное, использует теории и концепции, а также обращается за помощью к специалистам. Тем не менее, в неформальном образовании делается акцент на вклад самих учащихся в образовательный процесс, безусловно, не отрицая фундаментальных теорий и не пренебрегая участием специалистов.

О чем могут сообщать вышеперечисленные маркеры? О том, что обучающийся в сфере НФО получает знания, умения и навыки, направленные на улучшение его персональной эффективности, повышение результативности работы коллектива или группы, а также освоение или повышение *hard-skills* (профессиональных навыков), за счёт приобретения компетенции в надпрофессиональных (*soft-skills*) навыках.

Так как неформальное образование напрямую зависит от практики, рассмотрим некоторые форматы реализации НФО. В настоящее время наиболее популярными «студенческими» форматами реализации неформального обучения являются форумы, лагеря, семинары студенческого актива, школы и курсы по приобретению гибких навыков. Не стоит забывать и про тренинговые продукты, которые имеют свою классификацию. Так, к примеру, самыми актуальными являются психологические тренинги, бизнес-тренинги, инструктивные тренинги, направленные на передачу конкретный знаний, технологий, правил и алгоритмов [5].

Отдельного внимания заслуживает корпоративный сектор: часто неформальное образование используется при обучении потенциальных клиентов и сотрудников. Существуют также тренинг-марафоны, которые проводятся тренинговыми центрами по запросу. Чаще всего они ориентированы на профориентацию, диалог с потенциальными работодателями, освоение «мягких навыков». Учитывая тенденцию диспропорции между квалифицированными выпускниками официальных программ университетов и реальными запросами рынка труда, неформальное образование может являться ключом к восполнению недостающих пробелов в знаниях.

Тренинг-марафоны часто проводятся и на базе вузов, лаконично сочетая два вида образования – формального и неформального. Так, к примеру, сту-

дент, после пар по основной специальности может уделить свободное время встрече с потенциальным работодателем, задать интересующие вопросы и получить экспертное мнение в области специализации самого студента.

Выделенные выше форматы имеют высокую релевантность оттого, что их реализация на практике происходит конкретными компетентными командами, компаниями и объединениями.

Российские учёные, исследующие феномен неформального образования, чаще всего опираются на опыт и труды зарубежных коллег. Также, в связи с тем, что в России, как и в ряде других стран, существует система дополнительного образования, то нередко происходит ошибочное отождествление дополнительного и неформального образования. Изучив Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ, мы убедились, что графы «неформального образования» в структуре образования нет. В рамках образовательной системы нашей страны выделяют лишь: общее образование, профессиональное образование, дополнительное образование и профессиональное обучение. Однако, в международной стандартной классификации образования (International Standard Classification of Education (ISCED) 2011), принятой на Генеральной конференции ЮНЕСКО [6], неформальному образованию посвящено отдельное положение, в котором прописаны особенности данного вида образования. Также необходимо обратить внимание на то, что в тексте документа отмечается, что образовательные программы стран могут отличаться и варьироваться в зависимости от национального контекста.

Неформальное образование, в силу своей неоднозначности, также не имеет чёткого разделения на демографические ступени. В наших исследованиях, выполненных ранее, мы выяснили, что неформальное обучение строится на принципах андрагогики – «педагогика для взрослых». Молодёжь, как социально-демографическая группа, согласно ФЗ «О молодёжной политике Российской Федерации», определяется рамками 14–35 лет, попадая при этом под возрастную категорию, обучение которой руководствуется принципами андрагогики.

Рассмотрим связь основных признаков НФО и молодёжи, как особой социальной группы. Во-первых, молодёжь, как мы выяснили, отличается своей мобильностью, скоростью принятия решений, креативностью, адаптивностью к таймингу, локации. Аналогичными фундаментальными признаками обладает и неформальное образование. Во-вторых, в неформальном образовании отводится отдельное место рефлексивному блоку, с которым молодёжь может самостоятельно справиться, ввиду психологических особенностей, проявляющихся у части группы – повышенной чувствительности к происходящим процессам, поиску причин побед и неудач, если же рефлексивный блок, согласно групповой динамике, не имеет достаточного темпа, то тренер-модератор помогает осуще-

ствить групповую рефлексию. В-третьих, стоит отметить, что одним из аспектов НФО является практикоориентированность. Молодёжь, в особенности – работающая, отдаёт приоритет практическим знаниям, которые возможно применить в повседневной жизни, поэтому мы можем выделить как минимум три общих пункта между неформальным образованием и особенностями молодёжи.

Вопрос неформального образования в молодёжной политике – далеко не самый последний, об этом свидетельствуют упоминания данного термина на официальном сайте Федерального агентства по делам молодёжи «Росмолодёжь» [7]. Начало обсуждений вопроса неформального образования в новостной сводке датируется 2010 годом, упоминания об НФО участились за последние два года. Неформальному образованию уделяется достаточное внимание в контексте форумов, как одному из самых очевидных форматов получения неформального образования. Далее, как мы выяснили ранее, в настоящее время наиболее популярными молодёжными форматами реализации неформального обучения являются форумы, лагеря, семинары студактива, школы и курсы. Росмолодёжь активно информирует потенциальных участников данных форматов на официальном сайте, аккаунтах в социальных сетях. Неформальное образование становится спецификой следующих анонсируемых мероприятий: молодёжного Международного форума ТИМ «Бирюса» – образовательного форума, проводимого на территории Красноярского края [8]; Федеральной школы студенческого самоуправления «ПРОдвижение» в Тюмени [9]; площадок Всероссийского образовательного проекта «Тренинг-марафон», который проводится в рамках федерального проекта Общероссийской общественной организации «Российский Союз Молодёжи» [10] – «Неформальное образование». Все вышеперечисленные анонсы мероприятий на информационных ресурсах активно транслируют, что в качестве подхода к формированию программы и работы с участниками выбрано неформальное образование, которое сочетает в себе личностное и социальное обучение, а также основано на принципах мотивированного обучения и ответственного участия. Как правило, участниками форумов становится активная молодёжь (возрастные рамки варьируются, чаще всего 16–35 лет), которая предварительно должна пройти отбор на уровне субъекта, что предполагает наличие у представителей молодёжи достаточной мотивированности, при условии предстоящего конкурентного отбора. Участие в форумах добровольное, что соответствует одному из самых главных принципов неформального образования, также происходит погружение в групповой процесс. Как правило, все образовательные площадки форума входят в обязательную программу, что нацелено на активное включение участников в работу. Также востребованы форматы case-клубов и объединений подобной направленности, которые развивают навыки когнитивной гибкости и разрешения различных про-

блемных задач, ассесмент-объединения, институты тьюторства и наставничества (специалисты по индивидуальному развитию личности в рамках вузовской деятельности). Студенческие советы и студенческие профсоюзы регулярно проводят обучение своих активистов по направлениям проектного менеджмента, управления и работы в команде, планированию, ораторскому искусству и др. Сама сфера общественной деятельности в образовательной организации здесь тоже способствует развитию надпрофессиональной компетентности. Стоит отметить, что активную просветительскую функцию в сфере неформального образования, как одного из элементов непрерывного образования, в России выполняют некоммерческие организации (далее по тексту – НКО) и общественные объединения, к числу которых можно отнести тренинговые центры неформального образования, которые создаются в Российской Федерации в правовом статусе НКО или общественных объединений, организаций или структурного подразделения.

Отметим, что неформальное образование в молодёжной политике Российской Федерации активно развивается посредством проведения мероприятия различных форматов, в реализацию непрерывного образования включены как сами участники (в большинстве своём – молодёжь), так и органы исполнительной власти (как федеральные, так и субъектов), представители некоммерческого сектора, а также центры, оказывающие платные услуги. Согласно статистическим данным, неформальное образование, как дополнительный вид образования, выбирают представители молодёжи с активной гражданской позицией, стремящиеся развить не только личные профессиональные, надпрофессиональные и мета-навыки, но и среду, в которой живут, общество, с которым взаимодействуют. Ранее мы выяснили, что молодёжные лидеры являются двигателями мнений, изменений и новшеств. Они ведут за собой коллектив, провоцируют его участников на изменения. И.В. Иванова в своей статье определяет образовательное пространство неформального образования как часть социального пространства, главной функцией которого является формирование будущего поколения граждан и обеспечение персонификации развития личности [11]. Неформальное образование в контексте молодёжного лидерства можно рассматривать с двух позиций: как способ влияния непосредственно на молодёжных лидеров, и как инструмент, при помощи которого молодые лидеры могут влиять на своих последователей, окружение, общество.

В заключение отметим, что неформальное образование активно внедряется в систему непрерывного образования молодого поколения. Оно позволяет молодёжи стать не только частью процесса неформального обучения, но и организаторами своих инициатив. Надпрофессиональные навыки, в число которых входят коммуникативные, навыки самоорганизации, креативного мышления,

умения работать с информацией, которые становятся необходимыми для ведения успешной деятельности в двадцать первом веке, позволяют молодым лидерам успешно выстраивать работу в окружающей действительности и сподвигать на позитивные изменения группы, в которых они являются лидерами, а также готовить преемников, которые продолжают развитие идей в социальной, культурной, политической или экономической сферах.

### Библиографический список

1. Международная стандартная классификация образования МСКО 2011. Текст : электронный // Гарант.ру : [сайт]. URL: <http://base.garant.ru/71576778/> (дата обращения: 14.02.2022).

2. Артамонова Е.В., Артамонов В.А. Проблемы образования в постиндустриальную эпоху // Социальные новации и социальные науки. 2021. № 1(3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-obrazovaniya-v-postindustrialnuyu-epoxyu> (дата обращения: 01.02.2022).

3. Барсукова А.Д. Модель Д.А. Колба как методологическая основа освоения тренинговых технологий в ракурсе дисциплины «Теория и практика тренинга» // Междисциплинарные исследования: опыт прошлого, возможности настоящего, стратегии будущего. 2021. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-obucheniya-d-a-kolba-kak-metodologicheskaya-osnova-osvoeniya-treningovyh-tehnologiy-v-kurse-distipliny-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 01.02.2022).

4. Фельдман А. Неформальное образование. Подходы. Принципы. Ценности. Текст: электронный: [сайт]. URL: [https://lomonosov-msu.ru/file/event/3840/eid3840\\_attach\\_d9690cad0befae097390123e17fc8a37bc775bca.pdf](https://lomonosov-msu.ru/file/event/3840/eid3840_attach_d9690cad0befae097390123e17fc8a37bc775bca.pdf) (дата обращения: 04.02.2022).

5. Козлов Н.И. Обзор современных видов и форм тренинговой деятельности в России // Социально-гуманитарные знания. 2010. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-sovremennyh-vidov-i-form-treningovoy-deyatelnosti-v-rossii-1> (дата обращения: 05.01.2022).

6. International Standard Classification of Education (ISCED). Текст : электронный // UNESCO Institute of Statistics : [сайт]. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf> (дата обращения: 04.02.2022).

7. Федеральное агентство по делам молодёжи «Росмолодёжь». Текст: электронный. Росмолодёжь: [сайт]. URL: <https://fadm.gov.ru> (дата обращения: 06.02.2022).

8. Бирюса – всероссийский молодёжный форум. Текст : электронный. ТИМ «Бирюса»: [сайт]. URL: <https://timbiryusa.ru> (дата обращения: 06.02.2022).

9. Федеральная школа ССУ «ПРОдвижение». Текст : электронный : [сайт]. URL: <https://vk.com/schoolstudent> (дата обращения: 06.02.2022).

10. Общероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи». Текст: электронный. ruu.ru : [сайт]. URL: <https://www.ruu.ru> (дата обращения: 06.02.2022).

11. Иванова И.В. Неформальное образование инвестиции в человеческий капитал // Вестн. Том. гос. ун-та. 2015. № 390. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neformalnoe-obrazovanie-investitsii-v-chelovecheskiy-kapital-1> (дата обращения: 16.06.2021).

## **NON-FORMAL EDUCATION IN THE CONTEXT OF THE NEED TO DEVELOP YOUTH LEADERSHIP**

*L. I. Kalugina*

*Perm State University*

The scientific article is devoted to the designation of key trajectories aimed at supporting youth leadership through non-formal education. The relevance of the study is determined by the ambiguous position of youth leadership as a phenomenon, as well as by the technologies of non-formal education that are actively gaining popularity. The article touches upon the problem of insufficient attention to non-formal education as a resource that allows attracting youth representatives, as well as raising the level of skills among the leaders of the groups of the younger generation. The publication studied the mechanisms for supporting youth leadership with the help of non-formal education tools in the Russian Federation, its basic principles and distinctive features. The author pays special attention to the issue of the relationship between the features of non-formal education and the characteristics of the younger generation, as well as specific practices and subjects of the implementation of the process of non-formal education.

**Keywords:** youth, leadership, non-formal education, soft-skills, andragogy, Rosmolodezh, forum, training.



УДК 930.85(410)

ББК 71.1+63.3(4Вел4)

## **ФЕНОМЕН ДЕНДИЗМА В АНГЛИИ В КОНЦЕ XVIII – НАЧАЛЕ XIX ВВ.**

*М. С. Карелина*

*А. В. Манторова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматривается история возникновения и развитие дендизма в Англии конца XVIII – начала XIX вв. как социокультурного феномена. Автор выделяет основные причины появления дендизма, характеризует нововведения социокультурного течения, приводит описание биографии первого денди – Джорджа Браммела, и объясняет значимость его фигуры для дендизма. Проведенное исследование позволяет раскрыть философский смысл, а также объяснить в чём заключается феномен дендизма в Англии конца XVIII – начала XIX вв.

**Ключевые слова:** дендизм, денди, культура, мода, социокультурное явление.

Родиной дендизма по праву считается Англия. Данное социокультурное явление зародилось здесь в XVIII – начале XIX вв. как форма борьбы представителей среднего класса с буржуазией. Причиной противостояния послужило различное мировоззрение: культ свободы личности денди против общепринятых моральных норм и ценностей буржуа. Можно выделить три основных предпосылки возникновения английского дендизма: демократизация общества, влияние идей европейского романтизма и модный рассвет Лондона [1].

В результате английской буржуазной революции XVII века дорога к власти была открыта новому классу – буржуазии. В связи с установкой парламентской монархии происходит демократизация общества. Ближе к концу XVII века в английском парламенте сложились две партии: тори и виги. Тори выражали интересы высшего духовенства англиканской церкви и земельной аристократии, а виги интересы обуржуазившейся дворянской аристократии, а также

крупной торговой буржуазии. Виги и тори боролись между собой за количество мест в парламенте и за право стать основной партией государства. В результате в Англии появилась двухпартийная система. Виги в будущем всё же получают власть и устанавливают достаточно крепкие отношения с торгово-финансовой буржуазией, предоставляя им льготы и помощь, создавая законопроекты, отвечающие их интересам. Вследствие чего буржуазия укрепила свои позиции как внутри страны, так и на внешнем рынке. Также благоприятным этапом истории для буржуазии оказалась промышленная революция XVIII века, ведь она привела к экономическому, а после и политическому превосходству буржуазии [2]. В период индустриализации появляется средний класс, в который входили представители мелкой буржуазии, служащие государственных компаний и учреждений. Именно к этому классу по своему происхождению зачастую относились первые денди.

Парламентская монархия положительно сказалась на положении страны – доказательство тому быстрый рост промышленности. Развивалось портняжное дело и появлялись искусственные красители для ткани, что во многом упростило и удешевило процесс создания одежды. Теперь приобщиться к высокой моде могли и представители среднего класса, что указывает на размытие границ социального статуса. У англичан появляется всё больше возможностей выделиться из толпы, показать свою индивидуальность. Опережая Париж, Лондон становится столицей моды.

Англия, как и многие другие страны Европы, находилась достаточно долгое время в напряженном состоянии из-за войн, внутренних конфликтов и революций. Люди были вымотаны эмоционально, ведь несмотря на преимущества индустриализации, их надежды на социальное равенство не были воплощены в жизнь – главенствующее место в политической и экономической жизни Англии занимала буржуазия. В это время стал набирать популярность культ свободы личности, вдохновленный европейским романтизмом. Благодаря идеям романтизма в английском обществе меняется представление о значении личности в жизни человека, о её возможностях. Большое внимание теперь уделяется единичности и неповторимости личности, появляются активные тенденции индивидуализации [3].

Первым денди и родоначальником дендизма считается Джордж Брайан Браммел – известный лондонский законодатель мод. Французский публицист Барбе д'Оревильи, написавший книгу «Дендизм и Джордж Браммелл», считал, что лучше изучать феномен дендизма по фазе расцвета, то есть по пику популярности первого денди. В то время Браммелл был экспертом стиля и законода-

телем моды, многие аристократы подражали ему и спрашивали советы по поводу костюма. Получить негативный отзыв от него равнялось позору, а он очень любил саркастичные колкости. Модное новаторство первого денди заключалось в следующих вещах: в уходе за собой, идеальном крое костюма и сверкающих от чистоты гессенских сапожек. Каждый день Браммела начинался с нескольких часов, проведенных у зеркала. Он уделял большое внимание своей гигиене: ежедневно чистил зубы и принимал ванну, следил за опрятностью маникюра. Удивительно, но это было новшество даже среди аристократов, ведь зачастую они предпочитали духи ванне. Популярные на тот момент парики Джордж меняет на аккуратную короткую стрижку. Что касается костюма, то он должен сидеть по фигуре, подчеркивая ее преимущества [4]. Обувь, а точнее гессенские сапожки первого денди скрывали под собой штрипки, позволяющие натягивать панталоны так, что они никогда не мялись. Одежда должна быть сдержанной, но стильной: аксессуары присутствуют, но в небольшом количестве. Все украшения ограничивались буквально кольцом и латунными пуговицами фрака. Также часто денди можно было увидеть в цилиндре. Знаковый для дендизма накрахмаленный шейный платок, Браммел завязывал особым способом. Ходили легенды, что он тратит по несколько часов, чтобы придать платку идеальную форму [5].

В высшем свете Джордж Браммел пользовался большим успехом, что характеризовало его, как человека с хорошим вкусом и образованием, ведь аристократическое общество редко пускало в свои круги «чужаков». Денди обладал исключительной харизмой и чувством юмора, так что многие люди мечтали, чтобы он провел с ними время или ещё лучше решил бы отобедать в их доме. Имея не знатное происхождение (его дед был камердинером), но обладая безграничным обаянием и знанием основ аристократического стиля общения, он держался как равный со всеми выдающимися людьми той эпохи [6].

Джордж Браммел действительно оказал большое влияние на зарождающуюся культуру дендизма, ведь во многом она повторяла его стиль в одежде и поведение; также изучая биографию первого денди можно проследить, как размываются границы социальных классов, если даже не знатный человек может добиться такого большого успеха с помощью своих личностных качеств. Пора индивидуализма в своем расцвете.

Что касается моды, с наступлением эпохи дендизма костюм претерпевает масштабные изменения: «дендизм самовольно сталкивает, расшатывает, переозначивает стили одежды, вырабатывая индивидуальный вместо регламентированного вкуса прошлого» [7, с. 75]. Если бы дендистский стиль в одежде

можно было описать двумя словами, то это были бы безукоризненность и минималистичность. Сложно поверить, что предшественником безукоризненности и минималистичности был костюм XVII века с грушевидным силуэтом. Такой наряд не только не подчеркивал фигуру, а наоборот, делал ее визуально хуже. Этот костюм состоял из свободного сюртука, пышных штанов, чулок и камзола. Буржуазия того времени, как и денди использовала в своих костюмах сукно, но аристократия предпочитала атлас. Преобладали яркие цвета: красный, оранжевый, жёлтый, а также активно использовался золотой. Конечно, не обошлось без украшений – отделка костюма лентами, бантами или кружевом. Еще одной отличительной чертой было отношение к ношению парика, как известно, в XVII веке они все еще были популярны. Далее рассмотрим, каким образом костюм XVII века изменился до актуального по сей день дендистского костюма.

Часть причин схожа с историческими предпосылками дендизма. Во-первых, культ личности и индивидуализм: фокус с красоты костюма переходит на красоту внутреннего мира, знание манер и умение быть душой компании. Во-вторых, теперь одежда не должна обязательно подчеркивать статус, ведь демократизация английского общества размывает классовые границы [8]. В-третьих, в связи с развитием промышленного капитализма и сферы услуг, назрела необходимость служащих в простом универсальном костюме. На этом причины не заканчиваются, есть ещё одна: возросшая популярность античности во второй половине XVIII века после раскопок в Помпеях и в Геркулануме. Привезенные в Англию скульптуры, украшавшие ранее фриз Парфенона произвели большое впечатление на британцев, появилось новое понимание человеческой телесности. Существенное влияние на восприятие античной скульптуры произвел своими работами Иоганн Винкельман. Он обращал внимание на контурную линию греческих фигур, так как считал, что это позволяет лучше понять скульптуру, её характер и красоту. Правильный силуэт, контур фигуры стал считаться новым критерием прекрасного и идеального. Это вскоре отразилось и на модных тенденциях того времени. Силуэт стал определяющим фактором развития мужского костюма. В английском костюме начали происходить следующие изменения: уменьшился объем нижней части, но расправились плечи, исчезли крупные накладные элементы, полы сюртука стали уже. Говорилось, что костюм буквально прилипает к телу, подчеркивая все его достоинства – всё как по канонам античной скульптуры. Чтобы увеличить сходство с атлетическим греческим телосложением даже добавляются подложенные плечи и припуск в верхней части рукава, имитирующий выпуклые мышцы. Если раньше грушевидный силуэт напоминал форму равнобедренного треугольника с

вершиной, направленной вверх, то теперь линии лацканов образуют перевернутый треугольник, который смотрит вершиной вниз. Костюм позволяет денди проявить оригинальность через простоту. В своем минималистичном костюме он выделяется и, даже учитывая экономию визуальных выразительных средств, денди всё равно выглядят достойно и элегантно. Благодаря этому переосмыслиется отношение к одежде, и новое значение обретают гигиенические процедуры. Люди начинают понимать, насколько важно следить за собой: регулярно принимать ванну, делать аккуратные короткие стрижки, иметь ухоженный маникюр.

Костюм был не единственным нововведением, у дендизма также сформировался свой кодекс поведения. Он состоит из 3 правил: ничему не удивляться, сохраняя бесстрашие, поражать неожиданностью и оставайтесь в свете, пока вы не произвели впечатление; лишь только оно достигнуто, удалитесь [9]. Рассмотрим эти правила более подробно. Первое правило гласит: «Ничему не удивляться». Несомненно, здесь присутствует влияние романтизма и подтверждение тому такая ярко выраженная пресыщенность по отношению к абсолютно всему на свете. Денди действительно не позволяли себе показывать бурное восхищение. Обычно они избегали вопросов, требующих от них точного ответа, им не нравилось демонстрировать свои чувства. А если они всё же получили такой вопрос, то старались как-то необычно на него ответить, чтобы собеседник понял незаинтересованность денди. Примеры неприятных вопросов: вам нравится мое платье? вам понравилась прогулка в саду? Даже если всё правда понравилось, самая высокая оценка, которую можно получить от денди – не плохо. Правило номер два гласит: «Сохраняя бесстрашие, поражай неожиданностью». Как можно заметить, это правило дополняет первое и отвечает за различные авантюры. Под этими словами имелось ввиду эксцентричное поведение, свойственное денди. Эта эксцентричность проявлялась в абсурдных пустых скандалах и розыгрышах. Правило номер три призывает уходить от куда-либо, как только произведено впечатление. Во-первых, одна из главных задач денди – производить впечатление на людей. Оно может быть как хорошим, так иногда и плохим – это не всегда имеет значение. Самое главное, что имя денди находится на слуху. Это успех, если его выходка стала предметом для обсуждений или вовсе сложилась в легенды. Во-вторых, нет ничего хуже для денди, чем стать неинтересным собеседнику, показаться навязчивым. Поэтому, как только впечатление произведено, нужно мгновенно удалиться. Таким образом, они становились только более интересными и загадочными в глазах общества.

Помимо кодекса поведения новаторство дендизма заключалось в создании особого искусства скандала. Его ключевая особенность состоит в том, что он постоянно происходит на грани между дерзостью и грубостью. Главными задачами для денди являются: развлечься, спровоцировав конфликт, и выйти сухим из воды, не испортив свою репутацию. Чтобы скандал увенчался успехом должны быть соблюдены следующие критерии: наличие правил поведения и разделение ролей, например, свои и чужие [1]. Ни один пункт нельзя убирать, ведь тогда либо денди будет нечему бросать вызов, либо конфликт быстро решится, так как он происходил среди «своих», то есть среди приятелей и близких друзей. Начиная с XVIII века в Англии формируется юмористическая традиция – розыгрыши. Поначалу они имеют просветительский контекст, автор розыгрыша с образовательной целью устраивает забавный перформанс, однако в XIX веке розыгрыши приобретают исключительно развлекательный характер. Юмористы ценятся за умение рассказывать интересные истории и хорошо шутить. Как и денди, они были особыми гостями на званых обедах независимо от их происхождения и состояния. Многие денди были шутниками, но далеко не все. Среди денди больше были популярны колкости, основанные на остроумной реплике. Можно сделать вывод, что даже такие простые вещи для денди являются игрой, ведь для удачных скандалов были придуманы правила, а шутки нередко говорят с какой-то определенной целью. Не исключено, что от своих розыгрышей и колкостей они лишь испытывали удовольствие, но отчасти это выглядит лишь как очередной способ создать антураж и убедить всех в своей экстравагантности.

Таким образом, можно сделать вывод, что денди видят себя главными культурными героями, которые бросают вызов посредственности и усредненности, предлагают нововведения. Они поставили под собой действительно масштабную и интересную цель, однако по мере ее достижения столкнулись с личными противоречиями. Во-первых, вследствие постоянной игры на публику для них начинает стираться грань между театрализованным представлением и реальной жизнью. Во-вторых, поскольку денди подражают родоначальнику дендизма Джорджу Браммелу и его современникам, возникает сомнение в уникальности их поведенческих конструктов. Получается, что денди, которые ценили свободу личности больше всего, едва ли не теряли свою личность в рамках дендистской философии.

Феномен дендизма в Англии конца XVIII – начала XIX вв. заключается в его противоречивости и многогранности. Он приносит свою пользу: перемены направленные на улучшение удобства и внешнего вида одежды, на размытие

границ между социальными классами. Также дендизм внес свой вклад в культуру: многие театральные постановки, фильмы, книги и даже сатирические произведения были посвящены представителям дендизма. К тому же среди денди были писатели, например, известный Джордж Гордон Байрон. Однако при этом денди не ставят перед собой цель привнести эти изменения на благо кому-то, ведь им важна только собственная самореализация. Дендизму сложно разобраться с возникающими в нем парадоксами, хотя он сам их и создал, придумывая правила для своего кодекса поведения. Обобщая наше исследование, можно прийти к выводу, что дендизм – это несомненно больше, чем просто модное течение. Хоть зачастую действия денди были комичны и несерьезны, но все они имеют свой смысл. Возможно, в некоторых аспектах дендизм остался неопределенным. Однако, тот факт, что дендизм стал одним из самых ярких и интересных явлений английской культуры, подарившее миру новый взгляд на красоту как внешнюю, так и внутреннюю, является неоспоримым.

### **Библиографический список**

1. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни / О. Б. Вайнштейн. М.: Новое литературное обозрение, 2005. 640 с.
2. Всемирная история. Энциклопедия. В 10т. Т.5. / гл. ред. Е.М. Жуков. М.: Издательство социально-экономической литературы. 1958. 782 с.
3. Фетисова Т.А. Дендизм: исторический смысл / Вестник культурологии. 2008. С. 177–184.
4. Абрамова А.А. Английский денди XIX века: кто он? / *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2018. №4–1. С. 26–29.
5. Jesse W. The life of George Brummell, esq., commonly called Beau Brummeil: In 2 vol. L.: Saunders and Otley, 1844. Vol.1. P. 84–85.
6. Барбе д'Оревилли, Жюль Амеде Жюль Барбе д'Оревилли о дендизме и Джордже Браммелле / Ж.А. Барбе д'Оревилли. М.: Изд-во Циолковский, 2017. 205 с.
7. Скуратовская А. Дендизм как психология жизнетворчества // *Культурология: Дайджест*. 2001. № 4. С. 80–81.
8. Барт Р. Дендизм и мода / Пер. С.Н. Зенкина / Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во Сабашниковых, 2003. 394 с.
9. Фетисова Т.А. Дендизм: образ жизни / Вестник культурологии. 2008. С. 139–146.

## THE PHENOMENON OF DENDISM IN ENGLAND AT THE END OF THE XVIII – EARLY XIX CENTURIES

*M. S. Karelina*

*A. V. Mantorova*

*Perm State University*

The article deals with the history of the emergence and development of dandyism in England in the late 18th – early 19th centuries as a sociocultural phenomenon. The author highlights the main reasons for the appearance of dandyism, characterizes the innovations of the socio-cultural trend, describes the biography of the first dandy – George Brummel, and explains the significance of his figure for dandyism. The conducted research allows revealing the philosophical meaning, as well as explaining the phenomenon of dandyism in England in the late 18th – early 19th centuries.

**Keywords:** dandyism, dandy, culture, fashion, sociocultural phenomenon.



УДК [314.7:342.922](470)

ББК 60.7+67(2Рос)

## МОДЕЛИ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

*В. М. Киселева*

*Н. И. Береснева*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье изучены основные нормативно-правовые акты по внешней миграции в Российской Федерации (Федеральный закон, Концепция миграционной политики и приказы Министерства Внутренних Дел Российской Федерации). Также рассматриваются процессы регулирования миграций в России и в зарубежных странах Европы. На основе изученных теоретических данных проведен сравнительный анализ этих моделей, выделены преимущества и недостатки каждой из них. Приведены примеры стран, в которых реализуются данные модели регулирования миграционных процессов.

**Ключевые слова:** миграция, нормативно-правовые акты, модели регулирования.

На сегодняшний день миграционные процессы в России имеют особую важность. По данным Росстат, на 2021 г. на миграционный учет поставлено 16,5 миллионов иностранных граждан. Большая часть – выходцы из стран СНГ. На 2020 г. по Пермскому краю миграция составила 65681 человек [1]. Эта статистика включает в себя как внешнюю, так и внутреннюю миграцию.

Исследователи относят к основным причинам [2], по которым иностранцы покидают родную страну нехватку рабочих мест, отсутствие карьерного роста (из-за этого в России много именно трудовых мигрантов); и поступление в российское образовательное учреждение. Последняя причина обоснована как неплохим качеством образования в ведущих вузах страны, так и миграционными процессами (стремлением натурализоваться после получения образования в российском вузе).

Приезжая в Россию, представители иностранных государств сталкиваются со множеством различных проблем, начиная от подачи заявления, заканчивая элементарными бытовыми вопросами. Неустранение этих проблем может привести к негативным последствиям. Поэтому необходимо регулировать данную сферу на государственном уровне.

В России разработано несколько нормативно-правовых актов и государственных программ, которые регулируют процессы миграции. Главный ресурс – Конституция Российской Федерации. Согласно ст.2 Конституции Российской Федерации, человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства. Это значит, что государство обязано соблюдать и защищать права любого человека, проживающего на территории Российской Федерации. Также во 2 гл. «Права и свободы человека и гражданина» описана важность интересов человека, их защиты со стороны государства вне зависимости от правового статуса [3].

В России реализуется государственная программа по регулированию миграции – Указ Президента РФ от 31.10.2018 N 622 «О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019 – 2025 годы». Согласно этой концепции, цель миграционной политики: создание миграционной ситуации, которая способствует решению задач в сфере социально-экономического, пространственного и демографического развития страны, повышения качества жизни ее населения и т.д. Также в ней отражены основные принципы, задачи, направления миграционной политики в России, которые должны быть направлены на улучшение качества жизни российского населения [4].

Основным законом, регулирующим нахождение иностранных граждан на территории России, является Федеральный закон «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 25.07.2002 № 115-ФЗ. В данном документе даётся понятие «иностранец». Это физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства. Также в ст.4 указано, что иностранец несет такие же обязанности, как и граждане РФ [5].

Этот закон регулирует все основные моменты миграции: порядок оформления приглашения на въезд в Российскую Федерацию; миграционный учет иностранных граждан и федеральный государственный контроль (надзор) в сфере миграции; ответственность за нарушение настоящего федерального закона.

Еще одним документом, регулирующим миграцию в Россию, является Приказ МВД РФ от 21 сентября 2017 г. №735 [6]. Он включает в себя всю необходимую информацию о выдаче приглашений на въезд в страну иностранных граждан и лиц без гражданства. Например, о том, как подать заявление, какие документы потребуются и каковы сроки их рассмотрения. Иностранцам, целью которых является поступление в образовательную организацию, выдается приглашение более, чем на 1,5 года (на срок обучения).

Следующий документ – это Приказ МВД от 16 ноября 2017 г. № 859 «Об утверждении административного регламента Министерства внутренних дел Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по оформлению, выдаче, продлению срока действия и восстановлению виз иностранным гражданам и лиц без гражданства» [7]. В этом законе подробно прописан процесс получения визы, начиная от составления заявления, заканчивая требованиями к помещениям, в которых предоставляется услуга и сроки реализации.

Также разработан Приказ МВД от 4 июня 2019 г. № 363, который устанавливает регламент подачи ходатайства иностранного гражданина о привлечении его в качестве высококвалифицированного специалиста. В приказе размещены рекомендуемые образцы (шаблоны), по которым иностранный гражданин заполняет информацию об уровне образования и трудовой деятельности. Также утверждены образцы заявлений для работодателей с иностранными гражданами.

Все описанные документы могут оформляться в онлайн режиме через портал «Госуслуги», который доступен на территории России. Поэтому для подачи заявлений иностранным гражданам не требуется много времени.

В статье «Регулирование международной миграции на глобальном уровне» автор выделяет такие модели правового регулирования миграционных процессов: глобальная, региональная, национальная [8].



Ключевые элементы многоуровневой системы управления международной миграцией

Рис. 1. Уровни регулирования миграционных процессов

На рисунке отображены 3 уровня управления международной миграцией. Глобальный уровень подразумевает под собой проведение всемирных конференций и ассамблей международных организаций (ООН, МОТ). Также на этом уровне проходят саммиты, конференции, семинары по проблемам миграции в рамках международных межправительственных организаций.

Региональный уровень включает в себя проведение саммитов, совещаний по вопросам миграции в рамках интеграционных объединений и региональные консультативные советы по миграции.

Если рассматривать национальный уровень, то он основывается на нормативно-правовых актах, которые регулируют процессы международной миграции и на федеральных, региональных целевых программах.

Также есть другая классификация, по которой регулирование миграции делится на централизованную и децентрализованную модель. В России осуществляется централизованная модель управления миграционными процессами. Так, главный орган по надзору над этой сферой – Министерство Внутренних Дел

Российской Федерации (МВД РФ). Только этот орган может устанавливать правила миграционной политики и регулировать вопросы, связанные с ней.

Что касается зарубежных стран, то там реализуется децентрализованное регулирование миграции. Другое название – миграционный федерализм. Он бывает 2 видов [9]:

1. Принудительно-обеспечиваемый федерализм, в рамках которого при возникновении конфликтов субъекты обязаны подчиняться установлениям федерального органа; ПРИМЕРЫ

2. Интеграционный федерализм, предполагающий интеграцию мигрантов в жизнь общества, благодаря чему субъекты и органы власти имеют право устанавливать свои нормы и правила поведения на определенной территории. Она распространена в таких странах, как: США, Австрия, Бельгия, Германия, Канада, Швейцария. При этой модели управление миграцией осуществляется совместно органами власти и субъектами федерации.

Интеграционная модель, в свою очередь, также имеет несколько типов регулирования миграции:

1. Полное исключение – полный отказ государства от мигрантов (Австрия, Венгрия, Польша, Чехия, Дания, Словакия);

2. Дифференциальное исключение – наличие определенных групп и диаспор, которые имеют разный правовой статус в зависимости от визы и вида временного проживания (Германия и Швейцария). Из-за этого могут возникать расизм, ксенофобия и т.д.;

3. Ассимиляция – реализация программ по переселению мигрантов на ПМЖ с учетом конституционных прав человека (Канада и Австралия). При этом типе происходит полная аккультуризация мигрантов, они социализируются в новом для них обществе;

4. Плюрализм. *Американский плюрализм* подразумевает вовлечение мигрантов в различные сферы общества через программы обеспечения занятости, предоставления жилья, социальной защиты. Он базируется на принципах мультикультурализма. При *европейском плюрализме* (Великобритания) предполагается отказ от этнических особенностей, интеграцию мигрантов с титульной нацией.

Каждая модель (централизованная и децентрализованная) имеет свои преимущества и недостатки. Так, преимущества централизованной модели заключаются в высоком уровне контроля за соблюдением законодательных актов; при нем не требуются дополнительные переговоры, так как контроль процесса принадлежит только одному субъекту – МВД РФ.

Недостатки заключаются в потенциально возможных задержках принятия решений по миграционным процессам (так как субъектам необходимо ждать указа МВД РФ); также очевидно, что главный орган не всегда может быть в курсе локальных проблем, с которыми сталкиваются субъекты, из-за чего работа с мигрантами может быть неэффективной.

Преимущества децентрализованной модели регулирования заключаются в том, что решения по вопросам принимаются быстро, так как не надо ждать указов главного органа (только при возникновении конфликтов); субъекты органов власти лучше знают проблемы с миграцией в своих регионах и оперативно решают их.

Недостатки связаны с возможностью превышения должностных полномочий; неравномерностью развития субъектов в процессе миграций.

Таким образом, в России активно развивается миграционная сфера, принимаются новые законы, регулирующие ее. Но, по нашему мнению, необходимо сглаживать негативные особенности централизованной формы регулирования миграционных процессов и учитывать опыт применения моделей децентрализованных: принятие во внимание особенностей разных регионов с высокой и низкой активностью миграций. Заслуживает внимание опыт американской модели с мерами помощи иностранным гражданам в ассимиляции в новых условиях.

### **Библиографический список**

1. МВД.РФ. Сводка основных показателей деятельности по миграционной ситуации в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/dejatelnost/statistics/migracionnaya/item/27570804/> (дата обращения: 07.02.2022).

2. Иммигрант Центр. Причины эмиграции и иммиграции в современных условиях [Электронный ресурс]. URL: <https://immigrantcentr.ru/migratsiya/prichiny-immigratsii-i-emigratsii-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 07.02.2022).

3. КонсультантПлюс. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/ec8354bcf00aac2d2899fbf033c3ef963e91411e/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ec8354bcf00aac2d2899fbf033c3ef963e91411e/) (дата обращения: 07.02.2022).

4. МВД.РФ. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019 – 2025 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://67.xn--b1aew.xn--p1ai/folder/20530277> (дата обращения: 07.02.2022).

5. КонсультантПлюс. Федеральный закон от 25.07.2002 № 115-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.10.2021) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_37868/b698269155bb4233fb310d9c514ff51f1b8fd1ba/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/b698269155bb4233fb310d9c514ff51f1b8fd1ba/) (дата обращения: 07.02.2022).

6. Гарант. Приказ МВД России от 21 сентября 2017 г. № 735 «Об утверждении Административного регламента Министерства внутренних дел Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по оформлению и выдаче приглашений на въезд в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71701536/> (дата обращения: 07.02.2022).

7. Гарант. Приказ МВД от 16 ноября 2017 г. № 859 «Об утверждении административного регламента Министерства внутренних дел Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по оформлению, выдаче, продлению срока действия и восстановлению виз иностранным гражданам и лиц без гражданства» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71726390/> (дата обращения: 07.02.2022).

8. Алешевский И.А. «Регулирование международной миграции на глобальном уровне» / И.А. Алешевский // Вестник московского университета «Глобалистика и геополитика» (электронный журнал). 2016. №2. С. 3–13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-mezhdunarodnoy-migratsii-na-globalnom-urovne> (дата обращения: 07.02.2022).

9. Хабибулин Р.Р. «Модели правового регулирования миграции в Российской Федерации» (электронный журнал) / Р.Р. Хабибулин // Актуальные проблемы российского права. 2018. №3. С. 87–94. DOI: 10.17803/1994–1471.2018.88.3.087–095. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-pravovogo-regulirovaniya-migratsii-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 07.02.2022).

# MODELS OF LEGISLATIVE REGULATION OF MIGRATION PROCESSES IN RUSSIA AND ABROAD

*V. M. Kiseleva*

*N. I. Beresneva*

*Perm State University*

The article examines the main normative legal acts on external migration in the Russian Federation (the Federal Law, the Concept of Migration Policy and orders of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation). The processes of regulation of migration in Russia and in foreign countries of Europe are also considered. On the basis of the theoretical data studied a comparative analysis of these models is carried out, the advantages and disadvantages of each of them are highlighted. Examples are given of countries in which these models of migration processes regulation are implemented.

**Keywords:** migration, legal acts, regulation models.



## ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТНОСТИ МОЛОДЕЖИ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ РОССИИ В СФЕРАХ НАУКИ И КУЛЬТУРЫ

*П. А. Клабукова*

*О. П. Ильиных*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматриваются национальные проекты России в сферах науки и культуры и роль в них молодежи. Описаны возможности проявления социальной активности молодежи путем участия в национальных проектах России в качестве субъектов. Рассмотрено отношение молодежи к национальным проектам «Культура» и «Наука». Затронута проблема малой информированности молодежи о реализации национальных проектов России.

**Ключевые слова:** молодежь, национальные проекты, социальная активность.

Национальные проекты реализуются с 2019 года по Указу Президента Российской Федерации по 12 ключевым направлениям. В конце 2020 года Государственная дума Российской Федерации приняла ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» № 489-ФЗ. 6 статья закона посвящена направлениям молодежной политики. Предлагаем выделить направления, связанные с национальными проектами: содействие образованию молодежи, научной, научно-технической деятельности молодежи; выявление, сопровождение и поддержка молодежи, проявившей одаренность; поддержка инициатив молодежи [1]. Национальные проекты направлены на обеспечение прорывного научно-технологического и социально-экономического развития России, повышения уровня жизни, создания условий и возможностей для самореализации и раскрытия таланта каждого человека. Национальный проект – инструмент государственного и муниципального управления. В частности, национальный проект «Культура» направлен на расширение доступности культурных благ и воз-

возможностей участия в создании культурных ценностей для жителей не только крупных городов, но и отдаленных населенных пунктов. Согласно целям национального проекта «Наука» Российская федерация должна войти в первую пятерку стран, ведущих разработки в приоритетных областях [2]. Молодежь, как крупная социально-демографическая группа с огромным инновационным потенциалом, как никто другой должна участвовать в реализации проектов в этих областях. Участие молодежи в реализации нацпроектов почти не исследуется. При этом мы можем выделить проблему стереотипного восприятия молодежи как объекта государственной политики.

Молодежная повестка включена в национальные проекты «Наука» и «Культура». Молодежь должна участвовать как в постановке проблем для их решения с помощью Национальных проектов, так и в принятии участия в разработке национальных проектов. Вопросы участия молодежи в их реализации обсуждаются на публичных дискуссионных площадках, например на Московском финансовом форуме (Москва, 2019), Всероссийской научно-практической онлайн-конференции «Государственная молодежная политика: национальные проекты 2019–2024 гг. в социальном развитии молодежи» (2020), региональном форуме «УТРО» (2020), «Уральские встречи» (2019) и ряде других мероприятий. Анализируя показатели национальных проектов, можно сделать вывод, что на большинство из них может оказать значительное влияние молодежь как группа с большим потенциалом. Более того, молодежь способна активно и успешно участвовать в реализации планов государства по улучшению определенных аспектов в сфере науки и культуры. Молодежь и дети относительно других групп имеют более долгосрочную перспективу жить и работать, а потому должны вносить свой вклад в развитие страны – осуществлять изменения в различных сферах жизни общества как для своего будущего, так и для будущего страны. В этой связи необходимо активно вовлекать молодежь в реализацию национальных проектов, реализуя ее потенциал для осуществления изменений в стране. Национальные проекты могут стать хорошим инструментом повышения социальной активности, самореализации молодежи.

Социальная активность – это сознательная и творческая деятельность, направленная на изменение самой личности и всей социальной ситуации [3]. При этом социальная активность понимается не просто как факт вовлеченности человека в какие-либо события, но и как деяния, разворачивающиеся в реальной жизни, положительно влияющие на саму личность и общество в целом. Также социальная активность означает не только принятие участия в жизни общества, но и, прежде всего, инициативное и творческое отношение к обла-

стям своей жизни в обществе, а также самому себе. Социальная активность предполагает определённую степень осознания человеком важности своих действий, стремление принимать участие в ней, навыки проявлять инициативу. На основе этого можно сконструировать рабочее определение социальной активности, на которое мы будем опираться в дальнейшем.

Как мы уже заметили Национальные проекты Российской Федерации – отличный шанс молодёжи проявить свою социальную активность. Социальная активность молодежи здесь может быть проявлена в попытках изменить обстоятельства жизни общества или самого себя, а то есть путем написания проектов в рамках нацпроектов. Важным фактом является то, что желание написать проект и тем самым помочь обществу не может быть навязано извне. В таком случае молодежь остается не субъектом, а объектом и достигает чужих целей, в которых на самом деле не имеет потребности. Поэтому стоит отметить, что социальная активность всегда является порождением потребностей. Социально активная личность сознательно реализует свои потребности в изменениях.

В рамках национального проекта «Культура» реализуется федеральный проект «Творческие люди», который является возможностью для реализации творческих инициатив молодежи. Проект предоставляет поддержку 600 творческих проектов от некоммерческих организаций. Федеральный проект «Развитие кадрового потенциала в сфере исследований и разработок», реализуемый в рамках национального проекта «Наука», предполагает создание привлекательных условий для работы молодых перспективных исследователей. Молодежь может вписаться в национальные проекты Российской Федерации путем написания проекта и отправки его на грантовые конкурсы, позволяющие привлекать денежные средства для реализации проектной инициативы. Так, если проект про развитие творческих способностей молодежи, создание современных культурных пространств, раскрытие и реализацию потенциала молодежи, он попадает под национальный проект «Культура». А если проект направлен на популяризацию образа молодого ученого, создание мер поддержки молодых ученых, то его можно реализовать в рамках национального проекта «Наука». Национальные проекты «Культура» и «Наука» – уникальная возможность молодых людей реализовать свою субъектность проявить социальную активность. Реализация социальной активности молодежи посредством активизации ее участия в национальных проектах – важная задача политики Российской Федерации.

В апреле 2021 года президент РФ Владимир Путин поручил отразить интересы молодежи в каждом из национальных проектов. В связи с этим проявить

свою социальную активность и вложить свою лепту в национальные проекты в 2021 году молодежь могла путем участия в сборе молодежных идей для включения в национальные проекты России, который запустили Росмолодежь и АНО «Национальные приоритеты». Открытый сбор идей и инициатив, направленных на поддержку молодежи, для включения их во все национальные проекты России был приурочен к Дню молодежи. Авторы лучших предложений приняли участие в стратегических сессиях в составе экспертных групп. Так как у молодого поколения есть свои жизненные потребности и профессиональные цели, крайне важной при формировании мер поддержки и мероприятий, которые будут включены в национальные проекты, видится ориентация не только на мнение экспертного сообщества, но и на предложения самих молодых людей. По данным Федерального агентства по делам молодежи на всероссийский сбор идей поступило более 15 тысяч проектов от молодежи. Это позволило услышать и вынести предложения для обсуждения в Правительство России. Открытый сбор молодежных идей был уникальной и доступной возможностью заявить свою позицию, проявить социальную активность, а также лично участвовать в реализации национальных целей [4].

На постоянной основе на сайте Национальных проектов России для всех граждан, включая молодых людей разных возрастов (школьников, студентов) есть возможность оставить свои предложения и оценить меры, которыми россияне могут воспользоваться в рамках реализации нацпроектов. Чтобы проявить свою социальную активность и рассказать о своей идее необходимо кратко сформулировать суть инициативы; рассказать о том, что можно улучшить с помощью этой инициативы; выбрать национальный проект, в рамки которого она укладывается, и оставить свои контактные данные.

Однако, несмотря на поддержку инициатив молодежи в реализации национальных проектов, сама молодежь, по результатам ряда исследований, слабо информирована о реализующихся в стране и регионе национальных проектах. В большей степени, что естественно, молодежь слышала о тех национальных проектах, которые напрямую связаны с молодыми людьми. Позитивные изменения молодежь видит в сфере культуры, жилья и городской среды. В меньшей мере позитивные изменения отмечены молодежью в таких сферах, как наука, экология, демографическая ситуация, производительность труда и поддержка занятости, малое и среднее предпринимательство [5].

В связи с малой осведомленностью молодежи о национальных проектах Аналитический центр НАФИ провел всероссийский опрос в июле 2021 года. Согласно результатам, осведомленность молодых людей о национальных про-

ектах за последние два года все-таки выросла. Но большинство опрошенных по-прежнему ничего не знают о национальных проектах России. О приоритетных направлениях развития России знает 50% молодежи от 18 до 34 лет, а 49% молодых людей готовы участвовать в реализации национальных проектов – им особенно интересны культурные и образовательные направления. Свою роль молодежь видит чаще всего в организации мероприятий, продвижении проектов в социальных сетях и добровольчестве.

Национальный проект «Культура» входит в ТОП-3 нацпроектов, которые наиболее интересны российской молодежи. По результатам опроса девушки проявляют больший интерес, чем юноши, к нацпроекту «Культура». При этом юноши больше заинтересованы проектом «Наука и университеты».

*Таблица 1. «Какие национальные проекты интересны Вам больше всего?», в % от всех опрошенных*

	Девушки, %	Юноши, %
Национальный проект «Культура»	38	30
Национальный проект «Наука и университеты»	11	16

Также в ТОП-10 инициатив в рамках нацпроектов, которые важны для молодежи вошли федеральные проекты «Молодые ученые» и «Творческие люди», которые соответственно относятся к национальным проектам «Наука» и «Культура» [6].

*Таблица 2. ТОП-10 инициатив в рамках нацпроектов, которые важны для молодежи*

1	Подготовка врачей
2	Здоровье нации
3	Безопасность на дорогах
4	Чистый воздух
5	Сохранение лесов
6	Чистая вода
7	Молодые ученые
8	Волонтерство
9	Помощь в развитии бизнеса
10	Творческие люди

Фактически долю участия молодежи в реализации национальных проектов выделить не представляется возможным: ни один проект не реализуется преимущественно молодежью. Для молодых людей созданы условия участия в национальных проектах как субъектов молодежной политики. При этом есть

часть молодежи, которая активна и равнодушна к реализации национальных проектов в том числе в сфере науки и культуры. Задействовать потенциал, социальную активность молодёжи, направлять ее в нужное русло – важная задача молодежной политики. Вовлечение групп социально активной молодежи в реализацию национальных проектов позволит раскрыть потенциал социально пассивных групп. Также необходимо отметить то, что каналы информирования молодежи о показателях и индикаторах реализации национальных проектов требуют отладки.

### Библиографический список

1. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 № 489-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс: справ.-правовая система. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_372649/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372649/) (дата обращения: 07.02.2022).
2. Национальные проекты России. Официальный сайт. URL: <https://xn--80aаратрeтссhfm07a3c9ehj.xn--plai/> (дата обращения: 07.02.2022).
3. Попова Н. В., Осипчукова Е. В. Социальная активность как фактор повышения конкурентоспособности выпускников вузов // Вестник педагогических инноваций. 2019. № 3(35). С. 50–59.
4. Федеральное агентство по делам молодёжи. Официальный сайт. URL: <https://fadm.gov.ru/> (дата обращения: 07.02.2022).
5. Национальные проекты России: роль и место молодежи в их реализации на региональном уровне / И.С. Крутько, Е.В. Осипчукова, А.В. Пономарев и др. // Бизнес. Образование. Право. 2021. № 1 (54). С. 340–346.
6. «Культура», «Образование» и «Экология» – в ТОП-3 нацпроектов для молодежи: исследование Аналитического центра НАФИ [Электронный ресурс]. URL: <https://nafi.ru/analytics/kultura-obrazovanie-i-ekologiya-v-top-3-natsproektov-dlya-molodezhi/> (дата обращения: 07.02.2022).

## THE PROBLEM OF YOUTH SUBJECTIVITY IN NATIONAL PROJECTS OF RUSSIA IN THE FIELD OF SCIENCE AND CULTURE

*P. A. Klabukova*

*O. P. Ilinykh*

*Perm State University*

The article discusses the national projects of Russia in the fields of science and culture and the role of youth in them. The possibilities of manifestation of the social activity of young people through participation in the national projects of Russia as subjects are described. The attitude of young people to the national projects «Culture» and «Science» is considered. The problem of low awareness of young people about the implementation of national projects in Russia is touched upon.

**Keywords:** youth, national projects, social activity.

## ДЕКОНСТРУКЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В РАБОТАХ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ХУДОЖНИКОВ

*С. В. Крюков*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье с точки зрения гендерного анализа рассматриваются работы 2010-х годов петербургского художника Григория Ющенко, самарского живописца Фрола Веселого и пермской художницы Анастасии Трамвайной в сравнении с живописью советского периода (в частности, с работами Юрия Пименова). В исследовании используется дискурс-анализ Мишеля Фуко и семиотический анализ Ролана Барта. Анализ работ современных российских художников приводит к выводу о том, что в их произведениях деконструируются гендерные стереотипы, то есть устоявшиеся в обществе взгляды на социальные роли мужчин и женщин. Они деконструируются с помощью приемов постмодернистской эстетики, включающей в себя приемы арт-брюта и сюрреализма.

**Ключевые слова:** гендер, гендерные стереотипы, живопись, постмодернизм, феминность, маскулинность, изобразительное искусство, Ющенко, Трамвайная.

Гендерный аспект искусства – извечная дихотомия социума, неделимый и все же разделенный союз, «инь» и «янь» нашего жизненного пространства. Как отмечает специалист по культурной антропологии, профессор Б.В. Марков, «если наука и метафизика пытаются систематизировать жизнь, то искусство, напротив, раскрывает разрывы и даже пропасти бытия, оно стремится открыть новые формы существования и тем самым преодолеть старые различия» [1, с. 75]. Впрочем, «пропасть» между различными видами гендера как раз и сглаживается благодаря изобразительному искусству, невербальному семиотическому языку. Г.Е. Крейдлин отмечает, что «в процессе анализа коммуникативной деятельности мужчин и женщин, действия которых подчиняются нор-



мативным правилам и процедурам языка, а также закономерностям функционирования различных невербальных знаковых кодов, гендерная лингвистика и невербальная семиотика» может возникать переход «от формальных структур к семантическим сетям» [2, с. 208–209]. При этом «монологичность» мужского и женского в зависимости от ситуации может перерасти в «диалогичность». В этом смысле в дальнейшем будет рассмотрена гипотеза гендерной триады, когда в рамках одного произведения или серии работ могут сталкиваться гендерные аспекты, основанные и на маскулинности, и на феминности, а революционный феминизм является своего рода драйвером этого процесса. В рамках этой триады и синтезируются гендерные стереотипы, о разрушении которых в работах современных российских художников будет идти речь.

При анализе гендерных аспектов в произведениях современных российских художников будет использован дискурс-анализ Мишеля Фуко и система семиотического анализа Ролана Барта. Исследование гендерной проблематики включает и искусствоведческое прочтение работ, и анализ взглядов на искусство, обусловленных массовой культурой и социальной средой. В этой связи показательна мысль Маргарет Мид, которая констатирует, что «средний американский городок не обучил мужчину пониманию или наслаждению искусством, обычное эстетическое выражение для мужчины было закрыто и считалось женским делом. Даже в наши дни, когда мужчина начинает серьезно заниматься музыкой, изобразительным искусством или поэзией, к нему начинают относиться с подозрением» [3, с. 278]. Нужно, впрочем, отметить, что какие-либо квир-тенденции в изобразительном искусстве в данном исследовании не рассматриваются.

В настоящей работе для наглядности мы обратимся к одному сюжету, связанному с гендерными ролями и стереотипами, – сюжету романтического свидания.

Эстетику, близкую к визуальному ряду телевизионного сериала «Бивис и Батхед», использует в своих произведениях петербургский художник Григорий Ющенко (1986 г.р.). Используя стилистику bad-art, комикса и карикатуры, автор в работе «Инцидент в рыгаловке» (2012–2016) разрушает гендерные стереотипы, связанные с романтическим свиданием в заведении общепита.

Как пишет британский исследователь Грейс Фузелл, «визуальная культура играет жизненно важную роль в представлении гендерных ролей публике через редакционные статьи, рекламу и искусство, и многие творческие люди изучают способы, с помощью которых графика и иллюстрация могут помочь разрушить

гендерные стереотипы, провоцируя дискуссии и изменяя то, что мы считаем гендером. «нормы» [4].

Сравним картину Ющенко со сходным по сюжету произведением советского импрессиониста Юрия Пименова «Калининград. Дождь» (1968).

Перед нами стереотипные образы романтического свидания: двое за столиком в кафе, бокалы, модельная прическа, интеллигентный кавалер, лирический настрой создает шум дождя за окном. Подобные картины (клише) формируются с детства под влиянием массовой культуры. Как отмечает Грейс Фузелл, «многие люди руководствуются гендерными стереотипами, глубоко укоренившиеся в обществе, с детства, а это означает, что стереотипы не всегда сразу очевидны» [4]. В силу укоренившихся в сознании гендерных штампов такие «милые» сцены в кафе воспринимаются массовым зрителем как само собой разумеющиеся. Впрочем, для вытеснения или разрушения оных Ющенко так же использует приемы масскульта, такие, как анимация и комикс на фоне общей постмодернистской иронии современного культурного дискурса, затрагивающего и гендерные аспекты.

Образ «гламурной дивы» подвергает постмодернистской деконструкции и художник Фрол Веселый. Он обращается к гендерным стереотипам, связанным с феминностью, успешностью в плане женской привлекательности: стройность, безукоризненная фигура, брендовый купальник, «голливудская» улыбка, как правило, распущенные по плечам и спине волосы и т.д. Такой образ «красивой женщины», патриархально артикулированного сексуального объекта генерирует в сознании потребителя продукция массовой культуры.

Черная плавная линия по всему холсту словно бы отменяет этот стереотипный гендерный образ. «Событием художественной на рации в постмодернизме следует считать сам путь преодоления знака, проникновение в процесс схождения вербального и индивидуального, символического и надындивидуального» [5, с. 15], – отмечает исследователь культуры постмодерна А.Н. Безруков. Преодолевая визуальный знак сексуализированной феминности, художник словно бы перемещает его из гламурного сегмента в некое умозрительное урбанистическое гетто, где неформальные граффитисты затемняют краской из баллончика назойливые в их представлении образы масскульта.

Сцена в кафе представлена и в работе Анастасии Трамвайной (1985 г.р.). В сюрреалистической манере здесь переосмысливаются гендерные стереотипы, особенно их психологический аспект.

Как рассказала в интервью автору этого текста сама художница, эта «картина про огромную пропасть в понимании между людьми. Человек уже так

сильно закручен в информационном поле, что тяжело отличить мем от настоящих чувств и эмоций» [6]. Впрочем, корни непонимания кроются гораздо глубже, нежели в нынешней информационной перенасыщенности, обусловленной эрой постгуманизма на почве НТР 2.0. Как пишет в статье «Гендерные перспективы философской антропологии» О.А. Воронина, «человек в классической философии никогда не рассматривался как существо из плоти и крови, обладающее такими эмпирическими и природными свойствами, как пол и тело» [7, с.198]. Религия, мораль, этикет, различные табу, в частности, советская цензура, только усугубили этот разрыв. Внешнее спокойствие на лице изображенной женщины наталкивается на внутреннюю бурю эмоций, которые не демонстрируются открыто в силу светского этикета и двойной морали, когда, например, ревность подменяется напускным безразличием, и «истинные чувства» тщательно скрываются. В семиотическом же плане такие сюрреалистические детали, как ножи в теле или глаза в супе, говорят о море условностей, недоговоренностей и недопонимания в отношениях между полами.

Впрочем, постмодернистская деконструкция не гарантирует избавления от стереотипов. Сколько бы приставок «пост» или «мета» ни добавлялось к привычным терминам, на смену старым гендерным стереотипам придут новые. Гендерная проблематика в контексте современного изобразительного искусства отражает все те тенденции культурного мейнстрима, попадающие в поле внимания художников. Так или иначе (за исключением квир-сегмента), рассматриваемая проблема актуализируется в рамках гендерной триады, когда пара феминное-маскулинное либо подвергается определенной деструкции через призму андрогинности, когда сюжет облекается в идеологический, как в СССР, или концептуально-иронический постмодернистский нарратив, либо становится манифестом некой гендерной турбулентности – через оптику феминистских движений.

### **Библиографический список**

1. Марков Б. В. Люди и знаки: антропология межличностной коммуникации. СПб.: Наука, 2011. 667 с.
2. Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. М.: Языки славянской культуры, 2005. 224 с.
3. Мид М. Мужское и женское: исследование полового вопроса в меняющемся мире. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 416 с.

4. Grace Fussell. Breaking Gender Stereotypes Through Innovative Illustration // Shutterstock (электронный журнал). URL: <https://www.shutterstock.com/blog/breaking-gender-stereotypes-illustration> (дата обращения: 11.02.2022).

5. Безруков А.Н. Философская эстетика постмодернизма: деконструкция стиля и языка. Филологические науки // Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2016. № 11(65): в 3 ч. Ч. 3. С. 14–16.

6. Крюков С.В. Авторизованное интервью с художницей Анастасией Трамвайной. 2021 г.

7. Воронина О.А. Гендерные перспективы философской антропологии. Новый взгляд // Международный научный вестник. Новосибирск. 2015. С. 198–216.

## **DECONSTRUCTION OF GENDER STEREOTYPES IN THE WORKS OF MODERN RUSSIAN ARTISTS**

*S. V. Kryukov*

*Perm State University*

From the point of view of gender analysis, the article examines the paintings of the 2010s by the St. Petersburg artist Grigory Yushchenko, the Samara painter Frol Vesely, and the Perm artist Anastasia Tramvainaia. Modern paintings are compared with the painting of the Soviet period (in particular, with the work by Yuri Pimenov). The study uses the discourse analysis by Michel Foucault and the semiotic analysis by Roland Barthes. An analysis of the works of contemporary Russian artists leads to the conclusion that in their works deconstruct gender stereotypes, that is, views on the social roles of men and women that have been established in society. They are deconstructed using the techniques of postmodern aesthetics, which includes the techniques of art brut and surrealism.

**Keywords:** gender, stereotypes, sociology, painting, postmodernism, femininity, masculinity, visual arts, Yushchenko, Tramvainaia.

## МАРСЕЛЬ ДЮШАН: ПРОБЛЕМА ОТНОШЕНИЯ К НАУКЕ

*С. К. Кудрин*

*С. А. Балашов*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

В статье анализируется проблема отношения к науке своего времени Марселя Дюшана. Показывается как именно к ней относится франко-американский арт-деятель. Объясняется почему у него такое отношение к ней, и откуда берутся истоки такого взгляда у Дюшана. Показывается противоречие в отношении к современной, М. Дюшану, науке – научные методы и теории он использует в своем творчестве, однако же отрицает важность науки как системы знаний. Делается вывод о том, что франко-американский художник является антисциентистом.

**Ключевые слова:** западное искусство XX века, Марсель Дюшан, художник-мыслитель, наука, антисциентизм, язык, против речи, привычка.

Проблема отношения различных знаменитостей к науке актуальна в современности. Знаменитости являются кумирами для детей, подростков и молодежи, они авторитеты для них в мировоззренческих вопросах. Поэтому, от взглядов знаменитостей зависит мировоззрение будущих поколений, их мирозерцание. Одной из таких знаменитостей XX века является франко-американский художник Марсель Дюшан, который оказал на грядущие поколения арт-деятелей определяющее влияние.

Новизна настоящей статьи состоит в том, что в ней впервые в отечественном искусствоведении рассматривается отношение М. Дюшана к науке.

Материалом для данного исследования послужили разнообразные беседы и интервью франко-американского художника, теоретические работы, посвященные ему и его творчеству [1; 2; 3; 4].

Понимание М. Дюшаном феномена науки двойко, и эта противоречивость красной нитью проходит через весь его творческий путь.

С одной стороны (в пользу науки), он включал научные методы и теории в свои работы и даже создавал при помощи них свои произведения искусства (например, см. «Кофемолка (1911)», «Обнаженная, спускающаяся по лестнице» (1912)). Вообще, он считал себя картезианцем в том плане, что все подвергал сомнению, а не верил на слово. Дюшан утверждал, что создавал «нечто несомненное – а именно, раньше не существовавшее» [1, с.126]. Тем самым, он пользовался картезианской редукцией и методическим сомнением для того, чтобы открыть нечто доселе не бывшее, которое могло появиться на свет только путем разрыва с прежней традицией.

Кроме того, для Дюшана все вещи в мире были равнозначны в мире частных случаев (как и для науки его времени): предмет А не мог быть значимее, чем предмет Б, и наоборот [Цит. по: 2, с. 275] (например, см. «Коробка в чемодане» (1935–1941): в этой коробке все предметы имели между собой равные права). В дополнение к этому М. Дюшан абсолютно безразлично отнесся к судьбе «Большого стекла», которое было разбито при перевозке из места А в место В, что доказывает концепцию равнозначности вещей для франко-американского артиста.

Помимо этого, М. Дюшан не верил в бога. Для него бог – продукт человеческих умов. Вот что он говорит о своем отношении к нему: «Идиотская глупость – вот что породило идею бога. Я не хочу сказать, что я не являюсь ни атеистом, ни верующим, я даже рассуждать об этом не хочу. Я же не обсуждаю с вами воскресную жизнь пчел, не так ли? Вот это то же самое» [3, с. 107]. В данном высказывании можно заприметить следы научного метода в рассмотрении этой проблемы.

Также Дюшан в своих работах, особенно в реди-мэйдах («произведениях без создававшего их художника» [4, с. 47]), стремился к объективности – одной из характерных черт науки его времени. Реди-мэйд не сотворен художником, но выбран им. Этот выбор разрешает художнику избавиться от включения своей личности в предмет искусства, освободиться от функции творчества, а также отрешиться от какого-либо вкуса (вкус есть привычка, приобретенная при помощи повторения). Тем самым, реди-мэйд не несет в себе ни личности автора, ни его художественные предпочтения. Согласно М. Дюшану, в произведении искусства не обязательно должны содержаться какой-то взгляд или какое-либо послание, оно должно быть максимально независимо от автора.

С другой стороны (против науки), Дюшан поддерживал патафизику – науку о предмете, дополняющем метафизику; науку воображаемых решений, которая символически присваивает очертаниям свойства предметов, определяемых их виртуальностью. Для франко-американского художника это был пример несерьезности [1, с.131], в отличии от настоящей науки, где преобладает серьезность, а несерьезность допускается лишь в редких случаях (например, Шнобелевская премия, Премия Дарвина и т.д.).

В дополнение к этому, Дюшан отмечал сверхважную значимость случая в сотворении произведении искусства, так как она уникальна (наука же, в большинстве своем, работает с неуникальными случаями). Как утверждал Эндрю Хьюгилл: «Дюшан был движим идеей уникальности или специфичности. Он часто заявлял, что его интересует лишь создание чего-то нового. Таким образом, каждая работа должна была быть уникальной, а собрание его работ представляет собой изучение науки законов, управляющих исключениями» [2, с. 274–275]. Случайность, для М. Дюшана, есть чистое проявление подсознательного. В добавлении к этому, она есть потенция выхода за пределы разума, что позволяет открыться личности по ту сторону его.

Стоит отметить, что Дюшан негативно относился к языку. Он утверждал, что «язык – это ошибка человечества» и предлагал совершить отказ от него, так как это привычка, приобретенная в результате повторений, однако только с помощью определенного языка ученый может выразить истину. Язык как привычка не позволяет художнику достичь точку анестезии (точку, в которой происходит *osmos* [4, с. 78] – переход от одной субъективации к другой с помощью подключения протоличностных сил), в которой только и возможно подлинное творчество. Как язык, так и проявление языка – речь, для Дюшана имеют негативное значение. Речь не дает художнику попасть в инфратонкое измерение («измерение молекулярного, тончайших способностей восприятия, микроскопических расхождений, соразумного существования противоположностей, где не действуют законы макроизмерения и особенно причинно-следственной связи, лишенной логики непротиворечия, языка и его обобщений, хронологического времени» [4, с.45–46]), так как в ней осуществляется работа с абстрактными понятиями, которые сводят различия на нет и заслоняют единичность – уникальность.

Сверх того, Дюшан отрицательно относился и к самим словам: «...что докажешь словами? Слова в насмешках или суждениях не имеют никакой ценности. Это лишь шпильки, кучка пустых звуков. Картина, по крайней мере, – вот

она, вещь во плоти, и вы вольны поступать с ней, как вам вздумается. Просто повернитесь к ней спиной, если угодно, не надо тужиться какими-то словами или мыслями по поводу» [1, с. 95]. В науке же слова и мысли играют определяющую роль в качестве вспомогательных инструментов для обнаружения истины (но не только они).

В конечном счете, франко-американский деятель культуры больше критиковал науку, чем выступал за неё. Он приводил три главных аргумента против нее: во-первых, относительность знания, которую человек, занимающийся ею, получает; во-вторых, утилитарный характер, который художник, творящий ради искусства, не может принять; в-третьих, неукоснительная подчиненность науки причинному закону, которого для Дюшана просто не существовало. Он считал, что есть только «иллюзия причинной связи», в которую он никогда не верил [1, с. 126]. Следуя путем, проторенным Д. Юмом, он определял закон как привычку, так называемую «уловку для объяснения жизни» [1, с. 127]. Таким образом, в своем понимании науки, Дюшан выступал как антисциентист, хотя, несомненно, пользовался научными методами и теориями в своих творениях. И даже в отношении к науке проявился противоречивый характер Дюшана, не говоря о других сферах его жизни.

### **Библиографический список**

1. Томкинс К. Марсель Дюшан. Послеполуденные беседы. М.: ООО «Издательство Грюндриссе», 2014. 160 с.
2. Хьюгилл Э. Патафизика: Бесплезный путеводитель. М.: Гилея, 2017. 432 с.
3. Кабанн П. Марсель Дюшан. М.: Ad Marginem Press, Музей современного искусства «Гараж», 2019. 224 с.
4. Лаццарато М. Марсель Дюшан и отказ трудиться. М.: ООО «Издательство Грюндриссе», 2017. 96 с.



## MARCEL DUCHAMP: THE PROBLEM OF ATTITUDE TO SCIENCE

*S. K. Kudrin*

*S. A. Balashov*

*Saint Petersburg State University*

The article analyzes the problem of Marcel Duchamp's attitude to the science of his time. It shows exactly how the French-American art figure treats her. It explains why he has such an attitude towards her, and where the origins of this view come from in Duchamp. It shows a contradiction in relation to modern, M. Duchamp, science – he uses scientific methods and theories in his work, but denies the importance of science as a system of knowledge. It is concluded that the French-American artist is an anti-scientist.

**Keywords:** western art of the twentieth century, Marcel Duchamp, artist-thinker, science, anti-scientism, language, against speech, habit.

## АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА ВИДЕОИГР ЖАНРА ХОРРОР (НА ПРИМЕРЕ ИГРЫ SILENT HILL 2)

*Е. А. Левченко*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Жанр хоррор существует с античных времен и в современном мире находит отражение во всех видах искусства, включая видеоигры. Стилистика хоррор игр разнообразна – начиная от пиксельных 2D изображений, заканчивая реалистичными 3D моделями. Однако, несмотря на популярность и распространенность хоррор игр, до сих пор существует потребность в выделении основных характеристик и особенностей их визуального языка. В данной статье представлен анализ второго вида стилизации на культовой игре Silent Hill 2, положившей основу развития данного жанра.

**Ключевые слова:** культура, хоррор, видеоигры, game studies, визуальный язык.

Используемые иллюстративные материалы размещены по ссылке:  
[https://drive.google.com/drive/folders/1-7l\\_1LvfvTNx54I\\_THUihbKkVmpw7Ktr](https://drive.google.com/drive/folders/1-7l_1LvfvTNx54I_THUihbKkVmpw7Ktr)

Жанр хоррор известен людям с античных времен, беря свои корни в фольклоре и религиозных традициях, фокусируясь на смерти, загробной жизни, зле, демоническом и принципе вещи, воплощенной в человеке [1, с. 53–55, 68–69]. В современном мире он нашел себе место во всех видах искусства: литературе, кинематографе, живописи. Видеоигровая индустрия также подхватила идею хоррора, позволив игрокам не просто наблюдать за ужасами, но и погрузиться в них в качестве главного героя.

Хоррор игры – это жанр видеоигр, основанный на фантастике ужасов и обычно предназначенный для того, чтобы напугать игрока. Первые игры в жанре хоррор появились еще в прошлом веке. Многие из них были основаны или вдохновлены фильмами ужасов 1980-х и 1990-х, например, «Техасская резня

бензопилой», «Хэллоуин», «Пятница 13». Однако, со временем, начали появляться оригинальные сюжеты и миры, внося в жанр новые тематики, визуальный язык и игровые механики. Таким образом, хоррор игры стали отдельным жанром, со своими особенностями и классификацией.

Визуальный язык видеоигр жанра хоррор разнообразен, начиная от реалистичного 3D, заканчивая стилизованными пиксельными изображениями. Разработчики новаторски подходят к выбору стилистики для своих произведений, из-за чего не сложился единый визуальный язык или схема, по которой определяют соответствие стилистики к нарративу и сюжету. Этим же трактуется сложность выделения особенностей визуального языка хоррор игр. Однако, существуют культовые примеры, положившие основу развития данного жанра, проанализировав которые, возможно получить основные характеристики и отличия хоррор визуальности.

Одной из культовых серий игр в жанре хоррор является Silent Hill. Silent Hill – это серия компьютерных игр в жанре survival horror (один из наиболее распространенных типов хоррор игр, основанный на теме выживания главного героя с ограниченными ресурсами). Игры серии выпускались японской компанией Konami с 1999 по 2012 год преимущественно для игровых приставок семейства PlayStation [2]. По данной франшизе выпускались комиксы, книги и художественные фильмы (Silent Hill, 2006). Создатели вдохновлялись литературой в жанре психологический ужас, поэтому каждая из частей сконцентрирована на теме ментального здоровья и переживаний главного героя. В большинстве игр серии действие происходит в вымышленной городе Сайлент Хилл, который считается покинутым.

В серии Silent Hill насчитывается 17 игр, однако, первые 4 части стали культовыми и принадлежат к наиболее ярким представителям жанра survival horror, во многом определившим его развитие [2]. В данной статье будет рассмотрена игра Silent Hill 2, поскольку она получила широкое признание со стороны критиков и была высоко оценена благодаря своей атмосфере и сюжету. Также Silent Hill 2 входит в списки лучших игр всех времён и до сих пор занимает высокие позиции в чартах лучших хорроров игровой индустрии [3].

Silent Hill 2 повествует о Джеймсе Сандерленде. Главный герой получает письмо от своей жены Мэри, которая, по его словам, скончалась от болезни три года назад. В письме она приглашает Джеймса приехать в курортный город Сайлент Хилл. Чтобы разобраться в происходящем, главный герой незамедлительно отправляется в этот таинственный город, который оказывается заброшенным. Джеймс начинает бродить по городу и изучать дома, в одном из кото-

рых он обнаруживает первого монстра – Пирамидоголового. Еще один важный персонаж Silent Hill 2 – Мария. Своей внешностью она сильно напоминает покойную жену Джеймса. Главный герой соглашается сопровождать ее, всячески помогает и оберегает от опасности.

Наконец, Джеймс добирается до отеля, где они с женой когда-то проводили отпуск. На одной из видеокассет мужчина обнаруживает страшную правду – его жена умерла не от болезни, а от его собственных рук. Он задушил ее подушкой. Мэри действительно была смертельно больна, ее эмоциональное состояние было нестабильно и ее терзала постоянная боль. Неизвестно, было это убийство, чтобы облегчить страдания жены или чтобы освободить себя самого от страданий. Джеймс осознает, что Пирамидоголовый, Мэри и весь Сайлент Хилл – это его способ не только убежать от реальности и содеянного, но и попытка наказать самого себя. Каждый из персонажей – это олицетворение его вины и совести. Так, Пирамидоголовый сознательно совершает самоубийство, когда Джеймс перестает убегать от него и решает сразиться с собственными страхами. Или Мария, которая является олицетворением всех качеств, которые герой хотел видеть в своей жене.

В игре также присутствует несколько концовок. Каждая из них начинается боем с перевоплотившейся в монстра Мэри или Марией, однако заканчивается либо суицидом, либо прощением самого себя, либо побегом от случившегося.

Анализируя игру с начала до конца, становится ясно, что Мэри умерла неделю назад и ее труп был в машине героя. Сам Джеймс приехал в Сайлент Хилл не искать жену, а покончить жизнь самоубийством. Письма никогда не существовала, герой изначально находился в отрицании и в самообмане. Silent Hill 2 показывает нам историю преодоления своих грехов, поиск самого себя.

Silent Hill 2 выполнена в 3D стилистике. Персонажи, локации и монстры – это созданные в 3D-программах анимированные модели. Многие критики (Игромания – 8,5/10; metacritic – 88/100; IGN – 90/100) поставили игре высокие оценки, в особенности отмечая графику, которая была основным улучшением относительно первой игры, обладая большим количеством полигонов, реалистичным освещением и CGI (computer-generated imagery – изображения, сгенерированные компьютером), а также более детальными текстурами, окружением и лицевой анимацией [4].

Персонажи Silent Hill 2 (рис. 1.) выступают не отважными героями, они – обычные люди. Их внешность не отличается ярким дизайном. Джеймс Сандерленд – 29-летний клерк. Мэри Шепард-Сандерленд – 25-летняя домохозяйка. Лора – 8-летняя девочка с чистым сердцем, из-за чего она, в отличие от остальных

ных персонажей игры, не видит монстров. Все герои глубоко прописаны, имеют мотивацию, страхи, психологические травмы и внешне не отличаются от реальных людей. Благодаря этому, игрокам легче переживать за них, ставить себя на место персонажей и погружаться в историю. Своей внешней «обычностью» они выделяются на фоне хтонической и зловещей атмосферы Сайлент Хилла.

Тогда как герои выглядят ordinarily, локации, монстры и аудиосопровождение в *Silent Hill 2* излучают ужас, тревогу и отвращение. Это проявляется в чувстве заброшенности, пустых улицах, обветшалых домах и вывесках, в неспособности увидеть, что происходит на другой стороне локации.

Игрок сталкивается с мрачной атмосферой, вечно погружен в туман, что создает мистическое и беспокойное настроение. Улицы покинутого города (рис. 2.) погружены в дымку, из-за которой невозможно увидеть, что кроется вдалеке. Появляется подсознательный страх невидимого. Монстры отдаленно напоминают людей, однако, их тела изуродованы, искажены и покрыты засохшей кровью и грязью. Движения врагов неуклюжи и медленны, складывается впечатление, что они через страдания и ненависть стараются навредить герою. Музыка в *Silent Hill* является соединением классических клавишных и струнных инструментов с электронным битом. Она нагнетает атмосферу своей глубиной, ритм в ней часто сбивается, присутствуют инородные звуки вроде ударов по металлу, скрипа, треска.

Вывески магазинов, оставленные вещи в домах, автомобили на дорогах – все говорит о том, что когда-то Сайлент Хилл был населенным городом, жителям которого пришлось спешно покинуть свои жилища. Город одновременно жив и мертв, благодаря чему прочитывается эмоциональное состояние персонажей. Однако, не только туман и заброшенные здания создают эффект тревоги и страха. Порой на улицах встречаются изуродованные трупы (рис. 3.), надписи кровью (рис. 4.), в домах – потрескавшаяся штукатурка, окровавленные и заплесневелые полы (рис. 5.). Само явление городов-призраков весьма распространено в США. На Великих равнинах Америки существует множество городов-призраков или заброшенных сообществ, сельские районы которых потеряли треть своего населения с 1920 года [7]. К примеру, Сейнтрелия (рис. 6) в Пенсильвании, этот город был построен на заброшенных угольных шахтах. Однако, в 1962 году в одной из них произошло возгорание, которое начало медленно расходиться по всей системе тоннелей. Подземный пожар сделал Сейнтрелию непригодной для жизни. Из-за провалившейся земли и асфальта пар и дым с шахт просачивается в город, заполняя его туманом. Подобная картина напоминает происходящее в игровом городе Сайлент Хилл.

Создается впечатление, что снаружи Сайлент Хилл выглядит опрятнее, чем изнутри. Это также коррелируется с эмоциональным состоянием персонажей, когда внешне они выглядят, как обычные люди, но скрывают внутри себя психологические травмы, пошатнувшие их психику. Таким образом, происходящее вокруг является отражением внутреннего мира героев. Сравнивая пустынные улицы города из разных игр, становится ясно, что они более или менее одинаковы в восприятии персонажей, тогда как пространство домов различается, представляя собой «символическое проявление психики человека» [4].

Но не только локации становятся отражением внутреннего мира, монстры также являются символом тех или иных грехов или травм героя. Как уже было сказано ранее, враги в *Silent Hill 2* визуально пугающие существа, которые постоянно пытаются убить протагониста, а иногда и друг друга. Природа и внешний вид монстров связаны с тем, кто испытывает силы города [8].

Тогда как локации выглядят заброшенными и разрушенными, враги в *Silent Hill 2* представляют собой изуродованные гуманоидные образы. Хоррор часто концентрируется на теле, на низовой телесности, из тела исходит определенная опасность [5]. Их кожа растянута по жилистому телу и мышцам. Текстура их модели испачкана в крови и грязи. Движения напоминают болезненную хромоту, они неповоротливы, пластично изгибаются. Подобную анимацию и вид можно сравнить с эффектом «зловещей долины», когда робот или другой объект, выглядящий или действующий примерно как человек (но не точно так, как настоящий), вызывает неприязнь и отвращение у людей-наблюдателей [9].

Один из основных и наиболее запоминающихся монстров серии *Silent Hill* – это Пирамидоголовый (рис. 7). Данный враг часто представляет собой мужчину высокого роста с металлической, окровавленной пирамидой на голове. На его теле – фартук и перчатки, а в качестве оружия – длинный меч или копье. Пирамидоголовый появляется в игре в качестве палача, который наказывает героя за совершенные им грехи и преступления. Также в *Silent Hill 2* он производит впечатление насильника и, вероятно, символа сексуальной неудовлетворенности Джеймса, поскольку он совершает агрессивные и сексуальные действия по отношению к другим монстрам. Визуальный облик Пирамидоголового соединяет в себе образ мясника и палача из-за огромных тесаков, фартука, мускулистого телосложения и пирамиды, напоминающей капюшон. Для более устрашающего образа, разработчики добавили его коже грязную текстуру с эффектом разложения.

Следующий немаловажный и культовый монстр *Silent Hill 2* – Пузыреголовая медсестра (рис. 8). Это также женоподобный, гуманоидный монстр. Ее

образ нарочито сексуализирован благодаря открытой форме медсестры, модельным пропорциям ее тела, а также каблукам. Вместе с этим кожа монстра серая и разлагающаяся, как у трупа, одежда испачкана в крови, а лицо скрывают бинты, из которых сочится гной. Подобное сочетание сексуального и безобразного создает парадоксальные чувства, вызывающие одновременно влечение и страх. Сам образ медсестры не случаен – протагонист часто посещал больницу, в которой лежала его жена. Также данный образ является сексуализированным в современной культуре, поэтому превращение его в нечто ужасное можно считать новаторским в 2001 году. Дизайн Пузыреголовой медсестры, а также других монстров Silent Hill 2, можно сравнить с зомби. Архетипический образ современной культуры, вероятно, повлиял на дизайны персонажей, поскольку отчетливо видны параллели в виде гниющей плоти, мертвых оттенков кожи, медленной, неровной походке и агрессивному поведению по отношению к протагонисту.

Пузыреголовая медсестра, вместе с Пирамидоголовым, благодаря их запоминающемуся и привлекательному образу, остаются «визитной карточкой» всей серии игр Silent Hill.

Контрастным по отношению к Пузыреголовой медсестре является монстр Губы из плоти (рис. 9). Внешне оно напоминает бесформенную, гнилую массу плоти в металлической клетке. Данный монстр символизирует последние дни Марии, когда та была прикована к больничной койке. Плоть отдаленно напоминает человека, имеет пару ног и руку, которая держится за поручень. В образе Губ из плоти угадываются куски мяса, висящие в мясных лавках. Также можно заметить отголоски работ Фрэнсиса Бэкона, которым вдохновлялся Ма-сахиро Ито (японский геймдизайнер, иллюстратор и арт-директор, создавший дизайн монстров в Silent Hill 2). Деформированность образа, отдаленно гуманоидное происхождение и эффекты разложения придают данному монстру отталкивающий и пугающий вид. Здесь также видны параллели с архетипом зомби, однако, бесформенные очертания напоминают работы экспрессионистов.

Таким образом, можно сделать вывод, что визуальный язык игры Silent Hill 2 вдохновлен как массовой культурой, так и современным искусством. В нем отчетливо видна параллель с архетипом зомби, работами Фрэнсиса Бэкона и проявление телесности в разработке дизайна монстров. В работе с локациями, заметны отсылки с существующим городам-призракам и двум японским городам – Товадако и Тадзавако, которые также были курортным, однако, ныне не существуют. С монстрами, разработчики опирались на деформированную, гуманоидную форму с текстурами крови и грязи, а также медленную, пластичную

анимацию. Их образы одновременно отталкивающие и запоминающиеся, благодаря соединению их внешнего вида с символизмом. При этом протагонисты являются обычными людьми, как по сюжету, так и визуальному образу. Благодаря этому контрасту между визуальным языком персонажей, локаций и монстров, игрок чувствует себя в неравных условиях с окружающим его миром и всецело погружается в игровой мир.

### **Библиографический список**

1. Rosemary Jackson. *Fantasy: The Literature of Subversion* – London: Methuen, 1981. С. 53 -5, 68 – 9.
2. Silent Hill (серия игр) [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Silent\\_Hill\\_\(серия\\_игр\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Silent_Hill_(серия_игр)) (дата обращения: 07.02.2022).
3. Mike D'Alonzo. 'X-Play' Top 10 Scariest Games [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://g4tv.com/thefeed/blog/post/658946/x-play-top-10-scariest-games> (дата обращения: 07.02.2022).
4. Silent Hill 2 [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://silenthill.fandom.com/ru/wiki/Silent\\_Hill\\_2](https://silenthill.fandom.com/ru/wiki/Silent_Hill_2) (дата обращения: 07.02.2022).
5. Александр Павлов. FAQ: Теория хоррора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://postnauka.ru/faq/35039> (дата обращения: 07.02.2022).
6. Lost Memories ~Silent Hill Chronicles~ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://silenthillchronicle.net/trick.htm> (дата обращения: 07.02.2022).
7. Википедия. Покинутые населённые пункты [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Покинутые\\_населённые\\_пункты](https://ru.wikipedia.org/wiki/Покинутые_населённые_пункты) (дата обращения: 07.02.2022).
8. Монстр [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://silenthill.fandom.com/ru/wiki/монстр> (дата обращения: 07.02.2022).
9. Митио К. Будущее разума. 2014. С. 318 – 320.
10. Маркулан Я. Киномелодрама. Фильм ужасов: Кино и буржуазная массовая культура. Л.: Искусство, 1978.
11. Фрейд З. «Жуткое». Пер. Р. Додельцев. В изд. Фрейд, Зигмунд. Влечения и их судьба, 177–228. М.: Эксмо-Пресс, 1999. (Антология мудрости).
12. Кристева Ю. Силы ужаса: эссе об отвращении. СПб., 2003.

## **ANALYSIS OF THE VISUAL LANGUAGE OF HORROR VIDEO GAMES ON THE EXAMPLE OF THE GAME SILENT HILL 2**



*E. A. Levchenko*  
*Perm State University*

The horror genre has existed since ancient times and in the modern world is reflected in all forms of art, including video games. The style of horror games is diverse – from pixel 2D images to realistic 3D models. However, despite the popularity of horror games, there is still a need to highlight the main characteristics and features of their visual language. This article presents an analysis of the second type of stylization on the iconic game *Silent Hill 2*, which laid the foundation for the development of this genre.

**Keywords:** Culture, horror, video games, game studies, visual language.

## МИССИЯ «ПЕРМСКИЙ ЗВЕРИНЫЙ СТИЛЬ»: СОВРЕМЕННЫЙ НАРРАТИВ О ДРЕВНЕМ ИСКУССТВЕ ПРИКАМЬЯ

*Т. В. Лемаев*

*О. В. Игнатьева*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматривается пермский звериный стиль – культовая средневековая металлопластика Прикамья в антропологическом аспекте. Подчеркивается, что с конца 1990-х годов появляется интерес к пермскому звериному стилю со стороны пермских культуртрегеров. Они включают пермский звериный стиль в культурные проекты, создание сувенирной продукции, популярной литературы, осмысляя по-новому сюжеты и образы культового литья Прикамья. На материале проведенных интервью с пермскими культуртрегерами в статье анализируется современный нарратив о пермском зверином стиле.

**Ключевые слова:** пермский звериный стиль, региональная культура, культуртрегеры.

Пермский звериный стиль в свое время был связан с мифологической картиной мира, сами предметы носили ритуальный характер и использовались на святилищах. Археология и этнография не располагают достаточными свидетельствами, которые позволили бы с высокой степенью вероятности сделать выводы о предназначении предметов пермского звериного стиля и даже об этносе, его создавшем [4].

Находки пермского звериного стиля в XIX веке порождали у первых исследователей, коллекционеров и местного населения определенные нарративы – о Чуди, Биармии, заколдованных кладах, шаманизме. Часть из них уходила из научных поисков и гипотез в область мифов и легенд, и сохранялась на периферии знания о пермском зверином стиле. Советские исследователи, начиная с 1950-х гг., связывали пермский звериный стиль с первобытным обществом и

характерными для него чертами духовной культуры – анимизмом, тотемизмом и фетишизмом [3].

В постсоветское время интерес к пермскому звериному стилю можно объяснить двумя, как нам кажется, тенденциями. С одной стороны, это возвращение региональной тематики, конструирование новой региональной идентичности и символов. С другой стороны, уход от «монотипической» советской культуры в сторону полистилизма, для которого характерен, помимо прочего, интерес к эзотерическим феноменам и опыту [6].

Большую роль как в конструировании пермского звериного стиля в качестве символа региональной культуры сыграли не только исследователи, но и культуртрегеры. По сути, через культурные проекты и инициативы они привлекают внимание пермской публики, бизнеса и власти к пермскому звериному стилю, создавая новые нарративы о нем. В результате пермский звериный стиль начинает рассматриваться пермяками в качестве одного из символов города Перми [5].

В 2021 году нами были проведены фокус-интервью с Натальей Шостиной и Борисом Эренбургом, они являются наиболее значимыми и активными культуртрегерами в популяризации пермского звериного стиля. Нам было важным выявить, каким образом появился интерес лично у них к этой теме, как он развивался в отношении проектов, чем для них, собственно, является пермский звериный стиль.

Н. Шостина является руководителем Пермской региональной общественной организации по продвижению культурных и молодежных проектов «КАМБА», созданной в 2006 году. Важным было зафиксировать, при каких обстоятельствах появляется первый интерес к предметам пермского звериного стиля:

*«Наверно тогда, когда в Пермской художественной галерее я купила несколько отливок пермского звериного стиля, это 1980 или 1990–ые годы, они стоили дорого, парочка у меня где-то сохранилось, вот, они были отлиты в формах, там три или четыре штуки сделано, да, то есть я завела эти предметы себе» [1].*

Следующим шагом и погружением в региональную культуру стал лекторий, который был организован, по словам Н. Шостиной, в Доме моды «Новинка» в 1996 году. В нем участвовали пермские ученые – археологи и этнографы. В дальнейшем Н. Шостина была организатором нескольких лекториев, в том числе, непосредственно о пермском зверином стиле, а благодаря тому, что ве-

лась запись лекций, они и сейчас доступны для любого, кто хочет познакомиться с данной темой.

Пермское сообщество, связанное с модой в середине 1990-х гг. сыграло важную роль в том, какие проекты стали появляться в деятельности Н. Шостиной:

*«Вот, и вот эта линия фотографа, видеографа пермской моды – это вот те альбомы, фотографии, которые ждут своего времени, если их достать там очень много. И на этом фоне как бы всё мы равно стимулировали какие-то перформансы, то есть, скорее всего, мода на тему пермского звериного стиля больше напоминала перформансы, некие ритуалы, и в тот момент я уже понимала, что вообще этнические праздники, ритуалы, они и есть перформанс, <...> вовлечение в какой-то многослойный выброс информации. Разных видов энергии, это и есть один из пиков туристических перформансов, потом уже это подтвердилось, при знакомстве с художниками. Вот и, в общем-то, всё, и дальше как бы мы начали работать, понимаешь, мы опережаем время, это одна из моих черт, которые часто упираются в тупик, потому что мы опережаем время, и некоторые вещи делаем как бы как пионеры...» [1].*

Следующим ярким событием, подготовленным Н. Шостиной по мотивам пермского звериного стиля, стал проект «Мимикрия», он возник в 1999 году, первоначально для международной конференции «Визуальная культура XX века» в доме-музее С.П. Дягилева: *«мне сделали предложение поставить спектакль, который бы удивил» [1].*

Задача «удивить» связывалась организаторами с масштабом и уникальностью личности С.П. Дягилева, его продюсерскими проектами, покоровшими мир. Это, казалось бы, локальное событие – подготовка к открытию конференции в виде спектакля, имело важные последствия для развития темы пермского звериного стиля, по словам Н. Шостиной:

*«Матрица была заложена там, не было конкретного понимания, но там был символизм, который всех погрузил в этот портал, и они пошли вникуда. Вот в 1999 году стал создаваться театр, который исследовал другое – местную идентичность, вот тот же пермский звериный стиль, мы стали оживать бляхи, то есть мы брали и подумали «о, это же можно сделать», то есть мы стали снимать пластику этих зверей и двигаться пластично в них. Ну, исследовать именно пермский звериный стиль с точки зрения йогической культуры, потому что на тот момент времени я уже где-то цапанула вот эту как бы параллель <...>. И плюс база индийского танца, пластики танца, как бы была и в общем в эту сторону пошли, расшифровку божественных су-*

*щество, вот и театр «Мимикрия» стал набираться таким качеством и смысловым, эстетическим, эстетика появилась, то есть самое, одно из таких удачных, что мы сняли маску, то есть нашли, изобрели лицо, оно прорисовалось само, в котором есть женский лик, и он всех как бы объединяет антропологически. И есть определённые линии, которые правильно нужно зафиксировать, золотой лоб, то есть по наитию шли, а потом уже через какое-то время расшифровывали, увидели там и серебряную маску. Ну и так далее. Вот такие вот всякие штуки, то есть шли интуитивно, как художники, и прикоснулись к пермскому звериному стилю с точки зрения очередной волны, то есть волна там как золотое время, когда художники это производили, и это просто каждый раз удивляет там сюжетами, какой-то работой мозга, и как бы мы понимали, что мы вот в принципе занимаемся тем же, то есть мы производим, но другими может быть инструментами, может быть шире, но опираясь на это и рассказывая эти чудеса. Вот, и погружаясь в этот как бы мир, то есть мы создали свою мифологию, это одна из главных таких как бы опорных историй, на которых «Мимикрия» встала и стоит до сих пор» [1].*

Значимую роль в формировании сообщества, для которого тема пермского звериного стиля представляет интерес, сыграли не только лектории и спектакли, но и образовательный проект, который Н. Шостина в течение нескольких лет осуществляла в стенах пермской школы № 9. Выросло поколение, которое в школьные годы прошло через определенное «погружение» в культовое литье Прикамья, в его магию и загадки.

Это сообщество («Камвовское сообщество»), которое сформировалось вокруг лекториев и фестивалей, шоурума Камвы, созданного в 2009 году и продвигающего различные сувениры и изделия по мотивам, в том числе и пермского звериного стиля, есть и определенный результат деятельности культуртрегера и вместе с тем основная аудитория для ее продолжения:

*«Мы поняли, что есть сообщество, Камвовское, что есть те люди, которые как бы на уровне духа, их не пять, не десять, их не сто, даже не 500, их больше. <...> Я понимаю, что мне очень интересно встречаться, работать, сотрудничать, с людьми, у которых есть понятия, у которых есть длинная история, бэкграунд, и вот это сообщество, оно очень ценное, оно очень ценное, оно проверяется в Шоуруме, на каких-то наших мероприятиях, в социальных сетях, поддержка, да, которая есть, и ради которых мы делали фестиваль <...> каждый раз, когда приходят какие-нибудь интересные гости в Шоурум, да, и у нас есть возможность об этом поговорить и рассказать, что-то*

*поразмышлять, конечно, это очень приятно и очень интересно, и увлекает, и подкрепляет, вот, ради чего ты это делаешь» [1].*

С сувенирной продукцией по мотивам пермского звериного стиля связана также деятельность Б. Эренбурга, директора имиджевого центра «Сенатор». Его знакомство с культовым пермским литьем произошло при следующих обстоятельствах:

*«Первый толчок это был альбом Оборина – Чагина, то есть который я открыл ещё в 1980–ые годы, мне очень понравилось. Фигуры показались интересными тогда, и особенно интересно то, что никто не знает смысла и значения. Второй такой толчок это было, когда я снимал эти предметы для наших открыток сувенирных, галереи, то есть подержал их в руках, пофотографировал. Ну вот, мне показалось, тем более интересно, что ими можно заняться, и к тому же мы начали делать сувениры в зверином стиле, да, а сувениры, ну что, к ним всегда есть вопрос. Где мы их покупаем? А что это? А для чего это? Куда это прикладывать? Какое значение у этой, допустим лягушки? Ну и здесь надо было что-то отвечать, как бы отвечать, непонятно что <...>. И вот тогда я решил заняться исследованием. Скажем так – именно с точки зрения культурологии, и с точки зрения мифологии, ну то есть как эти фигуры не то, что действуют, а как они воспринимались мифологическим полем древней культуры, кто их создавал, вот ответ на вопрос. То есть это, если по годам, ну где-то в 2008 году или 2007 <...> написал первую книжку такую, популярно-художественную про цивилизацию хранителей, то есть создателей звериного стиля» [2].*

Идея создать серию сувениров о пермском зверином стиле появилась у Б. Эренбурга: «Это была сначала моя идея <...> сразу было видно, что это уникальные вещи, и это бренд именно Пермского края, да, нигде такого ничего подобного нигде нет, и, естественно, сувениры должны были пойти. Ведь при этом, когда я обращался к партнёрам в сувенирных лавках, и говорил, что надо продавать звериный стиль, они такие «да нет, кто это знает, кому это нужно», и мы, буквально преодолевая некое сопротивление, работали, и звериный стиль пошёл. Да, конечно. Ну не только мы, не только мы, ещё, конечно, Шостина занималась этим и ещё некоторые люди, ну, в общем-то, удалось создать сувенирный бренд. В начале, в начале 2000-х» [2].

В качестве сувениров первоначально были открытки и магниты в виде фигурок пермского звериного стиля. В 2011 году запустили сайт о пермском зверином стиле:

*«Мы сделали большой сайт, в котором сделали огромную по тем временам галерею конкретно звериного стиля, около 500, сейчас больше 1000 изображений. Этот сайт уже 10 лет существует, его смотрят во всём мире и нам присылают электронные письма из самых разных стран» [2].*

Интересы коммерческие, связанные с продажей сувениров, переплетаются у Б. Эренбурга со стремлением популяризировать пермский звериный стиль с помощью книг и лекций: *«я же писал книгу не для исследователей, а для брендинга стиля, то есть объяснить культ, то есть у меня стиль этой книги, конечно он такой научно-популярный <...> это книга для людей, которые хотят познакомиться с пермским звериным стилем» [2].*

Поскольку Б. Эренбург непосредственно участвует в брендировании пермского звериного стиля, представляют интерес его размышления о том, чего не хватает в этом аспекте, в частности туристам, приезжающим в Пермский край:

*«Вот если бы создатели звериного стиля построили пару пирамид или, может быть, сохранилась огромная крепость, где можно было приехать фотографироваться, это был бы совсем другой эффект, да? А здесь фотографироваться негде, вещи маленькие, непонятно, где найденные. Ну, в общем, такая вот ситуация, которая во многом как бы предопределила то, что не успех стиля как именно туристического проекта. С точки зрения туризма я бы всё-таки восстановил бы какой-нибудь объект. Вот сделали Аркаим, да, с нуля делали, там ничего не было и наполовину фантазии, но это большой туристический объект, туда едут туристы со всех стран мира, не только из стран мира и, в общем – то там ищут какую-то энергию. А звериный стиль – это же не фантазия, <...> тут реально можно было бы сделать нормальные такие вещи, можно было бы построить дом, вот этих создателей звериного стиля, мастерскую лучше, крепость, у них же были настоящие крепости, с флагами и так далее» [2].*

Во многом дальнейшие шаги, связанные с пермским звериным стилем, Б. Эренбург делает под влиянием покупателей, например, сувениров, и их вопросов: *«начиная от простых вопросов – куда прикладывать этот магнит, чтобы там не болело, а есть такие вопросы да, то есть люди реально верят, суеверные люди, иногда верят в то, что, значит, древние амулеты помогают, и спрашивают про амулеты, постоянно, у нас даже есть небольшие такие визитки, с каждым панно и так далее. Вот, от чего помогает. И, ну мы стараемся, как бы, реконструировать древнее значение <...>. Вот, то есть первый аспект это религиозный, я бы сказал, суеверно-религиозный, то есть люди верят древним богам <...>. Поиск, поиск смысла происходит. Ну, второй аспект*

*-художественный. Художники тоже ищут смысл, скажем так жизни, да, и пытаются как бы реконструировать и видение древних, и вложить своё <...> для художников стиль это одна из тем творчества <...>. Продавцы сувениров хотят продать, они делают бизнес на зверином стиле, а для этого им нужно брендировать» [2].*

По мнению Б. Эренбурга, пермский звериный стиль выступает в Перми конкурентом современному искусству: *«Архаика и современное – они смыкаются, то есть смыкается будущее и смыкается прошлое, да, в какой-то точке» [2].*

Сравнивая культуртрегерскую деятельность Н. Шостиной и Б. Эренбурга в отношении пермского звериного стиля, следует отметить, что начало её приходится на 1990-е годы, когда актуализируется интерес к региональной культуре. Пермская интеллигенция, деятели культуры, по сути, начинают конструировать региональную идентичность на гениях места и ярких феноменах – С.П. Дягилев, Строгановы, «пермские боги» и пермский звериный стиль.

Пермский звериный стиль перестает быть узко научной темой, место которой в научных текстах и конференциях. Благодаря лекториям, фестивальным и театральным проектам, сувенирной продукции, культовое литье Прикамья приобретает известность среди горожан и туристов. Но наряду с научным интересом пермский звериный стиль, во многом в связи с деятельностью культуртрегеров, выявляет запрос на эзотерическое знание и практики. В случае с Н. Шостиной это эзотерическое знание о пермском зверином стиле синтезируется художественными способами, для Б. Эренбурга таким способом становятся популярные тексты.

### **Библиографический список**

1. Интервью с Натальей Шостиной // Личный архив авторов.
2. Интервью с Борисом Эренбургом // Личный архив авторов.
3. Игнатьева О.В. Пермский звериный стиль: история коллекций и их изучения. Пермь: ПГПУ, 2009. 160 с.
4. Игнатьева О.В. К вопросу о «семиотическом статусе» предметов пермского звериного стиля // Миф, обряд и ритуальный предмет в древности. Екатеринбург-Сургут: «Магеллан», 2007. С. 96 – 105.
5. Игнатьева О.В., Лысенко О.В. Символические ландшафты городского пространства // Пермь как стиль. Презентации пермской городской идентичности. Пермь: ПГПУ, 2013. С. 100 – 132.
6. Ионин Л.Г. Социология культуры. М.: Логос, 1996. 280 с.
7. Эренбург Б.А. Звериный стиль. Пермь: Сенатор, 2014. 212 с.



## MISSION «PERM ANIMAL STYLE» A MODERN NARRATIVE ABOUT THE ANCIENT ART OF THE KAMA REGION

*T. V. Lemaev*

*O. V. Ignatieva*

*Perm State University*

The article deals with the Perm animal style – the cult medieval metalplastics of the Kama region in an anthropological aspect. It is emphasized that since the late 1990s there has been an interest in the Perm animal style on the part of Perm kulturtragers. They include the Perm animal style in cultural projects, the creation of souvenirs, popular literature, interpreting in a new way the plots and images of the cult casting of the Kama region. Based on interviews conducted with Perm kulturtragers, the article analyzes the modern narrative about the Perm animal style.

**Keywords:** Perm animal style, regional culture, kulturtragers.

## ГЕНДЕРНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

*К. Е. Лопатюк*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье анализируется гендерная культура на основе двух понятий «гендер» и «культура». Рассматриваются история становления, а также составляющие гендерной культуры и их влияние на формирование взглядов личности на межполовые отношения и собственные нормы поведения. На основе исследований рассматривается гендерная культура современной российской молодежи и выявляются её особенности. Также рассматриваются отличия гендерной культуры молодежи по территориальному-пространственному и образовательному признаку.

**Ключевые слова:** гендерная культура, гендер, мужественность, женственность, маскулинность, феминность, гендерная социализация, гендерная идентификация, андрогинность.

Гендерная культура как общественный феномен имела место со времен зарождения цивилизации, поскольку давала представление об образе мужчины и женщины. До сегодняшнего времени стереотипные представления остаются актуальными и касаются как личностных черт людей, так и особенностей их поведения. Однако, как научная категория «гендерная культура» не имеет четкого определения и используется для описания отношений между полами.

На протяжении многих веков распределение половых ролей не ставилось под сомнение: мужчина обладал более активной роли, а женщина выдвигалась на второстепенную, однако, стандарты и нормы современного общества диктуют нам другие, подходящие под нынешние реалии, основания для взаимодействия женщин и мужчин. Вследствие этого все чаще в научных исследованиях фигурируют словосочетания «гендерная культура», «гендерная идентичность»,

«межполовые отношения» и т.д. Хотя «гендерная культура» образование не новое, но в настоящее время стоит задача вычленения её как самостоятельной научной категории. Поэтому рассмотрение двух базовых научных понятий – «гендер» и «культура» даст более детальный анализ.

Понятие «культура» в содержательном плане намного шире «гендерной культуры». Сформулировано множество трактовок в разных областях научной сферы термина «культура», обозначающих стороны деятельности человека и элементы поведения, отличающихся своей надбиологической основой.

Понятие «культура» берет свои истоки в Древнем Риме и характеризуется как человеческая деятельность, направленная на преобразование «природного». Впервые более четкое содержание термину «культура» придал в 17 веке немецкий мыслитель С. Пуфендорф и применял его к «человеку искусственному», образованному, таким образом, разделяя общество на возвышенных и простых людей. В 19 веке русский социолог П. Сорокин определяет культуру как «некую совокупность, которая создана или модифицирована в результате сознательной или бессознательной деятельности двух или более индивидов, взаимодействующих друг с другом или влияющих друг на друга своим поведением» [1, с. 34], таким образом, социолог рассматривает культуру в её генезисе, а конечным результатом деятельности называет «продукт». В это же время немецкий философ Герберт Маркузе предполагает рассматривать культуру как неизбежность человеческой деятельности в процессе развития цивилизации, направленная на социально полезные виды деятельности и самовыражения [2, с. 526]. В 20 веке профессор психологии Дэвид Мацумото определяет культуру как «набор отношений, ценностей, убеждений и форм поведения, разделяемых группой людей и передаваемых из поколения в поколение с помощью языка или другого средства коммуникации» [3, с. 720]. Данное определение дает возможность рассмотрение термина «культура» как с духовной, так и с процессуальной сторон.

Мы понимаем под термином культуры исторически сложившуюся систему социальных ценностей, норм и форм поведения, повышающую комфортность жизни людей, обеспечивающую их самореализацию, а также раскрывающую творческий потенциал личности и общества в целом. Взаимодействие женщин и мужчин является важным аспектом культуры, потому что вовлечено во все сферы жизнедеятельности и оказывает воздействие на развитие жизни как отдельных людей, так и общества в целом.

Понятие «гендер» можно охарактеризовать как сложный социокультурный процесс конструирования обществом различий между женскими и мужскими

ролями, их поведением, характеристиками. Термин «гендер» впервые в 1980-х гг. был введен в научную литературу американской исследовательницей-педагогом Дж. Скотт с целью разграничения социального и биологического толкования ролевых отношений женщин и мужчин [4, с. 3–6]. Отечественные социологи Е. Здравомысловой и А. Темкиной дают следующее понятие гендеру – это «социальный статус, который определяет индивидуальные возможности образования, профессиональной деятельности, доступа к власти, сексуальности, семейные роли и репродуктивное поведение» [5, с. 5–11]. Таким образом, термин «гендер» рассматривается со сторон статуса, процесса, результата и т.д., в некоторых определениях идет акцент на усвоение общественных стереотипов, в других преобладает биологическая детерминация. Следовательно, для акцента на культурные характеристики во взаимоотношениях между женщинами и мужчинами используют понятие «гендерная культура», которое позволяет выявить особенности в реальных социальных практиках межполового взаимодействия, усиливает ценностный компонент гендерных отношений, а также дает понимание процесса трансформации межполовых отношений в зависимости от социокультурного контекста.

Категория «гендерная культура» способствует выявлению противоречий между исторически общепринятыми представлениями о поведении обоих полов и новыми социальными практиками, происходящими в современном мире. Также гендерная культура позволяет изучить проблему и противоречия приобщения людей к гендерной культуре с раннего возраста; выявить причины изменчивости и особенности трансформации полоролевых отношений в контексте исторического развития; изучить изменения взаимодействий обоих полов в зависимости от уровня знания о нормах этого общения и их реализации в повседневных практиках.

Для лучшего понимания сущности гендерной культуры необходимо обратиться к её историческим истокам. Ключевым фактором, определяющим различия в социальных ролях, нормах и поведении мужчин и женщин в обществе является способность женщин к деторождению. В следствии половая детерминация повлияла и на трудовые роли, которые приобрели нормативный характер. Половая детерминация строилась по принципу господствующей роли мужчины в семейной, общественной и производственной жизни, так как в его обязанности включались: материальная обеспеченность семьи и защита государства. Женщине предписывалась обязанность подчиняться мужчине везде и во всем. Неравенство в семейных отношениях определяло половую культуру поведения в других сферах жизнедеятельности. Таким образом, пол человека оказывал значение на гендерную культуру личности еще с раннего детства, способство-

вал укреплению патриархального уклада во всех сферах жизни общества. Однако полное мужское превосходство в обществе порой нарушалось. В 20 веке произошли колоссальные изменения в отношениях между полами в обществе и семье, так были признаны идея равноправия полов и вариативность нормативных моделей маскулинности и фемининности, что дало начало так называемой гендерной революции в терминологии И.С. Кона [6, с. 51–65]. Начиная с 60-х годов, произошло снижение возраста для вступления в половые отношения, на это повлияло ослабление внешнего контроля за сексуальным поведением, появление качественных методов контрацепции. Ставшее массовым в 20 веке совместное обучение мальчиков и девочек подорвало гендерную дискриминацию, что привело к ослаблению асимметрии мужских и женских социальных, в том числе профессиональных ролей. Несмотря на более значительную выраженность изменений у женщин, уже сейчас большинство психологических черт и свойств человека считаются гендерно-нейтральными, а не полотипичными. Но стоит отметить, что важным аспектом приобщения индивида к гендерной культуре является гендерная социализация, которая начинает свое формирование с раннего детства и обладает рядом особенностей.

Условия гендерной социализации, характер, стиль и стратегия, а также круг агентов воспитания определяются конкретной социальной средой. В процессе влияния семьи, системы образования, социального окружения, культуры в целом (книги, СМИ, интернет) формируются особые правила и представления о настоящих мужчине и женщине. Также гендерные нормы поддерживаются с помощью социальных и культурных механизмов, таких как право, стереотипы и т.д. Первичная гендерная социализация начинается с момента рождения и протекает до совершеннолетия личности. Осознание своей половой принадлежности приходится на возраст от года до 2 лет, в 3–4 года ребенок начинает различать пол окружающих его людей и чаще это происходит по внешним признакам (одежда, внешность), в возрасте 6–7 лет ребенок полностью осознает необратимость своей половой принадлежности. В подростковом периоде 14–17 особое влияние оказывает школа и друзья, появляются проблемы гендерной социализации и протекает стадия сексуального воспитания. Гендерная социализация охватывает всю жизнь человека, но проявляется с разной степенью активности. Одним из ключевых понятий в гендерной социализации является гендерная идентичность, то есть это внутреннее самоощущение личности себя как мужчины, женщины или сочетания того и другого. Гендерная идентичность постоянно развивается и это зависит от социальных и культурных изменений, активности самой личности. «Гендерная идентичность определяет то, как индивид переживает свой гендер. Она не дается индивиду автоматически, при рож-

дении, а вырабатывается в результате сложного взаимодействия его природных задатков и соответствующей социализации» (И. С. Кон) [7, с. 176–219].

Таким образом, гендерная культура – это система взглядов, форм поведения, принципов, действующих в обществе и формирующих социокультурные аспекты пола (гендерные роли, гендерные стереотипы, брачно-семейные установки, межполовые отношения и др.), а также зависящих от гендерной социализации, конкретной социальной среды, гендерной идентификации, исторического периода и т.д.

Гендерная культура также различна среди возрастных групп. В условиях нынешних трансформационных процессов в России и мире в целом формирование гендерной культуры у современной молодежи основывается на равноправии, толерантном отношении к социальным меньшинствам, свободе индивидуального выбора жизненного стиля и т.д. Так, на основе опроса ВЦИОМ «Гендерное равенство в России: идеал или ложная цель?», проведенного в 2019 году среди всех возрастных групп, имеются следующие данные: более половины опрошенных утверждают, что необходимо стремиться к полному равенству прав и обязанностей мужчин и женщин, примечательно, что в большей степени такого мнения придерживается молодежь (18–34 года). Также большинство молодежи 44% (18–24) относительно других возрастных групп относят себя к направлению феминизма (движение, направленное на достижение равенства политических, экономических, личных и социальных прав женщин и мужчин) [8]. На основе данных можно сделать вывод, что молодежь как возрастная группа отличается от остальных и имеет ряд особенностей, касающихся гендерной культуры.

Молодежь – одна из крупных социально-демографических групп, отличающаяся восприимчивостью к инновациям и высокой мобильностью, а быстрым освоением новых технологий и адаптацией к изменяющимся условиям общества. Многообразие культурных влияний, широкий спектр возможностей, модернизационные процессы – все это дает возможность молодым людям к разнообразным формам социального поведения, что в дальнейшем влияет на межполовые отношения.

Рассмотрим особенности гендерной культуры современной российской молодежи:

- *Агенты гендерной социализации.* Семья и школа как главные агенты социализации оказываются несостоятельными в выполнении функции формирования гендерной культуры, поэтому процесс становится стихийным. Значительное влияние на гендерную социализацию на сегодняшний день оказывают СМИ, интернет, но делается это непреднамеренно, не преследуя цели развития гендерной культуры.

- *Вовлеченность в непрерывный информационный поток.* Выход молодежи в глобальную сеть, диктующую новые правила, ценности, нормы поведения во всех сферах жизнедеятельности, оказывает влияние на них, трансформируя ранее сложившиеся нормы межполовых отношений. Именно Интернет является основными источниками получения информации у современной молодежи [9, с. 54–59];

- *Баланс между ориентацией на семью и карьеру.* В условиях расширения ролевого диапазона и продвижением идеологии успешности, на молодых людей ложится огромная психоэмоциональная и физическая нагрузка, которая заставляет отказываться от прошлых поведенческих моделей и искать новые, подходящие под условия рыночной экономики, когда каждый должен рассчитывать исключительно на собственные силы. По результатам исследования «Поколение Z» 2019 г. был сделан вывод о том, что в системе ценностных ориентаций российской молодежи семья играет значительную роль, однако желание иметь детей и вступить в брак значительно ниже желания иметь успешную карьеру [10];

- *Распространение андрогинного типа гендерной идентичности.* Умение проявлять в поведении как мужские, так и женские качества, позволяет молодым людям быть более гибкими и адаптивными в современных условиях. Один из ярких представлений андрогинности является модный на сегодняшний день стиль «унисекс», который своей нейтральностью нарушает традиционные образы мужчины и женщины. Так, по результатам исследования Уральского государственного педагогического университета г. Екатеринбург за 2016 год было выявлено, что более 50% респондентов в возрасте 20–25 лет обладают андрогинным типом гендерной идентификации [11];

- *Трансформация брачно-семейных отношений.* Традиционный тип семьи перестает соответствовать современным реалиям, так как молодые люди выбирают удобство и комфорт везде и со всем, то и в семейных отношениях происходит одобрение сожителства, смещение брачного возраста (увеличение), лояльное отношение к разводу, выбор карьерного роста, все это отражается в новом типе семейных отношений – эгалитарном (партнерском), где отношения между супругами равноправные и больше независимые. По результатам исследования ФОМ за 2013 г. равноправия среди супругов придерживаются 83 % опрошенных [12];

- *Сексуальная социализация.* Ослаблением внешнего контроля за сексуальным поведением, появлением эффективной контрацепции, открытый доступ к услугам и товарам секс-индустрии оказали сильное влияние на межполовые отношения. Так, по результатам исследования ВЦИОМ за 2020 год более 60% исключительно молодежи в возрасте 18–34 лет считают, что половые связи до

брака допустимы, а некоторая часть считает, что это необходимо и полезно. Также среди всех опрошенных 60% оценили распространение добрых сексуальных отношений среди молодежи в массовом масштабе [13].

Известные варианты передачи социального опыта на сегодняшний день не полностью отражают специфику социализации. Так, например, межпоколенная передача опыта как по содержанию, так и по форме отличается в мегаполисах и малых городах/поселках. В крупных городах процесс обмена новых форм социальных отношений существенно ускорен, что отличается от трансмиссии малых городов. Таким образом, в мегаполисах существуют различные формы гендерных сценариев, а гендерные стереотипы почти стерты, в сравнение малые города обладают более традиционной гендерной социализацией и более нормативными гендерными представлениями. Для наглядного примера обратимся к результатам исследования Российского фонда фундаментальных исследований «Гендерная ментальность российской молодежи: психологический портрет» 2020 г. с использованием адаптированной методики определения типа гендерной идентичности личности, выборка состояла из юношей и девушек мегаполисов и провинциальных городов, средний возраст 19,5.

- *Результаты представления о собственной гендерной идентификации:* все респонденты в субъективной оценке мужественности оценили ее ниже, чем показали «объективные» подсчеты. Опрашиваемые продемонстрировали все выделенные типы гендерной идентичности со значимым преобладанием андрогинного типа. Средние результаты оценки своих мужественности / женственности у студентов мегаполиса ниже средних результатов студентов провинции [14];

- *Результаты по шкале «Зависимость/самодостаточность в отношениях с мужчиной»:* юноши мегаполиса и девушки провинции демонстрируют смешанный тип поведения, ближе к эгалитарному типу; юноши провинции – смешанный тип поведения; девушки мегаполиса – эгалитарный тип поведения. Юноши провинции чаще соглашаются с утверждением, что умная женщина не должна показывать мужчине, что она умнее и способнее его. Юноши и девушки мегаполиса, а также девушки провинции, наоборот, считают, что, демонстрируя свои успехи, женщина не подрывает авторитет своего партнера [14];

- *Результаты по шкале «Приверженность к традиционным нормам гендерного поведения»:* эгалитарный тип поведения демонстрируют юноши и девушки мегаполиса, а смешанный тип поведения характерен для молодежи, проживающей в провинции [14].

Жизнь человека в мегаполисе и провинциальном городе сильно отличается, протекает в особых условиях, что влияет на процесс гендерной социализации личности, поэтому можно сделать вывод, что территориально-



пространственные условия обуславливают формирование гендерной культуры молодых людей.

Образование как подсистема культуры является важным социально-идеологическим механизмом формирования гендерной культуры личности в любом государстве. Функцию передачи полосоцифических правил поведения в семье и обществе издавна отводилась взрослым, родителям, но с выделением образования как подсистемы и института, необходимого обществу для передачи новому поколению норм, ценностей и правил жизни, передача гендерных норм сразу стало неотъемлемой частью. Существование ступеней образования также оказывает влияние на формирование гендерной культуры молодежи, потому что становление образования как социального института предполагает не только прививание молодым людям нормированных правил межполовых отношений, но и вероятность предоставления новых идеалов феминности и маскулинности. Для наглядного примера сравнения учащихся школы и высших учебных заведений обратимся к результатам исследования Российского фонда фундаментальных исследований «Гендерная ментальность российской молодежи: психологический портрет» 2020 г., проходившего в Москве и Санкт-Петербурге, где принимали участие молодые люди 15–25 лет. Так с помощью теста-опросника «Нормы женского поведения» и «Нормы мужского поведения», где респондентам предлагалось оценить свою степень согласия с утверждениями относительно феминности/маскулинности, а также женских и мужских ролях, были получены следующие данные:

- У юношей – школьников преобладают более консервативные взгляды на нормы женского поведения, у студенческих групп и девушек – школьниц более современные (эгалитарные) взгляды. Этот факт определяет разную степень приверженности школьной молодежи к традиционалистскому типу норм женского поведения, а студенческие группы респондентов к смешанным нормам (со сдвигом к эгалитарным нормам модели феминности) [14].

- В обеих возрастных группах преобладает ориентация на смешанные нормы мужского поведения и по большинству шкал различия между ними минимальны. Однако школьники придерживаются традиционных взглядов по утверждениям «Гомосоциальность и гомофобия», «Жесткость, твердость мужского поведения» [14].

Таким образом, ступень образования также является показателем гендерной культуры молодежи, однако не стоит забывать про социально-педагогический фактор становления и развития гендерной культуры.

Новое современное поколение – это люди с сильно выраженными индивидуалистическими ориентациями, для них важно мыслить стратегически, добиваться поставленных целей, двигаться по карьерной лестнице, управлять своей

жизнью. Сегодня активно идет процесс трансформации гендерного устройства в обществе, поэтому изучение гендерной культуры современной молодежи дает не только понимание её ценностных ориентиров, но и прогноз перспектив развития гендерных отношений в стране в ближайшем будущем. Формирование у молодых людей представлений о многогранности проявления феминности и маскулинности позволит избежать психологических травм и комплекса неполноценности, не соответствующих стереотипному восприятию успешного гендера.

### Библиографический список

1. Сорокин П. А. «Социальная и культурная динамика». СПб. 2000. с. 34.
2. Маркузе, Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе; Пер. с англ., послесл., примеч. А.А. Юдина. М: ООО «Издательство АСТ», 2002. 526 с.
3. Мацумото, Д. Психология и культура [Текст] / Д. Мацумото. М., 2003 – 720 с.
4. Блохина, Н. Понятие гендера: становление, основные концепции и представления / Н. Блохина // Общество и гендер. Материалы Летней школы в Рязани 1–12 июля 2003 года. Рязань: «Поверенный», 2003. С. 3–6.
5. Здравомыслова Е., А. Темкина // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. Сборник научных статей. Вып. 4. СПб., 1996. С. 5–11.
6. Кон И.С. Три в одном: сексуальная, гендерная и семейная революции // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 1. С. 51–65.
7. Кон И. С. Введение в сексологию. М., 1988. С. 176–219.
8. ВЦИОМ. Гендерное равенство в России: идеал или ложная цель? [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gendernoe-ravenstvo-v-rossii-ideal-ili-lozhnaya-czel-> (дата обращения: 13.02.2022).
9. Ярцев Д.В. Особенности социализации современного подростка. Вопросы психологии, 1999, No. 6, 54–59.
10. Российское «Поколение Z: установки и ценности». 2019/2020 / Friedrich-Ebert-Stiftung, 2020. 148 с. URL: <https://library.fes.de/pdffiles/bueros/moskau/16135.pdf> (дата обращения: 13.02.2022).
11. Иванова Е. С., Ласнова Д. С. Взаимосвязь жизнестойкости и различных типов гендерной идентичности у современной молодежи // Инновации в науке. 2016. №5–2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-zhiznestoykosti-i-razlichnyh-tipov-gendernoy-identichnosti-u-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 13.02.2022).

12. Образ идеальной семьи / ФОМ. 2013. [Электронный ресурс] URL: <https://fom.ru/Rabotai-dom/11024> (дата обращения: 13.02.2022).

13. ВЦИОМ. Расширенная подборка данных ВЦИОМ. К тематическому выпуску «Семья и родительство» [Электронный ресурс] URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom\\_sociodigger\\_092020.docx](https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom_sociodigger_092020.docx) (дата обращения: 13.02.2022).

14. Гендерная ментальность российской молодежи: психологический портрет: монография / под науч. ред. О. И. Ключко. – Текстовое электрон. издан. – СПб.: НИЦ АРТ, 2020.

## **GENDER CULTURE OF MODERN RUSSIAN YOUTH**

*K. E. Lopatyuk*

*Perm State University*

The article analyzes gender culture on the basis of two concepts «gender» and «culture». The history of formation, as well as the components of gender culture and their influence on the formation of a person's views on intersexual relations and their own norms of behavior are considered. On the basis of research, the gender culture of modern Russian youth is considered and its features are revealed. The differences in the gender culture of young people on the basis of territorial-spatial and educational characteristics are also considered.

**Keywords:** gender culture, gender, masculinity, femininity, masculinity, femininity, gender socialization, gender identification, androgyny.

## АРТ-РЫНОК В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

*Д. А. Максимова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Целью статьи является анализ ситуации в пространстве отечественного рынка искусства, сложившейся в процессе развития пандемии. В статье рассматриваются преобразования, произошедшие в арт-рыночной среде. Приводятся примеры реорганизации деятельности институций и субъектов рынка искусства. В качестве заключения сделана попытка прогнозирования дальнейшего развития поля арт-рынка.

**Ключевые слова:** рынок, искусство, пандемия, онлайн, продажи, предмет искусства, аукционные дома, коллекционеры, художник.

Пандемический кризис, обрушившийся в начале 2020 года, резко изменил, преобразовал и одновременно поверг в шок все сферы, сопровождающие человеческую деятельность. Пандемия радикально изменила общество, трансформировала институты и социальные нормы, переформатировала образ жизни и повседневность большинства людей. С приходом тотального локдауна случилась переорганизация свободного времени, и установление нового рабочего пространства. Дистанционный образ жизни стал катализатором новой системы и аккумулировал новые практики осуществления жизнедеятельности.

Арт-рынок и культурная сфера не стали исключением. С началом 2020 года рынок искусства переживал серьезные потрясения. Все институции и субъекты рынка искусства прекратили свою работу в обычном режиме. Каждому участнику арт-рыночной системы пришлось экстренно адаптировать свою деятельность под новую реальность. Привычная форма выстраивания диалога с искусством быстро перешла в онлайн среду. Музеи, аукционные дома, галереи были вынуждены приспособливаться и искать новые диджитал-форматы для функционирования и соответствия потребностям покупателей. Однако для ин-

дустрии, которая предполагает живое общение с искусством этот переход оказался на удивление не таким тяжелым, как можно было бы предположить, отчасти из-за того, что еще до начала пандемии в арт-мире активно развивались онлайн инициативы, а кризис только ускорил этот процесс. Огромный плюс, который образовался в результате создания различных онлайн-платформ заключается в том, что они носили открытый и доступный характер. Любой желающий мог скрасить свои карантинные будни виртуальным туром по выставке в одном из лучших музеев мира, заглянуть в мастерскую художника, куда обычно не попасть, или послушать самых именитых кураторов и коллекционеров, оставаясь дома. Такие доступные и бесплатные альтернативы участия в жизни мира искусств не ограничивали арт-любителей в своих возможностях. Однако это сложно сравнить с привычным устройством работы арт-рынка. Ни одно произведение на экране компьютера не сравнится с оригиналом в реальности. Заключенные в изоляцию пользователи были вынуждены довольствоваться аналогами реальных шедевров.

Факторы, которые одновременно негативно и существенно влияют на рынок искусства, можно разделить на три группы: политическая нестабильность, войны, экономический кризис и эпидемия. Исторически эпидемии являлись историческими спутниками развития искусства и появления арт-рынка. Достаточно вспомнить, что первый прообраз арт-ярмарки в Венеции в XIV веке прекратил свое существование с приходом в Европу бубонной чумы. Так, «черной смертью» были унесены мастера итальянского Возрождения Ганс Гольбейн и Тициан. В Венеции Тинторетто писал свои величайшие работы в здании, предназначенном для чумного карантина. Отступление чумы из Северной Европы способствовало развитию рынка светского искусства в Нидерландах XVII века. В XVIII–XIX веках основные эпидемии были вызваны уже брюшным тифом, холерой и туберкулезом. В XX веке, с развитием современной медицины, массовые эпидемии, казалось, отступили. В 2016 году вследствие эпидемии вируса Зика во Флориде под вопросом была организация Art Basel, хотя ярмарка состоялась в положенные сроки и показала хороший результат посещаемости и продаж, спустя год Art Basel снова столкнулась с природными катаклизмами. На этот раз проведение ярмарки было поставлено под угрозу из-за разрушительных последствий урагана Ирма. В 2020 году из-за коронавируса Art Basel отменила ярмарку в Гонконге и перенесла ее в онлайн формат. На первый взгляд, ситуация с пандемией может на пользу сыграть арт-рынку: увеличение количество доступного искусства, переведенного в цифровой формат, а перенесенные либо отмененные ярмарки и торги могут создать эффект «отложенного

спроса», побудив коллекционеров с удвоенной энергией совершать покупки после разгерметизации рынка. Однако в экономике фактор отложенного спроса работает, только если у покупателя сохраняется свободный капитал, а нынешняя пандемия принесла за собой серьезный экономический кризис. Если попробовать оценить ущерб, который принесла пандемия институциям арт-рынка, достаточно сказать о том, что галереи оплачивают участие в ярмарках минимум за полгода до их начала. Соответственно, к началу 2020 года среднестатистическая галерея уже оплатила две из четырех ярмарок: из них одна отменилась или перенеслась. В таком подвешенном состоянии остались пекинская ярмарка Jingtart, миланская Miart, а также Art Paris, Art Berlin и Art Dubai [6].

Если говорить о ситуации, которая сложилась в пространстве отечественного рынка искусств, то аукционные дома, осуществляющие свою деятельность в России, оказались в наиболее выигрышном положении, поскольку в их распоряжение остались три канала продаж: публичные, частные и онлайн-торги. Однако первые перенеслись, вторые испытывали серьезную конкуренцию. Выходит, что единственным способом дохода стали онлайн-торги. Ежегодный отчет за 2020 год о состоянии отечественного рынка искусств, опубликованный на аналитическом сайте ARTinvestment показывает, что все двенадцать аукционов, существующих в России, адаптировались к пандемии максимально быстро, с рынка никто не ушел. Под конец 2020 года большая часть аукционных домов едва не сравнялись с прошлым сезоном по количеству проведенных торгов, а некоторые стали работать по «смешанной модели», устраивая продажи в очном формате с выходами в онлайн-пространство. Крупные российские аукционные дома, такие как АИ Аукцион, «Литфонда» и Vladey так же сохранили высокий уровень продаж. В 2020 году их общее количество продаж составили 70% от суммарного объема продаж всего публичного арт-рынка в России. Количество проведенных на троих торгов составило 55 % от всех аукционных торгов на территории РФ, а количество проданных «большой тройкой» лотов – 43 % от общего числа проданных предметов искусства. В частности, для АИ Аукциона 2020 год стал самым доходным в истории по объему продаж. В 2021 году АИ Аукцион снова стал лидером среди российских аукционов. Второе место занял аукционный дом Vladey – и вместе два ведущих аукционных дома России обеспечили 59 % оборота всех 15 игроков публичного рынка и продали 15 % от общего числа работ, ушедших с торгов на российском арт-рынке в прошедшем году. По данным Artinvestment.ru рынок русского искусства практически вернулись к показателям допандемийного 2019 года [6].

Основными субъектами арт-рынка были и остаются художники, некоторые из них оказались в критической ситуации во время кризиса. Однако творческое сообщество сплотилось и объединилось на различных онлайн-площадках, которые создавались как пространства для купли и продажи работ художников. Многие из них устанавливали весьма демократичные цены, что позволяло покупателям разного статуса приобретать предметы искусства на таких плейсах. Очень скоро такие онлайн-объединения стали социальным явлением, которое представляло собой открытые виртуальные площадки для коллекционеров, дилеров и просто любителей искусства, где помимо совершения сделок, была возможность свободно общаться. Так, инициатива коллекционера и арт-дилера Максима Боксера стала настоящим художественным форумом, позволившая участникам забыть о трудностях самоизоляции. Созданная им группа «Шар и крест» стала местом для взаимовыручки художников, торговцев и коллекционеров, а также площадкой по продаже недорогих произведений искусства. Довольно быстро проект начал носить характер исследовательского и просветительского онлайн-сообщества. Главной отличительной чертой стала установленная ценовая политика. Стоимость работ некоторых художников отличались от установленной рыночной. В момент основания ценовой ценз для любого произведения не должен был превышать 10 000 рублей, а затем он был изменен, не выше 20 000 рублей для живописи и 10 000 рублей для графики. Помимо этого, в группе существовали правила для активных участников не только покупать, но и продавать: продал три – купи одну, купил одну – предложи две. И хоть проект представляется некоммерческим, однако после сбыта десяти работ продавец был обязан отдать одно произведение в фонд группы «Шар и Крест». Онлайн-площадка, созданная Максимом Боксером в период карантина, позволила не только стимулировать игру на площадке арт-рынка, но и открыла новые имена коллекционеров, художников, не только из центральной части страны, но и авторов из Сибири и юга европейской части России.

Акклиматизация к новой реальности, которую установила пандемия, повлекла за собой изменения в оптике восприятия объектов и явлений, существующих в социальной среде. Пространство рынка искусств перестало быть закрытой сферой, введенной исключительно в жизнь некоего истеблишмента. Выход в онлайн-среду стимулировал расширение границ арт-рынка: увеличение количества субъектов и институций, а также стимулировал прирост участников, количество объектов искусства и институций.

В период пандемии рынок искусства оставался полем с особой разновидностью товара. Главным объектом купли продажи в условиях художественного

рынка является произведения искусства. Предмет искусства – это часть культуры, которая выходит за рамки ее контекста переходя в поле экономики. Культурные ценности, которые несут в себе объекты арт-рынка, оказывают воздействие на экономическое мышление, которое приобретает глубокие изменения в восприятии художественного товара. Пьер Бурдьё относил предметы искусства к «полю ограниченного производства», поэтому им нельзя приписать статус «простого товара», «арт-рынок имеет дело с абсолютной уникальностью имен и произведений» [2]. Также, Пьер Бурдьё определял произведения искусства как «символические продукты», вкладывая двойственность в само это определение, ведь символический продукт – это одновременно и культурное достояние, и товар [2]. Отталкиваясь от этого, можно сказать, что каждый предмет искусства имеет символическую ценность и рыночную стоимость. Каждая из них формируется определенными факторами, которые в свою очередь зависят от различных социальных, культурных, экономических и политических явлений в мире.

С началом пандемии устройство всех институтов жизнедеятельности претерпевало трансформации, это способствовало интенсивному изменению социальной перцепции. Такому сдвигу в восприятие в момент эпидемиологического кризиса подвергся объект искусства. Любой предмет искусства выступает как материальная вещь, которая существует в социальном пространстве и определяется средствами социального воображения. Будучи таким, он может быть описан на языке социологии, который в свою очередь состоит из маркеров, определяющих предмет искусства как знак классового статуса. С поэтапным развитием пандемии предмет искусства стал носителем менее материальных свойств, чем был прежде. Его роль как материального объекта изменилась как следствие, возникшее в результате преобразований в социальной реальности. Представители высокого класса в некоторой степени были лишены возможности подтвердить свою престижность за счет предмета искусства как характерного показателя идентичности. Невысокая стоимость на произведения искусства, которая была установлена на вновь образовавшихся онлайн-платформах, определила предмет искусства как доступный материальный объект для широкого круга потребителей. Поэтому можно сказать, что отношение к предмету искусства как к материальной вещи, которая существует в определенном социальном языке, подверглась, изменениям в период пандемического кризиса.

Реальность, сформировавшаяся в результате нашествия пандемии, установила новую социальную среду, поместила людей в иной социальный контекст и создала свои языковые маркеры социальной среды, через которые воспринимались объекты. Что касается состояния арт-рынка, эпидемиологический кризис,



создал ряд жестких условий для осуществления полноценной деятельности участников рынка искусств, одновременно, освободил арт-рынок от штампов, олицетворяющих его как коммерциализированное пространство для элитарного общества и помог преодолеть ограничения, которые сопровождают рынок искусства как жесткую бизнес-среду. Что произойдет с рынком искусства дальше трудно спрогнозировать, но в одном можно быть уверенно точно, что тенденция «ухода в онлайн» продолжается. На данный момент институции и субъекты развивают полученный пандемический опыт и сохраняют созданные практики в своей деятельности, организовывая так называемую гибридную форму работы.

### Библиографический список

1. Барабанов, Е. Искусство на рынке или рынок искусства? / Е. Барабанов Текст электронный. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/96/article/2135> (дата обращения: 07.02.2022).
2. Грав И. Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости / И. Грав ; перевод с английского Е. Курова. М.: Ад Маргинем, 2016. 288 с.
3. Тросби Д. Экономика и культура: монография / Д. Тросби ; перевод с английского И. Кушарева. 2-е изд. М.: Изд. дом высш. шк. экономики, 2018. 257 с. (Исследования культуры).
4. Новости искусства [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theartnewspaper.ru/> (дата обращения 03.02.2022).
5. Инвестиции в искусство [Электронный ресурс]. URL: <https://artinvestment.ru/> (дата обращения 03.02.2022).

## ART MARKET IN THE NEW REALITY

*D. A. Maksimova*

*Perm State University*

The purpose of the article is to analyze the situation in the space of the domestic art market, which has developed during the development of the pandemic.

The article discusses the transformations that have occurred in the art market environment. Examples of reorganization of the activities of institutions and subjects of the art market are given. As a conclusion, an attempt is made to predict the further development of the situation on the site of the Russian art market.

**Keywords:** market, art, pandemic, online, sales, art object, auction houses, collectors, artist.

## ВИЗУАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ПОСТМОДЕРНИСТСКОГО ТЕКСТА ВИКТОРА ПЕЛЕВИНА В ГРАФИЧЕСКОМ РОМАНЕ

*А. М. Меспахова*

*Пермский государственный  
гуманитарно-педагогический университет*

В статье рассматривается опыт переложения романа В. Пелевина «Омон Ра» (2018) на визуальный язык одноимённого графического романа А. Акишина. В контексте постмодернистского художественного мышления оба текста обнаруживают сходные черты поэтики (приемы компьютерной игры), а визуальный язык графического романа ищет вдохновения в современных языках постмодерна (в частности, соц-арта).

**Ключевые слова:** постмодернизм, симулякр, комикс, графический роман, В. Пелевин, «Омон Ра», А. Акишин.

Виктор Пелевин – одна из самых интересных и необычных фигур современного русского постмодернизма, автор романов «Чапаев и Пустота» (1996), «Generation П» (1999), «Шлем ужаса» (2005), «Бэтман Аполло» (2013) и др.

По нашему мнению, сходство поэтики романа Пелевина «Омон Ра» и графического романа А. Акишина обусловлены не только его содержанием, но и общей установкой текстов, предопределенной постмодернистской эстетикой. Для последней характерны ирония, пародийность, игровое начало, принципиальная возможность различных интерпретаций, отсутствие авторитарной авторской позиции, размывание границ между массовым и элитарным искусством, смешение художественных языков, стилей, жанров и др. [Курицин 1997; Маньковская 2000]. Ещё одной важной чертой постмодернистского произведения категория симулякра – это образ отсутствующей действительности, правдоподобное подобие, лишённое подлинника, поверхностный гиперреалистический объект, за которым не стоит какая-либо реальность. Это пустая форма са-

мореперенциальный знак, артефакт, основанный лишь на собственной реальности. [Маньковская 2000: 57]

В рамках положения о синкретичности языков, стилей и жанров, которая, по мнению В. Курицына, особенно отчетливо проявилась в XX веке с появлением постмодернизма [Курицын 1997: 11], нами будет рассматриваться такой визуальный формат, как комикс, который обрабатывает текст романа В. Пелевина «Омон Ра».

Такой формат повествования, несмотря на популярность его в современной культуре, не является новым. Он появляется ещё в XIX веке. Однако активно изучаться начал лишь во второй половине XX века. Опираясь на работы исследователей жанра, например, американского художника Скотта Макклауда, отечественного филолога А. Г. Сонины и др., мы можем сформулировать следующее определение: комикс – это особый повествовательный жанр, представляющий собой последовательность рисунков, содержащий текст. Рисунок и заключённый в него текст представляют собой органичное смысловое единство (см. определения французского энциклопедического словаря «Le Petit Larousse» [Le Petit Larousse 1996: 29], Скотта Макклауда в книге «Понимание комикса» [Макклауд 1993: 9], А. Г. Сонины в работе «Комикс как знаковая система» [Сонин 1999: 19]). Иными словами, комикс уже по своей природе предполагает принцип синкретизма (он объединяет в себе разные языковые коды). Это послужило его активному развитию во второй половине XX века.

Графический роман представляет собой жанровую разновидность комикса, свидетельствующую, в частности, о размывании границ между массовым и элитарным искусством: графический роман способен рассказывать большую законченную историю, используя при этом визуальный язык [Усольцева 2016: 52]. Именно этот поджанр комикса выбирают для адаптации классических и современных текстов литературы. Некоторые исследователи подчёркивают, что графический роман в большей степени направлен на интеллектуально подготовленных читателей [Юдин 2016: 187].

Графический роман «Омон Ра» был создан в 2018 году художником А. Акишиным (В. Пелевин лично выбрал его для графической интерпретации) и сценаристом К. Кузузовым. По ходу анализа нам кажется рациональным разбирать не только визуальное содержание комикса, но и фрагменты первоисточника. Тем более, что сама поэтика романов Пелевина предопределяет выход за пределы романских конвенций. Как считает писатель А.А. Генис, в статье «Феномен Пелевина», «Пелевин уже вступил за границу, за которой книга становится чем-то другим, например, сценарием видеоигры» [Генис 1999]. Проза

Пелевина очень кинематографична. Для иллюстрации мы можем привести цитату из романа, показывающую визуальность и мастерство писателя как создателя режиссёрского сценария: *«И еще я заметил, что его лицо как бы повторяло лицо с обложки «Правды», которое глянуло на меня минуту назад, получилось совсем как в фильме, где вначале долго показывали одну икону, а потом на ее месте постепенно возникла другая – изображения были схожие, но разные, из-за того, что момент перехода был размазан, казалось, что икона меняется на глазах»* [Пелевин 2019: 37].

Пелевин достигает языковыми средствами зрительного эффекта, который передается через комикс. Графический же роман представляет собой смену кадров, которая следует по ходу развития пелевинского текста.

Стоит отметить, что в структуре текста Пелевина использование принципа компьютерного видения даёт возможность более многогранно изображать пространство и время [Катаев 2011: 161]: не просто реальность, а разные реальности, что так же является чертой постмодернизма.

В романе Пелевина мы можем выделить три реальности, но если у писателя они разделяются на языковом и сюжетном уровнях, то в графическом романе такое разделение акцентируется пиктографическим компонентом.

Первая реальность, которую мы выделим в романе, это мир, созданный в собственном сознании Омоном Кривомазовым. Герой с детства усваивает мировоззренческий тезис: *«можно глядеть из самого себя как из самолёта, и вообще неважно, откуда глядишь – важно, что при этом видишь...»* [Пелевин 2019: 10]. С этого момента он создаёт свою собственную реальность, а само произведение оказывается в результате отражением мира через призму этой реальности.

В графическом романе мир центрального героя визуально эффектен. Он выстроен в стилистике группы «Пинк Флойд», которая появляется в произведении при разговоре Омона с Димой Матюшевичем: выразительной, абстрактной, переходящей от реального изображения к ирреальному, содержащей в себе образы монстров в противогазах, взрывов, избытка деталей, вещей и т.д.

Благодаря визуальному выражению, читатель понимает, как Омон видит железной шарик от кровати, который изображён как маленькая луна, забор в училище, визуально превращающийся в Китайскую стену, и т.д. В графическом романе оказывается возможной визуализация будущего героя, на которое Пелевин только намекает. В графическом романе в самом начале художник изображает героя, который катается по улицам на велосипеде, будто бы сидящим в машине. И во второй половине романа становится известно, что Омону пред-

стоит управлять луноходом, в котором он будет сидеть и крутить педалями, чтобы тот двигался.

Вторая реальность — это настоящий мир с природными постоянными законами. Графически мир нарисован довольно условно. Нет детализации, вещи и люди этого мира находятся на бесформенном белом фоне с минимальным количеством декораций. Этот мир раскрывается в тот момент, когда герой узнаёт правду о советской действительности.

Симулятивный идеологический мир советского сознания является третьей реальностью, которую мы прослеживаем в романе. Это своеобразный миф о советской космонавтике, который показан через призму соц-арта. Признаки соц-арта реализуются в пиктографическом компоненте: в изображении гротескных стереотипных образов социальной действительности или иронической деконструкции советских атрибутов.

В таком разрушении мифа также есть черты игры, т.к. он деконструируется и в сознании читателей, и в сознании Омона. Герой одновременно с читателями переживает крушение иллюзий в отношении советской космонавтики и её достижений, потому что *«единственным пространством, где летали звездолёты коммунистического будущего, было сознание советского человека»* [Пелевин 2019: 15], но при этом в этой реальности существуют все атрибуты, утверждающие обратное: общественное мнение, средства наглядной агитации и массовой пропаганды. Такая откровенная симуляция фактов советской действительности, а конкретно — полётов в космос, передаёт идею деконструкции мифа, которая акцентируется пикторграфическим компонентом. Например, ироничным изображением Лайки или мрачным, утопающим в дожде изображением Красной площади.

Перечисленные нами миры вступают в определённые взаимоотношения. Если мир иллюзий советского подвига и мир реальный никак не пересекаются, то мир кривомазовского сознания может переключаться между другими реальностями. Такое переключение зависит от воли героя. Таким образом, мы можем говорить об ещё одной особенности постмодернизма: отсутствие автора как создателя текста [Барт 1982: 384] прослеживается в романе, и в особенности в комиксе, которому свойственно драматическая минимизация авторского слова. Повествователь — рефлексирующий герой, Омон Кривомазов. Все события представлены его глазами. Визуально графический роман отсылает читателя к принципу героя: *«глядеть из самого себя как из самолёта»*. При таком принципе графически все остальные персонажи превращаются в функции, т.е. они появляются в кадре только тогда, когда Омон о них вспоминает или обращает на

них внимание. Такой подход в изображении других героев представлен даже в фигуре Митька, которому в романе В. Пелевина уделено большее внимание.

В связи с этим нельзя утверждать, что комикс способен полноценно заменить роман В. Пелевина. В процессе анализа графического романа мы пришли к выводу, что визуальный текст может служить «мостиком» к пониманию постмодернистского текста первоисточника, т.к. ориентируется на зрительное восприятие читателя. А. Акишин смог дополнить роман сильной визуальной составляющей. Стиль художника отдаёт ретро-стилистикой с поправкой на советскую действительность, которая очень точно передаёт визуальный дух описываемого В. Пелевиным времени. В комиксе более чётко передана внутренняя реальность Омона, т.е. она графически наполнена абстрактными, детальными, мифологическими образами, другие реальности этого лишены. Комикс сконцентрирован на образе главного героя, поэтому сценарист К. Кутузов усекает истории других персонажей, оставляя только то, что важно для Омона. Из-за этого второстепенные персонажи превращаются в ещё более абстрактные функции, чем в романе.

Действительно, графический роман выполняет задачу скорее иллюстрированного издания или комикс-адаптации. Но также позволяет внести в изображение долю гротеска, подразумеваемого и самим В. Пелевиным. Так, главный герой Омон Кривомазов в образе космонавта в газете или руководители полета, странно напоминающие знакомую советским людям триаду профилей, Маркс-Энгельс-Ленин, явно пародируют советскую действительность. Картинка позволяет обратить внимание на важные для романа фразы. Например, *«Единственным пространством, где летали звездолеты коммунистического будущего... было сознание советского человека»* [Пелевин 2019: 15]. Подлинный смысл этой фразы начинаешь понимать только после прочтения романа – но в версии графического романа эта фраза высвечивается еще ярче, а лицо ещё юного Омона Кривомазова на этих словах словно озарено неким знанием. Будто бы он уже понял обман советской действительности о полётах в космос: все корабли и технологии, с помощью которой покоряется космическое пространство, работает за счёт жизни обычных молодых людей.

Думается, графический роман «Омон Ра» произвёл в своё время стал популярен не только благодаря яркой и эффектной визуальной составляющей, но и тем, что позволяет взглянуть на произведение В. Пелевина свежим взглядом. Об этом свидетельствуют отзывы читателей: *«Графическая интерпретация текста, цитаты видны яснее, и ради них, чтобы найти им контекст, хочешь-не хочешь лезешь читать оригинал»*, *«Я не читала первоисточник и не могу су-*

дить о полноте передачи его на страницы комикса, но мне понравилось подобное знакомство с Пелевиным» (фрагменты из отзыва о комиксе с сайта LiveLib: <https://www.livelib.ru/book/1002890541/reviews-omon-ra-graficheskij-roman-viktor-pelevin>). Такая реакция свидетельствует о том, что графический роман является популярным сегодня жанром, а «перевод» на его язык собственно литературного текста, видимо, станет важной тенденцией литературного процесса.

### Библиографический список

1. Le Petit Larousse: en 2 volumes / direction éditoriale P. Maubourguet. Paris : Larousse, 1996. 2 vol.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С. 616.
3. Генес А. Феномен Пелевина // Сайт творчества Виктора Пелевина. 1999. URL: <http://pelevin.nov.ru/stati/o-gen1/1.html?ysclid=kzmf8od1st> (дата обращения: 07.02.2022).
4. Катаев Ф. А. Семантика и функции компьютерного дискурса в прозе Виктора Пелевина // Вестник Пермского университета. Вып. 2(14). 2011. С. 160 – 168.
5. Курицын В. Группа продлённого дня // Жизнь насекомых. Авторский сб. М., 1997. С. 7 – 20.
6. Макклауд С. Понимание комикса: монография. М.: Белое Яблоко, 2016. 216 с.
7. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма: монография. СПб.: Алетейя, 2000. 347 с.
8. Омон Ра: графический роман / А. Акишин, К. Кутузов, В. Пелевин. СПб: Комильфо, 2018. 144 с.
9. Пелевин В.О. Омон Ра. М.: Эксмо, 2019. 160 с.
10. Сонин А. Г. Комикс как знаковая система: психолингвистическое исследование: дис... канд. фил.наук. Барнаул, 1999. 236 с.
11. Усольцева Д. А. Проблема научной классификации художественных произведений в жанре «комикс» // Молодой учёный. Сб. науч. трудов конф. Казань, 2016. С. 51 – 53.
12. Юдин Л. А. Драматургический потенциал графического романа: поэтика синкретизма // Вестник челябинского государственного педагогического университета. Сб. науч. трудов конф. Челябинск, 2016. С. 186 – 190.

## VISUAL ADAPTATION OF VICTOR PELEVIN'S POSTMODERN TEXT IN A GRAPHIC NOVEL

*A. M. Mespakhova*

*Perm State Humanitarian Pedagogical University*

The article discusses the experience of translating V. Pelevin's novel «Omon Ra» (2018) into the visual language of A. Akishin's graphic novel of the same name. In the context of postmodern artistic thinking, both texts reveal similar features of poetics (computer game techniques), and the visual language of the graphic novel looks for inspiration in modern postmodern languages (in particular, social art).

**Keywords:** postmodernism, simulacrum, comic, graphic novel, V. Pelevin, «Omon Ra», A. Akishin.



## ДИСКУРС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ АБСТРАКТНОГО ИСКУССТВА В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

*М. А. Нигаматова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»*

В статье рассматривается процесс формирования дискурса абстрактного искусства на примере теории и практики первых художников данного искусства, таких, как Василий Кандинский, Казимир Малевич и Пит Мондриан. Выделяются характерные особенности мышления и построения принципов абстрактного искусства, которые отражаются и воспроизводятся в творчестве данных художников, положивших начало абстрактному искусству как таковому.

**Ключевые слова:** дискурс, искусство, абстрактное искусство, Василий Кандинский, Казимир Малевич, Пит Мондриан.

Понимание границ различных эстетических и художественных феноменов связано с суммой различных высказываний, которые формируются в теории и практике искусства [13]. Согласно теории дискурса высказываниями могут быть тексты художников и теоретиков, сами произведения искусства и практики, связанные с презентацией, циркуляцией, музеефикацией этих объектов искусства. Формируемый в начале XX века дискурс абстракции задает определенный канон / каноны и нормы абстрактного искусства, которые формируют также и систему исключений. В качестве прецедентного примера исключений можно рассматривать абстрактное искусство Хильмы аф Клинт [12]. Как же происходило формирование дискурса абстрактного искусства.

В условиях формирования абстрактного искусства как нового художественного феномена особую роль играет творчество Василия Кандинского. Сам Кандинский мало говорил о своих работах, он лишь упоминал об их «скрытых» смыслах [1, с. 1]. Однако художник писал много теоретических работ, в которых объяснял не произведения, а свое «видение». В «О духовном в искусстве»

он многократно называет копирование живописи прошлых эпох «мертвым искусством», но вместе с этим находит связь между современностью и первобытными художниками, и связь эту обозначает как стремление выразить в своих произведениях *внутренне-существенное* [2, с. 42].

Отход Кандинского от зримых, реалистичных форм также отчасти можно объяснить его стремлением отказаться, *откреститься* от философии материализма. Он утверждает, что после «периода материалистического соблазна» художник будет пытаться пробуждать «более тонкие, пока еще безымянные чувства» [2, с. 43]. Большое влияние на его мировосприятие оказывают научные открытия его времени. Одним из поворотных событий, череда которых заставляет Кандинского отвернуться от внешнего и обратиться к внутреннему, является разложение атома.

Понятие «абстрактного Кандинский впервые вводит в своем труде «О духовном в искусстве» с точки зрения прозы и поэзии. Кандинский приходит к выводу, что «слово есть внутреннее звучание», и это, если рассматривать слово как средство выражения внутреннего звучания, можно вполне справедливо соотнести с его представлениями о схожем значении художественной формы как таковой [2, с. 54].

Способ раскрытия «внутреннего звучания» является художнику не сразу. Долгое время он проводит в погоне за материальным выражением «самого чудесного московского дня», который в красках описывает в своих воспоминаниях [3, с. 121]. Его стремление выразить невыразимое, незримое, мимолетное подталкивает самого Кандинского к определенным выводам. Он разделяет, но не обособляет понятия природы и искусства. Кандинский сравнивает возможности природы и искусства и придает им одинаковое значение по величию и силе, тем самым разрешает для себя загадку их взаимодействия и соотношения [3, с. 121]. И так постепенно он начинает видеть в материальном духовное:

«...Все явило мне свой лик, свою внутреннюю сущность [...]. Так ожила для меня, и каждая точка в покое и в движении (линия) и явила мне свою душу. Этого было достаточно, чтобы «понять» всем существом, всеми чувствами возможность и наличность искусства, называемого нынче, в отличие от «предметного», – «абстрактным». [3, с. 122].

Можно довольно четко обозначить путь, который Кандинский проходит для того, чтобы раскрыть (создать) новую грань живописного мастерства. Отягощенное материальное и разочарование в нём, а также поиск и тщетная попытка передать «звучание» зримых образов с помощью известных живописных

средств приводит Кандинского к открытию абстрактного, не видимого, но чувственного – к открытию нового образа видения.

С другой стороны, Кандинский уточняет, что в наши дни художник не может обойтись одними абстрактными формами [2, с. 70]. Он называет их неточными и утверждает, что ограничиться одной лишь абстракцией значит «лишить себя многих возможностей, значит исключить чисто человеческое и сделать бедными свои средства выражения» [2, с. 70]. Кандинский позиционирует методы абстрактного больше, как новый способ выражения *внутреннего звучания* и *внутренней необходимости*, чем как исключительно верный путь и метод работы художника.

Кандинский утверждает, что принципиальное значение имеет только внутренняя жизнь картины [2, с. 111]. Его теория роли искусства в жизни общества строится на том, что художник, вне зависимости от того, художник какого он искусства, в первую очередь должен отталкиваться от *внутреннего*, а не обращаться к внешнему для достижения цели «искусства ради искусства» [2, с. 112]. Отсюда и становится ясно, что его стремление погрузиться во внутреннее и незримое обусловлено не столько желанием внести что-то новое в привычное восприятие живописи и тем самым, возможно, шокировать публику; сколько желанием возвать к *духовным* целям искусства и побудить мир к ним обратиться. Он также обращается к философии и в качестве поворота к *духовному* выделяет учение Е. П. Блаватской, считая появление теософии и создание Теософского Общества «фактом большого духовного движения» [2, с. 54]. Его обращение к абстрактным формам есть обращение к необходимости глобального поиска внутренних смыслов.

На Кандинского как на человека «своего времени» оказывает влияние целая сумма факторов, которые постепенно снимают с него ограничения. Под их влиянием он отказывается от внешнего и открывает для себя внутреннее видение, которое, как он считает, дает ему возможность выйти за рамки определенной эпохи и устремить свой взгляд художника в будущее.

В дискурсе абстракционизма как отхода от зримого образа особое место занимает творческий путь Казимира Малевича. Поворотным в творчестве Малевича можно считать 1907 год, когда он посещает выставку объединения «Голубая роза». Здесь художник впервые вводит по отношению к живописи понятия абстрактные. Он пишет, что на выставке можно было почувствовать «голубой запах», и дает объединению «Голубая роза» звание группировки «Нового искусства» [4, с. 281].

Свой отход от привычного, сложившегося веками живописного канона Малевич позиционирует совершенно открыто уже в 1915 году, в год появления «Черного квадрата»: «Когда исчезнет привычка сознания видеть в картинах изображение уголков природы, мадонн и бесстыдных венер, тогда только увидим чисто живописное произведение. Я преобразился в нуле форм и выловил себя из омута дряни Академического искусства» [5, с. 35].

Многолетние поиски *нового* постепенно приводят художника к отказу от всего, что было создано до. Малевич пишет: «За ненужностью я отказываюсь от души и интуиции. 19 февр. в 1914 году я отказался на публичной лекции от разума» [6]. Такой радикальный отход от привычного разворачивает Малевича в сторону поисков совершенно нового, пока что необъяснимого искусства, ставит перед ним глобальную философскую проблему.

Даже после написания «Черного квадрата» он продолжает и развивает в своих теоретических трудах логику, благодаря которой пришел к отказу от формы. Малевич выводит возникновение кубизма из творчества Сезанна, однако вместе с тем утверждает, что Сезанн не отказался от формы, а лишь «положил указание, которому суждено было развиваться в большое направление кубизма» [7, с. 162]. Примерно в таком же ключе художник позиционирует футуризм и кубизм, считая последнее предтечей разделения «Бубнового валета» на конструктивизм и супрематизм [4, с. 289].

Датой возникновения супрематизма Малевич считает 1913 год. Он находит супрематизм как возвращение к истокам искусства, и истоками искусства он считает беспредметность – «примитивы» наскальной живописи первобытного человека. Чтобы окончательно оторваться от зримого образа, Малевич выводит сложную цепочку собственных рассуждений о том, что вообще есть зримый образ или «конкретная жизнь». Он приходит к выводу, что «конкретной жизни» не существует, ибо вся жизнь постоянно находится в движении, и вместе с тем «конкретное» у Малевича – это «ясный, исчерпывающий вывод», который несет в себе «начало беспредметности» [8, с. 173].

Художник подвергает критике выработанное веками понимание искусства. Касаясь социологии искусства, Малевич разделяет его по классам, и задается вопросом, к какому же тогда классу можно отнести искусство «беспредметно-абстрактное» [8, с. 192]. В понимании Малевича «новое искусство» не относится ни к одному из классов [8, с. 192]. «Новое искусство», то есть супрематизм, есть противопоставление предметности другого, совершенно противоположного качества – беспредметности [9, с. 36.].

Под «беспредметностью» художник в первую очередь понимает не только отказ от видимых, зримых форм, он понимает отказ от формы как таковой в пользу цвета. Малевич делает большой акцент на том, что футуризм и кубизм лишь «стремились к супрематизму живописи», не достигли его [10, с. 32.]. Он выводит определение супрематизма как определенной системы, «по которой происходило движение цвета через долгий путь своей культуры» [8, с. 46].

Цель художника – создать искусство совершенно абстрактное, полагающееся только на живописные средства и идущее от интуиции. Причины, по которым он ищет новое искусство и способы его выражения, можно назвать глубоко философскими. В какой-то момент Малевич отходит от живописи и посвящает себя написанию трактата «Супрематизм. Мир как беспредметность, или Вечный Покой». Малевич сводит живопись и форму к нулю, к беспредметности – он стремится выйти за нуль и исследовать то, что находится за ним [11, с. 153]. Выход его за границы видимого и зримого искусства можно назвать абсолютно сознательным: художник даже «искусственно» ставит датой написания «Черного квадрата», своего ключевого произведения, не 1915 год, как было на самом деле, а 1913. Он стремится построить неоспоримую логику своих исканий беспредметного, посвящая всю свою оставшуюся жизнь обоснованию супрематизма как явления трансцендентного.

Иную логику абстрактного представляет Пит Мондриан, художник, который прошел длинный путь от реалистической, натурной живописи к новому абстрактному выражению реальности. Осень 1908 года можно считать поворотным этапом в творчестве Мондриана. Художник приезжает в Домбург, где знакомится с теософским учением Е. Блаватской и Р. Штайнером [14, с. 26]. Эта поездка оказывает на Мондриана большое влияние, ведь почти сразу после этого он отводит свой взгляд художника от мира видимого и постепенно переводит его в пространство незримое. Уже в работе «Башня церкви в Домбурге» 1911 года довольно отчетливо прослеживаются мотивы геометрической абстракции: из отдельных треугольных и параллелепипедных форм слеплено небо и окружающая обстановка, само здание церкви тоже дано довольно условно. Следующая работа того же периода, «Маяк в Весткапелле» 1910 года, написана в технике, тяготеющей к дивизионизму, и в ней мы наблюдаем постепенное «рассеивание» предмета, то есть здания маяка, в окружающем пространстве. У здания маяка довольно видимые границы выстраиваются исключительно за счет цветового решения, но четкой линии построения, отделяющей реальный предмет от окружающего мира, уже нет.

В 1909 году Мондриан вступает в Датское теософское общество. В своей работе «Молен (Мельница); Красная мельница» 1911 года Мондриан уже совершенно иначе смотрит на мир вещей, используя для художественного выражения такие средства, как цвет и геометрия форм. Мельница в данной работе будто и вовсе не стоит на плоскости, а парит в воздухе.

Дивизионизм, характерный стиль неоимпрессионистов, и фовизм открываются для Мондриана с другой, духовной стороны, некоторой внутренней жизни реальных предметов окружающей действительности. На примере таких работ, как «Увядаящая хризантема» 1908 и «Амариллис» 1910, Мондриан пишет о своих поисках, разнице между восприятием: «Эмоция – более внешнее, чем дух. Дух конструирует, сочиняет; эмоция выражает настроение и тому подобное. Дух строит наиболее чисто, с самыми простыми линиями и самыми базовыми цветами. Чем более базисным является цвет, тем более он внутренний; чистый. [...] Вы удивлены, что я анализирую нежную красоту цветка и преобразую её в вертикальные и горизонтальные линии... Но у меня нет цели выразить эту нежную красоту. Что бы мы ни считали в цветке красивым – это не исходит из его глубинного его существа» [14, с. 116]. Художник стремится выразить нечто большее, неизменное; здесь же мы наблюдаем его обращение к базовым цветам, которые Мондриан считает наиболее способными выразить *внутреннее*, нежели внешнее.

Мондриан также начинает выделять в пейзаже некоторую структуру. Постепенно он делает на структуре картины всё больший и больший акцент, отказываясь от фигуративности: появляются сначала «прямоугольники», а затем и «ромбы» [15, с. 277]. Мондриан начинает разделять искусство на «старое» и «новое». Он считает, что «мы находимся на переломном этапе в культуре, в конце всего древнего» [16, с. 4]. Постепенно Мондриан отказывается от чисто предметной, реалистической живописи (известное нам «старое») и создает новый стиль, который получает название «неопластицизм».

Мондриан объясняет устойчивое восприятие «старого», а именно реалистической живописи, с той точки зрения, что «прогресс [...] неизбежно должен был сначала привести к вырождению чисто пластического искусства и совершенствованию естественной формы» [17, с. 250]. Его представления о роли пластического искусства отражаются в работе «Неопластицизм: общий принцип пластической эквивалентности» (*Le Néoplasticisme: Principe Général de l'Équivalence Plastique*), которую он публикует в 1920 году в Париже:

«Несмотря на то, что искусство, с одной стороны, является пластическим выражением наших эстетических эмоций, мы не можем заключить, что искус-

ство есть только «эстетическое выражение наших субъективных ощущений». [...] Искусство является пластическим выражением всего нашего существа; что, следовательно, оно также должно быть пластическим выражением неиндивидуального, которое является его абсолютной и отрицающей противоположностью» [14, с. 1].

Происхождение самого неопластицизма Мондриан находит в кубизме. Художник пишет, что «препятствие формы было уничтожено», а «модерн утверждает себя чистым пластиком. Новый дух обрел свое пластическое выражение» [16, с. 4]. Отказ от зримой формы ради достижения чисто пластического выражения для Мондриана становится совершенно очевидным.

Мондриан утверждает, что каждое искусство пластично, в том числе и музыка, и литература. Он выводит эту пластику исходя того, что «все искусства стремятся прийти к эстетической пластике отношений между индивидуальным и всеобщим, субъективным и объективным, природой и духом» [16, с. 2]. В этом выражается его стремление найти новую форму выражения, которая обозначила бы баланс между всеми этими составляющими.

Мондриан считает, что на данном этапе развития разных форм искусства баланс пластики не достигнут. По отношению к живописи он указывает отсутствие баланса исходя из того, что художники пытались достичь равновесия с помощью композиции, но композиции, которую определяла предметная живопись [16, с. 3]. Таким образом, Мондриан выводит возникновение чистой пластики из отказа от предметной живописи.

Мондриан считает, что неопластицизм может носить название «реальной абстрактной живописи». Он выводит такое видение из того, что абстрактное «может быть выражено пластической реальностью» и «в этом даже заключается характерная сущность новой пластики в краске» [16, с. 4]. Неопластицизм для Мондриана является способом выразить реальность, не прибегая при этом к использованию предметных характеристик этой реальности. «Новая пластика в краске» у Мондриана «осознает то, что хотела любая картина, но не могла выразить иначе, кроме как завуалированным образом» [16, с. 4]. В неопластицизме Мондриан находит эстетический баланс пластического выражения, который открывает для него «новую гармонию».

Таким образом, в рамках формирования дискурса абстрактного искусства можно выделить некоторые характерные особенности мышления и построения принципов «нового искусства», которые отражаются и воспроизводятся в творчестве данных художников, положивших начало абстрактному искусству как таковому. Так, значимой характеристикой является стремление проникнуть в

суть вещей через отказ от их видимой, предметной формы как от чего-то отвлекающего от внутренних смыслов. Большую роль в формировании дискурса абстрактного искусства также играет смена парадигмы мышления как отказ от материального в пользу духовного – в этом существенную роль играют научные открытия того времени и возникновение новых философских концепций. Также в контексте теоретической рефлексии художников абстракции присутствует разочарование в классических (академических) формах и техниках живописи: их становится недостаточно для выражения стремления художников выйти за границы привычного восприятия. В целом поворот к новому, то есть абстрактному, искусству становится вполне сознательным и является следствием целого спектра факторов культурного и исторического контекста.

### **Библиографический список**

1. Аронов И. Кандинский. Истоки. 1866–1907. Гешарим / Мосты культуры, 2010. URL: [https://royallib.com/read/aronov\\_igor/kandinskiy\\_istoki\\_18661907.html#0](https://royallib.com/read/aronov_igor/kandinskiy_istoki_18661907.html#0) (дата обращения: 07.02.2022).
2. Кандинский В. В. О духовном в искусстве // О духовном в искусстве. Ступени. Текст художника. Точка и линия на плоскости. Сборник. М.: АСТ, 2018. 544 с.
3. Кандинский В. В. Ступени // О духовном в искусстве. Ступени. Текст художника. Точка и линия на плоскости. Сборник. М.: АСТ, 2018. 544 с.
4. Малевич К. С. Заметка об архитектуре // Собрание сочинений в 5 Т., Т. 5. / под ред. А. С. Шатских. М.: Гилея, 1995. 628 с.
5. Малевич К. С. От кубизма и футуризма к супрематизму // Собрание сочинений в 5 Т., Т. 1. / под ред. А. С. Шатских. М.: Гилея, 1995. 403 с.
6. Тайные пороки академиков. А. Крученых, И. Клюн, К. Малевич. М., 1916.
7. Малевич К. С. О новых системах в искусстве // Собрание сочинений в 5 Т., Т. 1. / под ред. А. С. Шатских. М.: Гилея, 1995. 403 с.
8. Малевич К. С. Черный квадрат: сборник. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. 257 с.
9. Малевич К. С. Мир как беспредметность // Собрание сочинений в 5 Т., Т. 2. / под ред. А. С. Шатских. М.: Гилея, 1995. 380 с.
10. Малевич К. С. От кубизма к супрематизму // Собрание сочинений в 5 Т., Т. 1. / под ред. А. С. Шатских. М.: Гилея, 1995. 403 с.
11. Ичин К. Авангардный взрыв: 22 статьи о русском авангарде. СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2016.



12. Суворова А.А. Живопись Хильмы аф Клинт в дискурсе искусства аутсайдеров / А. А. Суворова // Артикульт. 2018. № 31 (3–2018). С. 37–44.

13. Суворова А.А., Кудрин С.К. Дискурсивные смещения в философии и эстетике французского искусства второй половины 1940-х – 1950-х годов: от ар брюта Жана Дюбюффе до «нового реализма» Ива Кляйна / А. А. Суворова, С. К. Кудрин // Международный журнал исследований культуры. 2019. № 3 (36). С. 220–230.

14. Yve-Alain Bois et al., conception and general editor, Angelica Zander Rudenstine, «Piet Mondrian, 1872–1944». – The Museum of Modern Art, 2017. URL: [www.moma.org/calendar/exhibitions/470](http://www.moma.org/calendar/exhibitions/470) (дата обращения: 07.02.2022).

15. Разгулина М.В. Абстракция и бессознательное. Пит Мондриан // Третьяковские чтения. 2014: Материалы отчетной научной конференции / ред. кол. Л.И. Иовлева, Т.В. Юденкова. М.: Гос. Третьяковская галерея, 2015. 480 с.

16. Mondrian P. Le Néo-Plasticisme: Principe Général de l'Equivalence Plastique. URL: <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/mondrian1920/0005> (дата обращения: 07.02.2022).

17. Mondrian P. «The New Art-The New Life: The Culture of Pure Relationships» (1931), NANL.

## THE DISCOURSE OF THEORY AND PRACTICE OF ABSTRACT ART IN THE EARLY 20th CENTURY

*M. A. Nigamatova*

*Perm State University*

The article examines the process of the abstract art discourse formation by the example of the theory and practice of the first painters of this art, such as Wassily Kandinsky, Kazimir Malevich and Piet Mondrian. The characteristic features of thinking and constructing the principles of abstract art, which are reflected and reproduced in the work of the artists, who laid the foundation for abstract art as such, are highlighted.

**Keywords:** discourse, art, abstract art, Wassily Kandinsky, Kazimir Malevich, Piet Mondrian.

## ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В СИТУАЦИИ КОРОНАВИРУСА (ЛОНГИТЮДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)

*М. В. Парфенова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»*

В статье дана интерпретация результатов лонгитюдного исследования об изменившейся повседневности в период пандемии коронавируса. Изучается восприятие респондентами пространства и времени, досуга и образа жизни и других обыденных практик. Первое исследование проводилось среди выпускников Пермского государственного университета 2020 года направления «Культурология» в 2020 году, второе – в 2022. Анализ динамики изменений выявил новые тенденции в повседневных практиках в ситуации пандемии коронавируса, а также неоднозначное отношение к массовой вакцинации и введению QR-кодов в общественных местах.

**Ключевые слова:** культурная антропология; повседневность; повседневные практики; коронавирус; пандемия; вакцинация; QR-код.

Повседневность – это *«сфера эмпирической жизни человека»*. Она связана с циклической трудовой и досуговой деятельностью, характеризуется типичностью, повторяемостью, предсказуемостью, а также *«особой интерсубъективной формой восприятия и осмысления мира»*. Повседневному мышлению присуща *«уверенность в объективности и самоочевидности мира и социальных взаимодействий»*. *«Благодаря повседневности обеспечивается стабильность общества и трансляция социокультурного опыта»* [1, с. 28].

Ситуация пандемии коронавируса, начавшаяся в 2020 году, повлияла на привычную жизнь людей и их ежедневные практики. Результаты первого исследования коллективного дневника самоизоляции, проведенного в период самоизоляции (апрель, 2020 г.) среди студентов 4 курса Пермского государственного университета направления «Культурология», показали резкое «расповсе-

дневнивание» [2] их обыденного мира и попытки реорганизовать по-новому привычный уклад [3]. Студенты-культурологи, столкнувшись с ограниченностью их физического пространства стенами квартир, осваивали дистанционное обучение в Zoom, переосмыслили внезапно появившееся у них свободное время, привыкали к ношению масок и социальной дистанции в общественных местах, боролись со стрессом и тревожностью, а также радовались любой возможности выйти на улицу.

В 2022 г. было решено провести второе исследование для того, чтобы проверить устойчивость зафиксированных изменений в повседневных практиках и проследить новые изменения. Составлен был опросник на основе тех же, что и в первом исследовании, категорий повседневности, предложенных М. В. Капкан [4]: восприятие пространства и времени, отношение к своей и чужой телесности и другие. Всего в повторном исследовании приняло участие 14 человек (13 женщин и 1 мужчина в возрасте от 23 до 24 лет), из них 4 человека продолжают обучение в магистратуре, 9 человек работают, 1 человек совмещает работу с учебой. Далее в статье следует интерпретация полученных из опросника данных.

### **Пространство**

Ценность проведения времени дома, в безопасном пространстве, в 2022 г. по-прежнему актуальна для респондентов (*«больше нравится проводить время дома, т.к. тут безопаснее и уютнее»*). Дом больше не воспринимается как место заточения, что особенно остро ощущалось во время самоизоляции: *«сейчас, когда можно спокойно передвигаться, то снова начинаешь ценить время, проведённое дома»*. За время пандемии пространство дома становится универсальным во всех смыслах. Теперь это одновременно и рабочее/учебное пространство, и место проведения досугового времени. Дистанционная работа и учёба становятся новой нормой. Интересно, что такой тип взаимодействия воспринимается как реальное перемещение из физического пространства в виртуальное (*«уже второй год я хожу на пары практически всегда онлайн»*). В целом респонденты оценили удобство «удалёнки», так как, во-первых, *«домашняя атмосфера сглаживает волнительные моменты»*, которые невозможно полностью скрыть, например, при личном контакте с преподавателем или работодателем, во-вторых, респонденты могут *«не тратить время на дорогу»* и не *«работать «очно» со всеми ограничениями»*. Однако некоторые отмечают, что не могут воспринимать такой тип коммуникации как «живое взаимодействие», а постоянное нахождение дома снижает у опрошенных их концентрацию и продуктивность (*«все отвлекает и не дает сосредоточиться»*; *«работать из дома*

мне сложнее»). Такое слияние пространств порождает желание их физически разграничить. Респонденты отмечают ограниченность их мира в связи с дистанционным режимом труда и сохранением ограничений («мой мир сузился до размеров моей квартиры, а точнее ноутбука»; «невыносимо без путешествий»; «больше стала ценить ту свободу, что была раньше»).

Общественные пространства продолжают оставаться «местами напряжения». Респонденты соблюдают общественную дистанцию и стараются не находиться в местах большого скопления людей («избегаю больших толп людей»). Однако оценка поведения других людей в общественном пространстве отрицательная («дистанцию в магазинах никто не соблюдает»). Несоблюдение мер предосторожности возмущает некоторых респондентов («вокруг очень много людей, которые пренебрегают своей безопасностью и безопасностью окружающих»). Одно из особых «мест напряжения» – это общественный транспорт, вызывающий у опрошенных повышенную тревожность из-за вероятности заразиться («поездка даётся мне с трудом»; «появилась брезгливость, отвращение, нежелание долго находиться там»; «когда кто-то кашляет, то я сразу пересаживаюсь»; «мне тяжело находится там, где неизвестно, когда в последний раз протирали что-нибудь»). Однако некоторым респондентам физическое передвижение в пространстве приносит удовлетворение ввиду самоизоляционного опыта («[после самоизоляции] начала ценить процесс передвижения в пространстве»; «мне доставляет огромное удовольствие сесть в общественный транспорт и доехать до работы или куда-то в другое место»).

По поводу введения возможной повторной самоизоляции мнения у респондентов разделились. Некоторые отнеслись бы к этому положительно в целях предотвращения распространения вирусных инфекций («после новогодних праздников – разболелась большая часть населения. Это ещё и с параллельной волной ОРВИ... чтобы снова выйти из этого вирусного облака – надо посидеть дома»), другие – негативно, ввиду ограничения их свободы («мы и так живём с огромным списком ограничений»).

## **Время**

Респонденты отмечают, что их ощущение времени в целом не разделилось на «до и после» пандемии. Это говорит уже о её привычном для них состоянии. Если во время самоизоляции все отмечали замедление времени («мы ощутили поистине медленное течение времени во время полного локдауна»), то в настоящий момент для опрошенных время вновь ускорило («время летит как сумасшедшее»; «дни слились в один и проходят очень быстро»). Видимо, коронавирусные практики (надевание маски, дистанцирование, видеосвязь) «хабитуа-

лизировались» и больше не требуют напряжения внимания и расхода личной энергии [5]. Один из респондентов отметил, что положительно бы отнёсся к введению повторной самоизоляции именно для того, чтобы восполнить свою нехватку личного времени (*«лишнее свободное время было бы кстати»*). За время пандемии появляется особый гибридный график работы, сочетающий в себе привычное физическое нахождение в офисе и удаленную занятость из дома (*«3 дня в офисе и 2 на удаленке»*). Респонденты отмечают, что на удалёнке рабочее и личное время смешиваются (*«многие люди, с которыми я работаю, не особо ценят мое личное время и считают правильным написать ... даже ночью»*). Такая ситуация требует соблюдения новых правовых правил и норм [6]. В целом опыт самоизоляции стал для респондентов положительным, так как позволил переосмыслить свое отношение к такому важному ресурсу, как время (*«нет ощущения, что я теряю время зря, как раньше»; «локдаун научил меня жить плавнее»*).

### **Досуг**

В области досуга произошли резкие изменения в связи с введением QR-кодов в общественных местах [7]. Те, кто его не имеют, столкнулись с ограничениями (*«в кафе и рестораны я больше не хожу, в кинотеатр тоже, из магазинов – только в продуктовый»; «жизнь стала очень однообразной»; «думаю, что те, кто имеют QR-код, развлекаются по полной»*). Досуг переместился в пространство дома (*«развлекаю себя дома сама, спасибо ноутбуку и Интернету»; «стала приглашать друзей к себе»; «не могу пойти на йогу – занимаюсь дома, включив онлайн-урок, не могу пойти в кино – смотрю дома»*). Также для одной из респонденток, проживающей в Санкт-Петербурге, досуг стал менее спонтанным, так как *«все свои походы в кафе/рестораны/музеи нужно планировать заранее: столики бронируются за день, а билеты в музеи покупаются онлайн на сайтах»*.

### **Телесность**

За прошедших два года ситуация пандемии закрепила у респондентов такие телесные практики, как частое мытьё рук и использование антисептических средств (*«перед каждым началом работы я дезинфицирую руки»; «постоянно использую антисептик, чаще мою руки»*). Повышенное внимание к физическому состоянию и эстетическому виду своего тела с периода самоизоляции сохранилось, так как удаленный режим труда в целом снизил ежедневную активность у части опрошенных (*«целый день за компьютером»; «конечно же набрала вес из-за сидения дома»*). Забота о своем и чужом здоровье, выраженная в ношении маски, социальном дистанцировании и отслеживании своего со-

стояния, остается у респондентов в приоритете (*«в общественных местах хочется всегда держать дистанцию и носить маску, чтобы обезопасить себя и других»; «стала внимательнее относиться к себе и своему здоровью»; «если болею – не иду в общество»*). У части опрошенных настороженное отношение к чужому телу сохраняется ввиду вероятности заражения (*«старюсь избегать тех предметов, которые трогал кто-то неизвестный мне»; «от чихающих людей стараюсь держаться подальше»*), у другой – наоборот, уходит (*«уже нет той брезгливости и страха в начале пандемии от кашляющих людей»*).

### **Одежда**

За время пандемии маска трансформировалась из неотъемлемого средства индивидуальной защиты в полноценный атрибут личного гардероба и повседневного образа (*«маску я воспринимаю как элемент повседневной одежды»; «она как обязательный атрибут моего образа»*). Маска теперь рассматривается и с точки зрения ее эстетики (*«прикупила парочку интересных»*). Некоторые респонденты, находящиеся на дистанционном обучении, отмечают, что не разделяют свою одежду на рабочую и домашнюю (*«два года назад я перешёл на тужамы, хожу в них ежедневно, даже на парах»; «домашняя одежда и во время учебы никак не разделяются»*). Если ранее, до пандемии, для некоторых из опрошенных сборы на учебные занятия представляли из себя целый настоящий ритуал с подготовкой одежды, составлением образа в целом, выбором макияжа, то сейчас *«не нужно заранее собираться за 3 часа»*. Студенты на удалёнке проще относятся к своему внешнему виду, сидя перед камерой в Zoom. Необходимость *«нарядиться»* и покупать новую одежду *«на выход»* в целом отпала у некоторых респондентов. Они аргументируют это тем, что большую часть своего времени проводят дома на *«дистанционке»*, а также у них отсутствует возможность куда-либо сходить, *«выйти в общество»*, при отсутствии QR-кода.

### **Еда**

В ситуации пандемии наиболее актуальной темой стало использование народных методов поддержания своего физического и психического здоровья, а также иммунитета в целом (*«мне нужно больше шоколада, чтобы меньше стрессовать»; «в первую волну старалась чаще есть сало и масло, так как врачи говорили, что они укрепляют лёгкие»; «за мамой замечаю, что она активно ест цитрусовые и чеснок»; «витамины стали пить»*). Популярность доставки еды и продуктов на дом вышла на новый уровень. Теперь это неотъемлемая часть повседневной жизни опрошенных (*«иногда заказываем еду на дом, чего до пандемии вообще не помню, что бы делали»; «подсела на доставку продуктов»*). Коронавирус также повлиял и на вкусовые предпочтения респондентов (*«раньше*

ела мясо в небольших количествах, но после того, как я переболела коронавирусом, я стала есть его еще меньше»), а ситуация пандемии – на потребительское поведение в целом («стала покупать очень много продуктов, возможно, я подсознательно запасаясь на случай повторной самоизоляции»).

### **Изменения в образе жизни**

За время пандемии в повседневные практики вошли следующие привычки: чаще мыть руки, использовать средства для их дезинфекции (антисептики, санитайзеры) и, конечно, носить маску, придумывая при этом различные лайфхаки для личного удобства («маску на подбородок надеваю сразу, когда иду в магазин, чтобы легко и быстро её надеть именно зимой, с шапкой и шарфом не так просто это сделать»); «всегда в кармане должна быть маска, «на всякий случай», никогда не знаешь, когда нагрянет проверка»). В повседневность некоторых респондентов вошли также и такие практики, как частая уборка помещений и домашние тренировки, начатые ещё в период самоизоляции и закрепившиеся по настоящее время. Дистанционная работа и обучение в период пандемии теперь важная и неотъемлемая часть повседневной жизни, что повлияло и на трансформацию некоторых способов межличностной коммуникации, например, «появилась привычка звонить не просто голосом, а с помощью видеозвонков» для того, чтобы не только слышать своего собеседника, но и поддерживать с ним тесный визуальный контакт как при непосредственном «живом» разговоре. В связи с введением QR-кодов у части опрошенных закрепились домашние альтернативы привычному времяпрепровождению, например, просмотр кино в онлайн-кинотеатре или приглашение друг друга в гости, а не в кафе или ресторан. В привычную практику респондентов вошло использование приложений для доставки готовой еды и продуктов, а также покупка товаров в интернет-магазинах («мне удобнее и быстрее купить это дома, заказать, что нужно, и просто сидеть ждать... экономия времени»). По словам части респондентов, удалённый режим труда, возможность доставки любых товаров и еды на дом и отсутствие QR-кода для посещения общественных мест отрицательно сказались на их двигательных привычках. Они с досадой отметили, что стали реже выходить на улицу и меньше передвигаться в целом.

### **Отношение к пандемии**

В целом сама ситуация пандемии и ограничительные меры оцениваются респондентами как уже привычные части их повседневной жизни, так как «за два года люди уже перестали так сильно бояться» заразиться. На смену тревожности и страху пришло смирение. Наиболее интересным оказался феномен негативного отношения к вакцинации от коронавирусной инфекции. Среди ар-

гумантов противников вакцинации выступают неэффективность самой вакцины («*есть привитые люди, которые всё равно очень тяжело болеют и умирают*»), появление новых штаммов, от которых старый вариант вакцины не защищает («*сейчас столько штаммов, против которых вакцина не действует*»), побочные эффекты, влияющие на организм и здоровье в целом («*у очень многих знакомых мне девушек происходят гормональные сбои после вакцинации*»; «*у папы моего молодого человека резко упало зрение, хотя у него отличное здоровье*»), само принуждение к вакцинации, «*из-под палки*» («*моё тело – моё дело*»), а также недоверие к составу вакцины («*была бы я медиком, хотя бы имела представление, что там пихают в состав*») и к системе здравоохранения в целом («*тут в целом есть недоверие к медицине, и вакцинация тоже не внушает доверия*»). Другая часть респондентов положительно отнеслась к вакцинации и сделала прививку («*к вакцинации отношусь ок, недавно сама ревакцинировалась*»; «*я прекрасно отношусь к вакцинации и почти сразу вакцинировалась спутником, хотя некоторые отговаривали*»). Некоторые из опрошенных отметили, что им пришлось вакцинироваться ввиду обязательного требования от работодателя («*я привилась – пришлось, потому что иначе были бы проблемы с работой*»; «*маме пришлось сделать прививку, на работе попросили*»).

Отношение к введению QR-кодов в общественных местах у большинства опрошенных негативное. Респонденты отмечают, что «*в половине мест их не спрашивают, в другой половине спрашивают и не смотрят*», т.е. сама система контроля не работает, некоторые из респондентов недоумевают, почему «*людей не пускают в какой-нибудь Летуаль, где на 10 кв.м. два человека, но зато в общественном транспорте люди дышат лицом друг к другу*», и называют такую ситуацию «*политикой двойных стандартов*», другая часть опрошенных считают QR-коды нарушением их конституционного права на свободное передвижение и ограничением личной свободы («*я считаю их требование в общественных местах нарушением прав человека беспрепятственно посещать те места, которые он хочет*»; «*мама недавно психанула, когда я показала на фудкорте её код, и нас начали допрашивать, мол, чей он, назовите дату рождения, пусть тогда мама говорит, раз это её код, а мне нельзя говорить, я должна стоять в стороне и молчать*»).

### **Чувства и эмоции**

Большинство респондентов отмечают, что страх, вызванный пандемией, перешёл у них в апатию, смирение и усталость в целом («*уже всё кажется не таким страшным, как год назад*»; «*настолько устала бояться, что в принципе уже пофиг*»; «*ковид мне ужасно надоел*»), однако у небольшой части опрошен-



ных тревожность остается в связи с появлением новых штаммов и резкими скачками в статистике заражений («я ощущаю себя в постоянной небезопасности», «пугают огромные очереди в больницах, рост числа заболевших, чувствую себя в постоянном напряжении»). Один из респондентов отметил за собой повышенную агрессивность на вопрос от других людей о том, вакцинирован он или нет, и о наличии у него QR-кода.

### **Выводы**

Анализ результатов лонгитюдного исследования показал, что страх и стрессовое состояние, вызванные началом пандемии в 2020 г., сменились у респондентов к 2022 г. стадией смирения по отношению к ситуации в целом и в части бытовых привычек. Закрепились такие коронавирусные практики, как частое мытье рук, использование антисептических средств и ношение маски в общественных местах. Медицинская маска стала частью повседневного образа. Общественные пространства для респондентов остаются «местами напряжения», особенно общественный транспорт. Пространство дома универсализировалось. В повседневную жизнь вошли дистанционная работа и обучение, появился особый гибридный график труда, совмещающий привычную занятость на рабочем месте и удаленную работу из дома. У части опрошенных, не имеющих QR-кода для посещения общественных мест,крепились такие домашние альтернативы привычному досугу, как просмотр фильмов в онлайн-кинотеатрах и доставка готовой еды на дом из кафе и ресторанов. Некоторые из респондентов чаще стали пользоваться услугами интернет-магазинов одежды и доставкой продуктов. Исследование также выявило неоднозначное отношение у опрошенных к массовой вакцинации от COVID-19 и введению новых ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции в виде QR-кодов в общественных местах.

### **Библиографический список**

1. Моисеева Т. Б. Повседневность: философско-антропологический аспект // Гуманитарные и социальные науки. Философия. № 2. 2008. С. 21–28.
2. Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности // Социо-Логос. Сост. и общ. ред. В. В. Винокурова и В. Ф. Филиппова. Москва: Прогресс, 1991. С. 17–23.
3. Абашева М.П., Парфенова М.В. Вызовы самоизоляции в эпоху пандемии: повседневность глазами включенного наблюдателя [Электронный ресурс] // Мир науки и искусства: сборник статей по материалам Региональной научно-практической конференции студентов, аспирантов, учащихся и молодых уче-

ных / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2021. С. 139–148. URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/mir-nauki-iiskusstva-2021.pdf> (дата обращения: 24.02.2022).

4. Капкан М. В. Культура повседневности: учеб. пособие // Уральский федеральный университет. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2016. 110 с.

5. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания // Academia-Центр: МЕДИУМ. Москва, 1995. 323 с.

6. Федеральный закон от 08.12.2020 № 407-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части регулирования дистанционной (удаленной) работы и временного перевода работника на дистанционную (удаленную) работу по инициативе работодателя в исключительных случаях» // Российская газета: Федеральный выпуск № 280 (8334). URL: <https://rg.ru/2020/12/11/udalenka-dok.html> (дата обращения: 24.02.2022).

7. Опубликован указ губернатора Прикамья о введении системы QR-кодов // 59.ru. URL: <https://59.ru/text/gorod/2021/09/30/70163489/> (дата обращения: 24.02.2022).

## EVERYDAY PRACTICES IN THE CORONAVIRUS SITUATION (LONGITUDINAL STUDY)

*M. V. Parfenova*  
*Perm State University*

The article interprets the results of a longitudinal study on the changed everyday life during the coronavirus pandemic. The respondents' perception of space and time, leisure and lifestyle and other everyday practices is studied. The first study was conducted among graduates of Perm State University 2020 in the direction of «Cultural Studies» in 2020, the second – in 2022. The analysis of the dynamics of changes revealed new trends in everyday practices in the situation of the coronavirus pandemic, as well as an ambiguous attitude to mass vaccination and the introduction of QR codes in public places.

**Keywords:** cultural anthropology; everyday life; everyday practices; coronavirus; pandemic; vaccination; QR code.

## ПАНДЕМИЙНЫЕ СТРАХИ И СЮЖЕТЫ

*М. П. Петрова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье представлен анализ репрезентаций ранее возникавших эпидемий, поскольку именно этим опытом во многом определяется повестка коронавирусной пандемии. Это позволит сформировать представление о том, есть ли константы и механизмы восприятия, сложившиеся в историческом опыте, как они влияют на отражение в искусстве текущей коронавирусной пандемии. Для этого будут рассмотрены работы разных авторов, изображавших сюжеты, связанные с эпидемиями.

**Ключевые слова:** эпидемия, коронавирусная пандемия, страх, архетип, искусство, вирус, переживание пандемии.

Эпидемии, вирусы, болезни их последствия, казалось бы, не самые очевидные темы для художественного творчества. Однако все они на протяжении веков находят отражение в работах художников: мастера стремились запечатлеть не только триумфальные победы или громкие поражения, сюжеты мифов или узнаваемые лица – на полотнах оказались и трагические события, изображавшие последствия чумы, испанки, холеры и других пандемий.

В современности повестка коронавирусной пандемии во многом определяется опытом переживания ранее возникавших эпидемий, поскольку нынешние поколения людей впервые оказались в ситуации, когда неизвестный вирус в короткие сроки распространился повсеместно, чем спровоцировал пандемию, продолжающуюся и в настоящий момент. Сейчас люди вынуждены обратиться к опыту переживания ситуации пандемии: в значительной степени наше представление о том, как люди справлялись, например, с чумой, сформировано посредством изобразительного искусства.

Цель данной статьи – проанализировать, как эпидемии предшествующих эпох были репрезентированы в искусстве: полагаем, что можно выявить устойчивые страхи, архетипы и сюжеты, связанные с массовыми заболеваниями. Это позволит сформировать представление о том, есть ли константы и механизмы восприятия, сложившиеся в историческом опыте, как они влияют на отражение в искусстве текущей коронавирусной пандемии. Для этого в статье будут рассмотрены работы разных авторов, изображавших сюжеты, связанные с эпидемиями.

С момента начала коронавирусной пандемии тема эпидемий была актуализирована, о чем говорят многочисленные работы, которые представляют собой репрезентацию массовых заболеваний и опыт их переживания в искусстве. В качестве примера можно привести цикл популярных лекций на тему отражения ситуации пандемии в истории культуры, реализованный на базе музея современного искусства «PERMM»; статьи «Это эпидемия!», «Искусство и пандемия: как художники реагировали на эпидемии своего времени», «Искусство пандемий: развитие изобразительного искусства и архитектуры в кризисные эпохи». С опорой на ранее перечисленный материал в этой статье будет представлено сравнение опыта прошлого с проработкой пандемии современным искусством. Для сравнения будут представлены материалы выставки «Выбирая дистанцию: спекуляции, фейки, прогнозы в эпоху коронацена» музея «Гараж»; международного проекта Владимира Потапова и Эммануэля Бронштейна «Хроники изоляции»; выставка «Чрезвычайное положение» в галерее «Триумф».

Обратимся к наиболее знаковым произведениям, представляющим пандемию. Одна из таких работ – «Триумф смерти» Питера Брейгеля Старшего – апокалиптическая. Здесь Смерть превзошла всё: монарх, простые люди, скот – все бессильны перед ней. Брейгель писал работу в период испанского владычества в Нидерландах: всюду бушует инквизиция, достигшая на тот момент невероятных масштабов. Его работа – отражение земной жизни. Особая жестокость инквизиторов во времена, когда люди массово умирали от болезней, не зная спасения, стала катастрофой, запечатлённой на полотне.

Современная пандемия поставила нас в ситуацию, которую раньше мы видели лишь на картинах – коронавирус, ставший травмой для всего человечества, показал, насколько незащищен человек перед триумфом Смерти. Раньше эпидемии воспринимались как следствие грехопадения человечества – чума буквально уничтожала города Европы в конце XV века, оставляя за собой практически безжизненные города с массой мертвых. Конечно, одной чумой и в те

времена все не ограничивалось, но причиной им, согласно христианским средневековым представлениям был уже личный грех, а не общий. Болезнь есть Божья кара. И все же болезнь не пощадила даже папу Юлия II, как и массу других людей, высказывавшихся в пользу этой мысли.

Графика Дюрера 1494–1503 годов сюжетно строилась на теме возникновения эпидемии. Женщины, смерть и дьявол – если вкратце попытаться охарактеризовать его работы. «Пляска смерти» – основная тема «чумных» картин: безразличие смерти, для которой не существует границ между сословиями, возрастом, женщинами и мужчинами, – идея, пронизывающая творчество всех, кто касался этой темы.

Здесь мы можем выделить уже первые архетипы, существующие в рамках иконографии эпидемий: образ смерти, грешника и, как следствие, наказание за грехопадение. Глобальный миф, основанный на эсхатологии и неразрывно связанный с христианскими убеждениями, нашел отражение в восприятии коронавирусной пандемии. Люди, стремящиеся к мирским благам и плотским утехам, – вот причина эпидемий в сознании общества Средних веков. Уход от Бога, неследование заветам, то есть грехопадение, вели к Божьей каре, которая, разумеется, и обрушивалась на человечество в виде очередной эпидемии. Идея наказания за грех обнаруживается и в современности. Стоит вспомнить слова патриарха Кирилла о том, что бог посылает болезни в наказание или исправление, а иногда одно связано с другим, и *«очень важно, чтобы эта болезнь, этот страх смертный послужил всем нам во исправление»* [13]. Очевидно, что причина эпидемий в может заключаться в несоблюдении гигиены (как в Средние века) или мутации существующих вирусов, но люди пытаются усмотреть истинную причину в другом. Люди пытаются объяснить пандемию идеей «наказания свыше», поскольку так зона ответственности за происходящее смещается на что-то эфемерное. Такой архетип позволяет манипулировать массовым сознанием людей: непонимание истинных причин происходящего заставляет искать причину в чем-то мифологическом.

Есть и другая сторона этой же ситуации – восприятие пандемий как демонического проявления. Приведем в качестве примера одну из уже упомянутых ранее гравюр Дюрера: здесь художник как бы «переворачивает» сюжет «Трех Граций». В XV-XVI веках широко была распространена идея о связи женщин с дьяволом в чем выражалась их колдовская сущность. На гравюре Красота, Целомудрие и Наслаждение представлены как демонические проявления, заменившие добродетели грехами. В приоткрытую дверь внизу слева смотрит Дьявол, около двери справа мы видим череп и кость, – это путь к смерти. Все, что

раньше казалось желанным, предостерегает Дюрер, изменяет свою природу и угрожает смертью [16].

Как демон, в восприятии людей, действует избирательно, так и болезни затрагивают не всех, и сами последствия для искушенных демоном и заразившихся будут различаться. Например, литературовед Джейсон Мохегг пишет следующее: *«Точно так же вирус испытывает нас подобным демоническим образом: он наблюдает наш психологический упадок и социальный коллапс, сделав ставку, прежде всего, на нашу неспособность осознать то, что на самом деле важно и что необходимо делать в данных ужасных обстоятельствах. На какой социально-политический дискурс сегодня ни посмотри, человеческий род вновь и вновь не может понять сам себя»* [10].

Обратимся к современному искусству. Художница Таня Пёникер, активно публикующая свои работы в социальных сетях, создала работу «Acedia», которую прокомментировала так: *«Персонаж рисунка олицетворяет грех уныния, acedia по-латыни, который является одним из самых тяжёлых испытаний для человека, ведь в этом случае приходится сталкиваться не с внешними соблазнами, а с самим собой, со своим внутренним состоянием, с которым порой бывает очень сложно совладать. Мнимый больной лежит в кроватке-гробике, времени для него больше не существует, под кроватью притаилась черепаха, ломающая часы, – распространённый символ уныния. Мне кажется, многие люди переживали подобное состояние во время «самоизоляции»* [12]. Здесь вновь прослеживается идея сопоставить грех и вирус, которые по сути своей являются неким испытанием для человека.

В искусстве времен эпидемии проявляется архетип героя, но теперь это архетип, переживший трансформацию в эпоху Средневековья, и герой предстает в образе святого. Герой-спаситель, который во времена Средних веков воплощался в образе Христа, в современности предстает в качестве врача. Психолог В. Зеленский отмечает, что «комплекс спасителя – архетипический образ коллективного бессознательного, и совершенно естественно, что он особенно активизируется в эпохи и времена, насыщенные общественными проблемами и характеризующиеся дезориентацией, как, например, наше сегодняшнее время» [5]. Этот архетип подчиняется следующей формуле: герой + спасение человека + самопожертвование, что вполне применимо и к врачам, оказавшимся в «красной зоне» во время коронавирусной пандемии. Этот архетип может быть проиллюстрирован работой Тициана «Оплакивание Христа», на которой изображен Христос, образ которого можно рассматривать с точки зрения архетипа ге-

роя-спасителя. Картина была написана во время эпидемии в Италии XVI века, когда сам художник ухаживал за своим больным сыном.

Приблизительно в это же время появляется новый носитель этого архетипа – «чумной доктор». Медицина по-прежнему не обладала достаточными знаниями для борьбы с чумой, и все же для защиты самих врачей появляются специфические костюмы. Теперь уже врачи становятся одними их ключевых фигур. Этот образ обретает свою актуальность в современной ситуации, когда спасителями вновь становятся врачи, о чем говорят работы Хань Дуи «Святые носят белое» (китайский дизайнер расписал церковь, где на фресках вместо святых появляются врачи) или Гуанцзян Хуана и Айдан Салаховой, которые выражают благодарность своими работами. Теперь врач – новый герой, который вдохновляет и вызывает восхищение.

Еще один устойчивый элемент в массовом сознании, сопровождающий все пандемии, – страх неизвестного и непознанного, отсутствие на первоначальном этапе каких-либо достоверных знаний о заболевании. Это, в свою очередь, и формирует мифы, которые прочно закрепляются в представлениях людей. Как правило, когда очередное заболевание приобретало масштабы эпидемии, ее воспринимали как мор, как чуму. Эти слова использовали для обозначения практически любых заболеваний, независимо от того, что являлось возбудителем. В таких ситуациях самая естественная реакция – страх и бегство. Страх перед «чумой» в большинстве случаев ассоциировался с «чужим» или «другим», которых считали повинными в распространении болезни. Именно по этой причине в Европе в Средние века боялись евреев и мусульман-арабов, а в XVIII веке – турок.

Уже во второй половине XX века человечество настигает эпидемия ВИЧ-инфекции – и снова актуализируется образ «чужого» – теперь это сексуальные меньшинства. «ВИЧ – болезнь наркозависимых и гомосексуалов» – это снова попытка отгородиться от эпидемии, как бы отдалить ее от себя, объясняя тем, что болезнь присуща «другому», непохожему на большинство. Художник Кит Харинг, сам столкнувшийся с ВИЧ, своей работой показывает, что попытка отгородиться от массового заболевания – не видеть, не слышать и не говорить о проблеме – ведет не только к дискриминации, но и к смерти из-за незнания.

Те же конструкты возникли во время коронавирусной пандемии: новость о первых заразившихся на территории Китая заставила людей отгородиться от представителей китайской нации, что сформировало впоследствии мифы и теории, «разоблачавшие» Китай и позволявшие обвинить его в возникшей пандемии. «Многие китайцы, живущие за границей – <...> – говорят, что отношение

к ним на фоне вспышки болезни изменилось. «Некоторые относятся к нам так, будто мы – вирус», – рассказывает Би-би-си жительница Киева Шао» [15].

Пандемии неизбежно влияют на повседневную жизнь, которая подвергается существенным изменениям: чувство безнадежности и бессмысленности происходящего, утрата веры во что-либо на фоне массовых смертей не могли не повлиять на художественное видение авторов. Во времена «испанки», самой масштабной пандемии XX века, появляются новые художественные течения, которые позволяют продемонстрировать переживаемые чувства и эмоции. Все чаще появляются автопортреты, например, работы Эгона Шиле «Семья» или автопортреты Мунка после испанского гриппа. Лица, искаженные болезнью, отражают экзистенциальную драмы, переживаемую художниками.

Главное чувство, сопровождающее эпидемии, – чувство одиночества. Стремление избегать контактов, чтобы не заразиться, дистанция, переживание потери и утраты. Современные авторы в своих работах смещают акцент на переживание самоизоляции. Так Марина Звягинцева комментирует работу «Запертые чувства»: *«Проект был задуман задолго до пандемии как метафора разобщённости людей под влиянием диджитализации и social media. Но с приходом самоизоляции арт-инсталляция приобрела совершенно иное значение. Мы все оказались внутри матрицы ограничений. Две руки (моя и сына), превращённые в скульптуру с помощью 3D-печати и помещённые в клетки весной 2020 года, стали символом жажды контакта и тепла. Красный поток биотики олицетворяет живую энергию, которой люди хотят обмениваться друг с другом и которая пытается вырваться за существующие границы»* [12].

В работах ключевыми моментами оказывается переживание дистанции и адаптация к новым реалиям. Однако дистанцирование и, как следствие, переживание одиночества по-прежнему остается важной темой в творчестве авторов. Стремление к преодолению дистанции, ее сокращению посредством социальных сетей отличает современную ситуацию от прошлых эпидемий. Поэтому теперь переживание страха одиночества трансформируется в попытку его преодоления.

Анализ приведенных работ показывает, что в массовом сознании по-прежнему функционируют те же элементы мифологического мышления, которые существовали и ранее. Это объясняется отсутствием личного опыта в отношении ситуации пандемии на первоначальном этапе. В ситуации недостаточности информации о коронавирусной пандемии в момент ее зарождения люди начали опираться на опыт предшествующих поколений, который нашел отражение и в искусстве. Возникновение устойчивых мифов и страхов можно



объяснить следующим образом: миф укрепляет веру; он подтверждает ответственность образа и содержит практические правила к действию. Произведения искусства времен эпидемий имеют схожую тематику, поскольку авторами движут те же страхи и представления. Изобразительное искусство морально поддерживает людей и предупреждает опасность, критикует работу или бездействие власти и врачей, – эволюционирует, подстраиваясь под нужды времени. Массовая ситуация, когда речи политиков «не попадают» в наблюдаемую реальность, обращения медицинских властей противоречат повседневному опыту, требования и запреты конфликтуют с новым здравым смыслом провоцируют разрывы в сознании и ведут к новым кризисам. При конструировании идеологических моделей, транслируемых СМИ и властями, мифы и архетипы способствуют установлению контакта, незаметно для массового сознания соединяя рациональное и иррациональное.

В целом своеобразие современного этапа освоения пандемии (COVID-19) искусством сегодня видится нам в ослаблении религиозной семантики (что болезнь дается за грехи или насылается дьяволом, как было в средневековых представлениях) и вообще в менее трагическом восприятии болезни. Возможно, ее осмысление в искусстве только начинается, и пока в разобранных образцах современного искусства мы видим главным образом освоение темы изоляции, карантина. Нарушение социальных связей оказалось новым страхом в актуальной ситуации.

### **Библиографический список**

1. Акименко Г.В., Кирина Ю.Ю., Начева Л.В., Селедцов А.М. Изобразительное искусство пандемии: как эпидемии вдохновляли художников. Вестник общественных и гуманитарных наук. 2021. 2(2). С. 44–64.
2. Алленова Е., Кравцова М., Курносоев П., Сохарева Т. Это эпидемия! // «Артгид» – интернет-ресурс, посвященный художественной жизни России. 18.03.2020. URL: <https://artguide.com/posts/1953> (дата обращения: 23.02.2022).
3. Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2008.
4. Дружинина Е.С. Модификации архетипа героя в средневековой культуре // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modifikatsii-arhetipa-geroya-v-srednevekovoy-kulture> (дата обращения: 13.03.2022).
5. Зеленский В. В. Аналитическая психология. Очерк основных положений / В. В. Зеленский. – СПб.: Б. С. К., 1996. URL:

[http://www.jungland.ru/valeriy\\_zelenskiy\\_analiticheskaya\\_psihologiya\\_ocherk\\_osnovnyh\\_polojeniy](http://www.jungland.ru/valeriy_zelenskiy_analiticheskaya_psihologiya_ocherk_osnovnyh_polojeniy) (дата обращения 13.03.2022).

6. Искусство в контексте пандемии: медиатизация и дискурс катастрофизма: Коллективная монография. / Под ред. Е. В. Сальниковой, В. Д. Эвалльё, А. А. Новиковой. – [б. м.]: Издательские решения, 2020. – 664 с.

7. Карабулатова И.С., Шехи Э. Влияние имен собственных на трансформацию архетипических представлений о коронавирусе в современной мифологизированной картине мира // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2020. №4 (267). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-imen-sobstvennyh-na-transformatsiyu-arhetipicheskikh-predstavleniy-o-koronaviruse-v-sovremennoy-mifologizirovannoy-kartine> (дата обращения: 23.02.2022).

8. Кондаков И. «Ящик Пандоры». Новые аспекты взаимосвязи культурного и биологического на фоне пандемии // Искусство в контексте пандемии: медиатизация и дискурс катастрофизма: Коллективная монография / отв. ред. А. А. Новикова, Е. В. Сальникова, В. Д. Эвалльё. М.: Издательские решения по лицензии Ridero, 2020. С. 28–78.

9. Корнилова Е. Н., Гусейнова И. А. Мифологические модели в медиадискурсе пандемии коронавируса в // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. №2 (844). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskie-modeli-v-mediadiskurse-pandemii-koronovirusa-v-rossii> (дата обращения: 23.02.2022).

10. Мохагега Дж. Коронавирус как демон // Прощай COVID? / под ред. К. Гаазе, В. Данилова, И. Дуденковой, Д. Кралечкина, П. Сафронова. М.: Изд-во Института Гайдара, 2020.

11. Музипова Л. COVID-19 в искусстве: как художники реагируют на вирус // Fake Music Magazine. 8 апреля 2020. URL: <https://fake-mm.ru/articles/art1586112933> (дата обращения: 12.03.2022).

12. Осипова И., Velcove J. Вирусное искусство: пандемия и коронавирус глазами художников // Журнал «Robb Report». 2021. №1. URL: <https://robb.report/stil-zhizni/45245-virusnoe-iskusstvo-pandemiya-i-koronavirus-glazami-hudozhnikov/> (дата обращения: 12.03.2022).

13. Патриарх Кирилл: Очень важно, чтобы эта болезнь, этот страх смертный послужили всем нам в исправление // Комсомольская правда. 17 апреля 2020. URL: <https://www.krsk.kp.ru/daily/27118/4200122/> (дата обращения 14.03.2022).

14. Пузикова К. Искусство во время пандемии: как COVID-19 вдохновляет Бэнкси, Шепарда Фейри и Яеи Кусаму // Афиша Daily. 13 мая 2020. URL: <https://daily.afisha.ru/brain/15567-iskusstvo-vo-vremya-pandemii-kak-covid-19-vdohnovlyayet-benksi-sheparda-feyri-i-yaei-kusamu/> (дата обращения: 12.03.2022).

15. Сорока А. Как коронавирус породил вспышку расизма и что с этим делать // Русская служба BBC News. 16 февраля 2020. URL: <https://www.bbcussian.com/russian/features-51502882> (дата обращения: 14.03.2022).

16. Цырлина Я.Э. Цикл популярных лекций на тему отражения ситуации пандемии в истории культуры от научного отдела музея современного искусства PERMM. URL: <https://permm.ru/~lecture-plague-1630> (дата обращения: 23.02.2022).

## PANDEMIC FEARS AND PLOTS

*M. P. Petrova*

*Perm State University*

The article presents an analysis of representations of earlier epidemics. This experience largely determines the agenda of the coronavirus pandemic. This will allow us to form an idea of whether there are constants and perception mechanisms that have developed in historical experience, how they affect the reflection of the current coronavirus pandemic in art. To do this, the works of various authors depicting plots related to epidemics will be considered.

**Keywords:** epidemic, coronavirus pandemic, fear, archetype, art, virus, pandemic experience.

## К ЛОГИКЕ МУЗЕЙНОГО НАРРАТИВА «ЛУКОЙЛ-ПЕРМНЕФТЕОРГСИНТЕЗ»: ОПЫТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ФОТОГРАФИЙ

*И. И. Пимпия*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

Настоящая работа представляет собой фрагмент исследования музейного нарратива экспозиции музея «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез». Рассматриваются фотографии, входящие в экспозицию, вкуче с комментарием специалиста по корпоративному обучению отдела оценки развития персонала «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез» А.П. Мальцевой. Как ведущая экскурсий в корпоративном музее, А.П. Мальцева указала на 3 фотографии, как на основные в экспозиции. Методология исследования сочетает нарратологический и визуальный анализ.

**Ключевые слова:** нарратив, концепция, музейная экспозиция, нарратологический анализ, визуальный анализ.

Термин «нарратив» становится популярен во второй половине 20 века. В соответствии со словарем основных терминов нарратив является самой естественной формой существования любого (в том числе и научного) дискурса, и большая часть современного естественно-научного и гуманитарного знания имеет явную форму нарратива [4, с. 320]. Мы понимаем нарратив как способ повествовательного изложения фактов путем описания наиболее значимых событий [3, с. 200]. Значимые события и логику нарратива определяет адресант сообщения.

Музейный нарратив следует логике, заложенной в основу экспозиции. Музейная экспозиция – это целенаправленная и научно обоснованная демонстрация музейных предметов, которые организованы композиционно, снабжены комментарием, технически и художественно оформлены, создавая, таким образом, специфический музейный образ общественных и природных явлений. И если экспозиция собирает предметы человеческой деятельности, то экспонаты становятся источниками информации и приобретают смысл. Эти смыслы

организуются и размещаются в соответствии с тематикой научной концепции будущей экспозиции [1, с. 3]. В корпоративном музее «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез» концепция закреплена в официальных корпоративных документах.

Темой исследования в статье является дискурс, связанный с культурными смыслами пермской нефти, представленный через символические (музейные) репрезентации. Не только фотография, но и тексты, экспонаты и различные другие образцы подлежат, в первую очередь, визуальному восприятию, поэтому метод анализа визуального контента является одним из рабочих инструментов, наравне с нарративным анализом. Музейная экспозиция наделяется нарративом. На сегодняшний день многие авторы, описывая интеграцию нарратива в музейное пространство, прибегают к структуралистским понятиям нарратива, где архитектура всего музейного комплекса самостоятельно рассказывает историю. [2, с. 59]. Согласно этой концепции решающим в повествовании является не столько признак структуры коммуникации, сколько признак структуры самого повествуемого. Термин «нарративный», противопоставляемый термину «дескриптивный», или «описательный», указывает не на присутствие опосредующей инстанции изложения, а на определенную структуру излагаемого материала. [6, с.9] Хотелось бы остановиться именно на классическом определении нарратива. В этой традиции к нарративному или повествовательному разряду произведения причисляются по признакам коммуникативной структуры. Повествование противопоставлявшееся непосредственному драматическому исполнению, связывается с присутствием в тексте голоса опосредующей инстанции, называемой «повествователем» или «рассказчиком». [6, с.10]. Для нас интерес представляет не только логика всей экспозиции, но и субъективный взгляд экскурсовода, проводящего экскурсию, нарратора. Нарратив экскурсовода является частью общего нарратива, но при этом в какой-то степени выражает индивидуальное видение.

Фотографии – часть нарратива. Их анализ мы осуществляем по методике, предложенной П. Штомпкой, называемой им семиотическим анализом. Под семиотическим анализом фотографии Штомпка понимает систему знаков, за которыми скрываются культурные значения. Семиотика в этом случае представляет собой «коробку, полную аналитических инструментов, которые служат для того, чтобы разложить образ на части и проследить, как каждая из них функционирует по отношению к более широкой системе значений» [7, с.83]. С точки зрения семиотического анализа важны те значения, к которым отсылает фото. Для установления этих значений мы приводим комментарий, представляющий контекст, поясняющий эти значения. Наш комментарий опирается на документы, сведения, полученные от официальных текстов в музее «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез». Для анализа были сделаны записи экскурсий, проводи-

мых для нескольких групп. Таким образом, мы не анализируем логику всего нарратива экспозиции – он является рамкой для интерпретации фотографий. Экскурсию в музее проводит специалист по оценке и развитию персонала А.П. Мальцева. После записи экскурсии, во время интервью Алене Петровне был предложен вопрос: какие три фотографии она считает самыми значимыми для истории музея. Без затруднения были выбраны:

1. Портрет, где ветеран труда Н.Т. Митяев зажег в ноябре 1958 г. форсунку на печи АВТ-1.

2. Фото трамвая, где рабочие отправляются на работу.

3. Фото с витрины музея, на котором можно видеть обрамленное фото генерального директора производственного объединения «Пермнефтеоргсинтез» В.П. Сухарева, окруженное его личными вещами, уже имеющими музейный статус.



На первой фотографии 1958 г. изображен рабочий Н.Т. Митяев на фоне стратегических объектов завода. По рассказам Мальцевой, уже далеко не одно поколение Митяевых работает в компании. Это обычная практика: в нефтяной отрасли работают целыми династиями, не только на руководящих постах, но и на рабочих специальностях. А музей, как известно, ставит перед собой задачи, среди которых привлечение молодых специалистов, выпускников профильных училищ, колледжей и вузов и других учебных заведений.

На другом выбранном экскурсоводом фото изображен трамвай с рабочими. Фото размещено в ряду иных, посвященных обустройству повседневного быта тружеников. Со строительством комбината в Пермь стали стекаться рабочие, специалисты, выпускники техникумов и вузов, демобилизованные солдаты. Параллельно началась застройка жилья, общежитий, строительство поликлиники, клуба, обустройство скверов и прочих объектов Индустриального района г. Перми на месте деревушек Балатово и Андроново. В связи с этим была протянута трамвайная линия №2 от Центрального рынка к станции оборудования. А.П. Мальцева комментирует, что это был единственный трамвай, который соединял станцию и город. В связи с нехваткой транспорта создавалась давка, а к началу рабочего времени должны успеть все. Фотография сделана на старую пленку в начале 60-х годов. Говорит о единстве и сплоченности людей, спешащих на работу. В основном это простые рабочие, преимущественно мужчины, рабочий класс не затрудняет ездить даже на крыше трамвая, что говорит о простоте и не боязнь трудностей. Женщины одеты в однотипные платья, различные только по-своему орнаменту. Согласно П. Штомпке, «образы конструируют и формируют наше постижение мира. Визуальная восприимчивость заменяет или дополняет восприимчивость текстовую. Массовость изображения в нашем окружении приводит к тому, что мы наблюдаем окружающую действительность через призму образных стереотипов» [7, с. 23]. Среди прочих фотографий на стеллаже и «игра в шахматы», «работница с ребенком», «выпускницы Орского техникума», «палаточный городок комсомольцев» и прочие кадры. Но Алена Петровна рассказывает именно про трамвай и акцентирует внимание на том, каким образом рабочие добираются на станцию. Это работает на общий нарратив славной истории предприятия. Фотография о запуске отдельной трамвайной линии демонстрирует заинтересованность государства в слаженном функционировании нефтеперерабатывающего предприятия. На мой взгляд, это является невидимой сюжетной линией в официальном авторском нарративе о кадре «На остановке трамвая №2. 1960–ые».



Почетное третье место досталось фотографии, где витрина с фотографией В.П. Сухарева и его личными вещами. Пройдя огромный путь от ученика заочника до представителя президента компании «Лукойл» (1993–2001 гг.), Вениамин Платонович руководил разработкой и реализацией программы коренной реконструкции «Пермнефтеоргсинтез», вошедшего в число лидеров российской вертикально-интегрированной нефтяной компании «Лукойл». Его именем назван известный всем гражданам спортивный комплекс в Перми [8]. Фотография находится в стеклянной витрине, которая дополнена личными вещами директора: признанием в виде портфолио «Заслуженному работнику компании», подтверждением премии совета министров СССР 1987 г., удостоверением народного депутата РСФСР, нагрудным значком «Отличник нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности СССР» и даже очками. Официальная история гласит: с 1987 г. в стране начались необратимые преобразования. Принимается закон о государственном предприятии, рушатся министерства. Вместе с тем производственному объединению удается сохранить рост прибыли, продолжить выполнение социальной программы и программы техпереворужения производства. Официальная история дополняется комментарием А.П. Мальцевой о том, что в период перестройки сильно поднялись цены на нефть и нефтеперерабатывающие заводы не могли их закупать, вследствие чего многие разорились. Чтобы без потерь выйти из сложившейся ситуации, Сухарев, занимая пост генерального директора перерабатывающего предприятия, принял на тот момент очень важное решение об объединении с компаниями по добыче нефти, которые находились под управлением В.Ю. Алекперова. Иными словами, в период приватизации компаний нефтяной отрасли ряд государственных предприятий были реформированы. Нарратив экскурсовода содержит интерпретацию: «благодаря решению генерального директора предприятию удалось сохранить ряд производственных мощностей». Сухарев, занимающий высокую должность, по тем «нелегким» временам смог удержаться и продолжить работу уже в преобразованной компании. Фотография, на которой Вениамин Платонович сидит за столом, украшенным искусственными цветами, в деловом костюме, говорит о каком-то официальном мероприятии, где решаются важные вопросы. Обстановка указывает на торжественное награждение. В руках у Сухарева красная коробочка из-под ордена о заслугах. Синяя лента подтверждает, что это Орден Почета, присвоенный в 1994 г. указом президента. Исходя из этого, можно утверждать, что на тот момент директору уже АО «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез» 56 лет. Тот момент, что коробочка приоткрыта, а на пиджаке орден, так же показывает, что человека специально сняли



именно в ситуации присвоения, награждения. Седина, указывающая на возраст, символизирует о солидности положения, опыте и авторитете.

Все фотографии расположены в первых двух залах экспозиции. Первый зал хранит историю с момента нахождения месторождения в Уральском регионе продолжая постройкой и развитием нефтеперерабатывающего предприятия вплоть до 1992 г. Это время, когда заканчивается советская история и начинается новая – с момента образования концерна «Лукойл». Фото трамвая находится в другом зале, где хранятся артефакты, подтверждающие быт рабочих. Выбранные фото демонстрируют общую логику нарратива: модель рассказа о становлении корпорации словно наложена на советский нарратив «о простом человеке» и заводском коллективе. Мудрый руководитель в окружении личных предметов становится отдельной легендой. Далее следует слияние с империей В. Ю. Алекперова. Нарратив открывает нам неявные смыслы, транслируемые официальным нарративом корпорации и нарраторской коммуникацией, принадлежащей А. П. Мальцевой [6, с. 24]. Музей становится местом, объединяющим устные истории и различные предметы визуального потребления. «Лукойл-Пермнефтеоргсинтез» создает концепцию, раскрывающую для общественного внимания свои уникальные музейные нарративы.

### **Библиографический список**

1. Галкина Т.В. Музееведение: основы создания экспозиции. Учебно-методическое пособие для студентов исторических факультетов вузов по специализации «Историческое краеведение и музееведение». Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2004. 56 с.
2. Гринько И. А. Нарративы в музейном пространстве: новые практики// Томский журнал ЛИНГ и АНТР. Tomsk Journal LING & ANTHRO. 2017. 3 (17).
3. Лебедев С.А. Философия науки : учеб. пособие для магистров; 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2015. 296 с. Серия: Магистр.
4. Основы философии науки / под ред. проф. С.А. Лебедева: Учебное пособие для вузов. М.: Академический Проект, 2005. 544 с. («Gaudeamus»).
5. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса / Пер. с нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2017. 356 с.
6. Шмид В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003. 312 с. (Studia philologica).
7. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/ пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. М.: Логос, 2007. 168 с. + 32 с. цв. ил.

8. Книга трудовой доблести. В.П. Сухарев [электронный ресурс]/Музей пермской нефти, 2022 // URL: <http://permoil-museum.ru/muzeum/ktd/0/158> (23.02.2022).

## **TOWARDS THE LOGIC OF THE MUSEUM NARRATIVE LUKOIL- PERMNEFTEORGSIINTEZ: PHOTO INTERPRETATION EXPERIENCE**

*I. I. Pimpia*

*Perm State University*

This work is a fragment of the study of the museum narrative of the exposition of the museum «Lukoil-Permnefteorgsintez». Photographs are considered included in the exposition, together with a commentary by corporate training specialist, personnel development assessment department A.P. Maltseva. Fulfilling the duties of a guide, A.P. Maltseva pointed to 3 photographs as the main ones in the exposition. The research methodology combines narratological and visual analysis.

**Keywords:** narrative, concept, museum exposition, narratological analysis, visual analysis.

## КОМИ-ПЕРМЯЦКАЯ КУЛЬТУРА И ФОЛЬКЛОР В СЕРИАЛЕ «ТЕРРИТОРИЯ»

*Е. С. Потемкина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматривается новая тенденция в развлекательных нарративах телевизионных сериалов: использование локального культурного контекста и фольклора. Материалом исследования стал сериал «Территория» (2020, ТНТ), в котором привлечены коми-пермяцкая мифология и фольклор. Изучаются истоки фольклорной образности с привлечением академических источников, устанавливается функция местного фольклора в фильме в контексте жанровых формул современной массовой культуры.

**Ключевые слова:** коми-пермяки, массовая культура, формульность, территория, пермская демонология, икотка, колдуны, медвежий шаман, пам.

В последнее десятилетие режиссеры в современные российские сериалы, фильмы и даже компьютерные игры, ориентированные на западные модели повествования и съемки, начинают внедрять фольклорные мотивы – в частности, региональный фольклор. Среди таких фильмов можно назвать: фильм «Пугало» (2020, реж. Дмитрий Давыдов), повествующий о якутской женщине-шаманке, фильм «Ведьма» (2020, реж. Владимир Пивоваров), в котором охотник за нечистью расследует убийства в маленькой деревне в Карелии, компьютерная игра «Черная книга» (2021, Morteshka), основанная на быличках и в значительной степени, опирающаяся на коми-пермяцкий фольклор. Местный фольклор обладает огромным кинематографическим потенциалом, о чем свидетельствует появление ряда работ, снятых о неизвестных зрителям персонажах, обычаях и традициях.

Цель настоящей работы – проанализировать элементы коми-пермяцкого фольклора и культуры, встречающиеся в сериале «Территория» с использова-

нием результатов исследований фольклористов и этнографов, а также определить функцию использования фольклорных образов применительно к запросам современного массового зрителя. На примере сериала «Территория» можно выявить, как и для чего используются мифологические представления и мифические персонажи коми-пермяков в сериальном кино.

Этническая история коми-пермяцкого народа представляет интерес для специалистов разных областей – историков, археологов, этнографов, лингвистов, антропологов. В настоящей работе важны материалы и выводы научных исследований коми-пермяцкой мифологии. Во-первых, монография «Материалы по коми-пермяцкой демонологии» [1], состоящая из текстов несказочной прозы на коми-пермяцком языке с переводом на русский язык. Книга построена в виде рассказов, повествующих о встрече человека со сверхъестественным миром. Во-вторых, монография Т.Г. Голевой «Мифологические персонажи в системе мировоззрения коми-пермяков» [2]. По мнению автора книги, мифологические персонажи являются одним из ключевых составляющих в верованиях коми-пермяков. Они связаны с представлениями коми-пермяков о пространстве, времени, рождении и смерти человека. При этом демонические персонажи занимают промежуточное положение между богами и людьми, то есть являются своеобразным посредником. В-третьих, две книги О.Б. Христофоровой «Икота: мифологический персонаж в локальной традиции» [3] и «Одержимость в русской деревне» [4], которые посвящены изучению популярного для Прикамья круга представлений об икоте – разновидности кликушества, одержимости человека нечистым духом.

Для начала следует определить жанровую принадлежность сериала, поскольку использование режиссерских приемов во многом зависит от жанра. В качестве основных жанров можно выделить сочетание фольклорного хоррора, семейной драмы, триллера, детектива и роуд-муви. Мы будем рассматривать эти жанровые номинации как формулы в интерпретации Джона Кавелти [5], автора книги «Приключение, тайна и любовная история: формульные повествования как искусство и популярная культура» (вышла в 1972 г., переведена в 1996 г). В его толковании «литературная формула представляет собой структуру повествовательных или драматургических конвенций, использованных в очень большом числе произведений» [5].

Смыслообразующим жанром в сериале «Территория» можно считать фольклорный хоррор, или, как его принято называть на Западе, – фолк-хоррор. У такого рода фильмов и сериалов есть ряд особенностей. Во-первых, место действия. Жуткие события разворачиваются в далекой глубинке, страшном ме-

сте. Большинство классических фолк-хорроров рассказывают о загадочных деревушках, в которых творится что-то зловещее («Великий инквизитор», 1968, реж. Майкл Ривз, «Плетеный человек», 1973 г. реж. Робин Харди, «Ведьма», 2015, реж. Роберт Эггерс, «Солнцестояние», 2019, реж. Ари Астер). Частично это связано с эпохой, когда поджанр зародился, – 1960-е и 1970-е были периодом повышенного интереса к древним верованиям и язычеству. Тогда можно сказать, что «Территория» строится по известной формуле: молодые люди попадают в жуткое место и встречаются с иррациональными явлениями (в западном кинематографе – фильм «Деревня в лесу», 2019, реж. Рэйне МакКормак фильм «Они наблюдают», 2016 реж. Джей Лендер, в российском – сериал «Закрытая школа» 2011–2012, реж. Олег Асадулин, сериал «Топи» 2021, реж. Владимир Мирзоев). Использование фольклорных представлений является второй особенностью жанра фолк-хоррор. В «Территории» герои встречаются с необъяснимыми рационально явлениями. Территория, по которой они путешествуют, показана, – Коми-пермяцкий округ (в фильме фигурируют название города Кудымкар). Здесь живы предания древнего народа – чудь, а также сильны архаичные представления о колдунах, икотке и др. Их использование необходимо для усиления атмосферы ужаса и загадочности. Можно сказать, что из жанровой специфики следует смысловое наполнение сериала и использование различных методов, в частности привлечения фольклорного материала.

Хорроры в целом тесно связаны с фольклором, поскольку хорроры приходят в жизнь человека из мифологии, которая построена на противопоставлениях, оппозициях «добро-зло», «свой-чужой», «внешнее-внутреннее». Одним из вариантов последней оппозиции является «лес-селение». Лес считается местом пребывания враждебных для человека сил, а различные лесные обитатели несут человеку смерть. Неслучайно действие многих произведений фолк-хоррора происходят в лесу. В центре сюжета оказывается конфликт между представителями архаических верований и представителями современности. Иными словами, это конфликт между цивилизацией и древними силами, которые угрожают порядку современного человека. Одним из главных приемов фолк-хорроров является поездка главных героев, представителей горожан, в отдаленное селение. В сериале «Территория» герой отправляется на поиски родителей, которые пропали в этнографической экспедиции по Пермскому краю. А, например, в сериале «Топи» (реж. Владимир Мирзоев, 2021 г.) пятеро москвичей бегут от своих проблем в монастырь неподалеку от полузаброшенной деревни.

В «Территории» уже с первых минут заметна мрачная атмосфера (крупные планы темного леса, звуковое сопровождение), что задает тон всему последу-

ющему повествованию. Сюжет сериала развивается вокруг 19-летнего Егора Чудинова, родители которого пропали во время этнографической экспедиции по Пермскому краю. Юноша вместе со своим дядей Николаем отправляется на их поиски. В своих поисках Егор с дядей забредают в деревню Мыза, где встречаются двух студенток-филологов Надю и Таню, изучающих местный фольклор и язык, а также знакомятся с участковым Константином Мурзиным. Получив от Мурзина информацию, что недалеко действительно видели каких-то людей, герои решают отправиться на поиски самостоятельно. Таня с Надей напрашиваются вместе с ними. Они оказываются в деревне старообрядцев Мурзино. В ней живут мрачные, религиозные, замкнутые люди, которые верят, что колдовством можно излечить болезни, а могучий медвежий шаман, обитающий в чаще, защищает их от напастей.

Первые серии знакомят героев и зрителей с коми-пермяцкой демонологией. Акцент сделан на нескольких из них: «икотка», колдуны, медвежий шаман и Пам. В частности, сюжетообразующим элементом является «икотка». Первое, что узнает зритель сериала – «икотка» – северный бес, который поселяется в человеке и живет в нем, пока «все соки не высосет», а люди, подверженные его влиянию, начинают творить странные вещи, обретают странное новое знание. Потом одна из главных героинь сериала – Таня – становится носителем «икотки». Икотки представлены как крупные слизняки, которых выращивает ведьма. Они существуют как паразиты, то есть им необходим носитель, за счет которого они могли бы существовать, забирая у человека силы, практически съедая его изнутри. Подселить их в человека можно вместе с едой или водой. Проявление «икотки» в сериале сопровождается припадком и изменением голоса. Человека, в котором поселился «икотка», называют «икотником» или «икотницей». В сериале также показано, как колдуны пытаются обнаружить икотку, заглядывая предполагаемой жертве в рот и нос. Жители деревни, показанные в сериале, считают «икотку» порчей и хотят изгнать или убить икотницу, пришедшую в их деревню. С другой стороны, зритель узнает, что икотки имеют дар предвидения и могут находить пропажи, этим и хотят воспользоваться золотоискатели, похищая Таню, чтобы она помогла им найти пропавшее золото чуди.

В сериале характерные черты «икоток», если сравнивать с материалами из экспедиций, переданы довольно точно. В общем виде, как пишет Ольга Христофорова в своей книге, явление характеризуется как «одержимость злым духом, который в результате колдовской порчи вселяется в человека, преимущественно в женщин» [4]. Проявления «икотки», по аналогии с показанными в се-

риале, происходит, как отмечает Ольга Христофорова, определенным образом – «икотка вызывает боли, приступы икоты, перемещается внутри тела, не дает своему хозяину что-либо делать, или наоборот, заставляет, имеет дар говорить, чаще ругается или говорит о пропажах или будущих событиях» [4].

В рассказах, приведенных Ольгой Христофоровой, о том, как икотка изготавливается колдуном и как она проникает в свою жертву, подробно описываются все ее возможные ипостаси: они могут иметь «вид мелких предметов, соринки, летающих насекомых, либо птиц, лягушек, ящериц, рыб и других хтонических существ» [3]. Особыми признаками этого мифологического персонажа являются его наиболее показательные свойства: «владение человеческой речью и наличие имени / отчества» [3]. Именно икотка сама сообщает свое имя человеку, в которого он вселился и окружающим его людям. Из-за этой черты исследователи считают, что это проявление икотки может быть признаком того, что он антропоморфен, но Ольга Христофорова в своей книге [3] приводит в пример, что информанты, опрашиваемые ею в рамках изучения явления, «затруднялись сказать об икотах по имени Василий Иванович, Федор Иванович и других, кто же именно – человек или не человек – «сидит» внутри своей «хозяйки»» [3].

Интерпретации икотки зафиксированы в «Указателе сюжетов и мотивов мифологических текстов об икоте» [6], часть из этих представлений можно увидеть в «Территории». Однако в угоду кинематографичности, образ несколько утрирован и преувеличен: икотки имеют физическое воплощение в виде огромных неприятных слизняков, проявления икотки сопровождаются жуткими приступами, что нагнетает на зрителя ужас. Таким образом, создатели сериала, с одной стороны, берут фольклорное явление коми-пермяков, но усиливают в нем мистическую составляющую – и тем самым пугают зрителей. Другими словами, «икотка» в сериале нужен не столько для того, чтобы подробно рассказать о его генезисе, а для создания эффекта страха, неизвестности, мистичности, что характерно для выбранного жанра.

«Территория» также заимствует из коми-пермяцкой демонологии образы колдунов. *Колдовство и знахарство среди пермяков распространено весьма широко. Колдун является посредником между людьми и духами. В первой серии можно увидеть, что местные жители деревни, в которую едут герои, больше доверяют именно колдунам, нежели традиционной медицине.*

Колдуны в сериале показаны шаблонно. Первая колдунья, встречающаяся героям – ведьма-отшельница Шура, ее образ похож на героиню русских сказок – Бабу-Ягу (живет в избе в глухом лесу, ходит в лохмотьях, делает кукол и

обереги и пугает местных). Можно сказать, что колдуны нужны в сериале для наполнения мистической составляющей.

Своих колдунов коми-пермяки называют словом «тӧдись» – знающий. Среди таких «знающих» огромный круг тех, кто занимается магией: лекари, предсказатели и прочие. *И только для злых колдунов*, отмечает исследователь коми-пермяцкого фольклора Г. И. Мальцев, *имеется другое понятие – «тшыкӧтись», т.е. «портящий, насылающий болезни, приносящий вред здоровью» [7].*

Одним из самых сильных и могущественных колдунов сериала показан «медвежий шаман», который приносит в жертву медведей и мечтает заполучить древнюю силу чуди. Прототипа «медвежьего шамана» в мифологии коми-пермяков найти невозможно. Однако культуролог Юлия Кокшарова в статье «Пермская модель архетипического образа медведя» пишет, что «в представлениях коми существовали легенды (XIV–XV вв.) о колдунах с медвежьими лапами, которые противостояли христианизации народов Урала Стефаном Пермским. Один из таких колдунов был способен проникать во все сферы мира и обращаться медведем» [8]. Многие исследователи финно-угорских народов (В.Н. Белицер, Ф.В. Плесовский, Ю.А. Кокшарова, Е.Н. Мокшина) указывали на тотемическую основу культа медведя, его покровительство как животным, так и людям. Помимо этого, у коми-пермяков широко распространен миф о медведе-богатыре Кудым – Ош.

Однако, в отличие от представлений коми-пермяков, медвежий шаман в сериале – главный антагонист героя. Правда, им оказывается отнюдь не существо из мира коми-пермяков. Сюжет делает неожиданный поворот.

Изначально можно предположить, что все зло в сериале идет от неизвестных и необъяснимых рационально сил, от коми-пермяков, жителей деревни и обитателей леса. Однако финал сериала показывает, что использование пермской демонологии в первую очередь обусловлено созданием мистической и загадочной обстановки, а злом оказывается самый надежный, казалось бы, герой из мира города, столицы – Николай. Выясняется, что Николай и есть тот самый Медвежий шаман. Мало того, он удерживает в плену мать Егора, он убивает Надю и Таню. Его целью, как обнаружилось в последних сериях, было завладеть огромной силой Пама.

В итоге местная мифология и демонология в конце концов оказывается проявлением добра: кажущаяся на первый взгляд злой ведьма Шура помогает и оберегает героев, силы Пама, пробудившиеся в Егоре, спасают его и героинь сериала в финале.



Пам также часто упоминается в сериале. В сериале это самый сильный колдун у чуди, обладающий сверхсильной магией, так в сериале показано, что он мог разводить тучи руками и оживлять мертвых.

Исследователь древностей Пермского края Ф. А. Теплоухов в 1890-х годах суммировал содержание народных рассказов о чуди: «народное предание приписывает почти все доисторические предметы, находимые как в северо-восточной части Европейской России, так и в Западной Сибири, народу, который оно называет чудью и который при приближении русских будто бы исчез, или, как выражаются в Пермской губернии, ушел в землю. Последнее выражение объясняется легендой, по словам которой чудь или чудаки, не желая покориться пришельцам, а по другой редакции легенды – принять крещение, предпочли погибнуть в приготовленных заблаговременно ямах, подрубив столбы, на которых держалась устроенная над ними тяжелая крыша. По тому же преданию чудь ушла в землю со всеми своими богатствами, что и дает местным жителям повод рыться в городищах, в надежде найти несметные богатства, содержащиеся будто бы в братских могилах чуди» [15].

Главный герой сериала носит фамилию Чудинов, что уже является намеком на неведомую ему самому принадлежность к чудскому народу. Предания о чуди пригибаются создателям сериала и для того, чтобы обеспечить детективную составляющую: в сериале есть отсылки к золоту чуди, которое ищут бандиты, используя «икотку».

В конце сериала показано, что и Егору не чужды магические способности: именно он становится Памом, о котором часто упоминается в сериале.

О Паме в основном известно по эпическим сказаниям. Например, в «Слове о житии св. Стефана Пермского» [10], написанном Епифанием Премудрым, именно Пам-сотник – верховный жрец древних пермян – выступает главным противником Стефана Пермского. В «Слове о житии...святого Стефана, бывшего епископом в Перми» (2003 г, оригинал 1390 г.) Пам/Пан-сотник описывается, как «некий волхв, старец-чародей, лукавый предсказатель, знаменитый кудесник, глава волхвов, старейшина знахарей, начальник отравителей, всегда занимавшийся искусством волхвования, будучи ревностным служителем колдовского наваждения» [10]. В житии Пам показан отрицательным персонажем, который выступает против христианизации, однако в сериале он наделен положительными качествами и силами, которые спасают героев.

Можно сказать, что вся жизнь деревенского народа в сериале зависит от верований и суеверий, которые кажутся современному горожанину неким пережитком прошлого. Однако именно такая атмосфера сериала задает основной

вектор сюжетному развитию, знакомству с пермской демонологией, представлениями о жизни и о мире коми-пермяков. Более того внедрение в повествование такого рода персонажей помогает добавить в известную формулу новые составляющие, благодаря которым усиливается устрашающий элемент, зритель начинает прислушиваться к каждому звуку, обращает внимание на детали, погружаясь вместе с героями в таинственный полумифический мир. А он оказывается в конце концов не опасным, а, напротив, спасающим.

Таким образом, сериал не имеет цели полностью рассказать о мифологических персонажах и представлениях коми-пермяков. Отдельные персонажи взяты за основу, которая в сериале трансформируется. Сериал призван заинтересовать, во-первых, с эстетической точки зрения – пейзажами, локациями, качеством съемки, атмосферой, а во-вторых – сюжетными ходами, он ухватывает самые мистические моменты из мифологии и пытается, с использованием кинематографических средств, держать зрителя в напряжении. В-третьих, сериал, снятый по неизвестной многим мифологии, дает сценаристом и режиссерам поле для фантазии. Создатели сериала используют региональную мифологию, чтобы воссоздать неизвестное человеку страшное место, населенное неизвестными ему пугающими персонажами. Иными словами, для того, чтобы следовать известной жанровой формуле гиблого места, создатели сериала используют черты местного фольклора и мифологии. Такого рода продукты кинематографа, основанные на локальных мифах, помимо прочего, помогают продвижению и узнаваемости регионального бренда.

Исследователи массовой литературы справедливо отмечают, что «тривиальный жанр массовой литературы немало может сказать о проблематике современного массового сознания» [14]. Очевидно, это массовое сознание сегодня востребует не только проблематику национальной идентичности, но и идентичности региональной.

### **Библиографический список**

1. Материалы по коми-пермяцкой демонологии: монография / авт.-сост.: А. В. Кротова-Гарина, Ю. А. Шкураток, А. С. Лобанова, С. Ю. Королева, И. И. Русинова; Пермский государственный национальный исследовательский университет. Пермь, 2020. 168 с.
2. Голева Т.Г. Мифологические персонажи в системе мировоззрения коми-пермяков. СПб.: Изд-во «Маматов», 2011. 272 с.
3. Христофорова О.Б. Икота: Мифологический персонаж в локальной традиции. М.: РГГУ, 2013. 304 с.

4. Христофорова О.Б. Одержимость в русской деревне. Неолит, 2020. 392 с.
5. Кавелти Джон Г., Изучение литературных формул// Новое литературное обозрение. 1996. № 22. С. 33–64.
6. Христофорова О.Б. Указатель сюжетов и мотивов мифологических текстов об Икотке // URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ikota/ikota.pdf> (дата обращения: 11.02.2022).
7. Мальцев Г.И. Народные врачеватели у коми-пермяков // Ежегодник финно-угорских исследований. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnye-vrachevateli-u-komi-permyakov> (дата обращения: 11.02.2022).
8. Кошкарова Ю.А. Пермская модель архетипического образа медведя // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/permskaya-model-arhetipicheskogo-obraza-medvedya> (дата обращения: 11.02.2022).
9. Мокшина Е.Н. Образ медведя в религиозных и мифологических представлениях финно-угорских народов (мордвы, марийцев, удмуртов, коми и др. // Финно-угорский мир . 2012. №3–4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-medvedya-v-religioznyh-i-mifologicheskikh-predstavleniyah-finno-ugorskih-narodov-mordvy-mariytcsev-udmurtovc-komi-i-dr> (дата обращения: 11.02.2022).
10. Слово о житии и учении святого отца нашего Стефана, бывшего епископа в Перми, составленное преподобным во священноиноках отцом нашим Епифанием / подг. текста Ю.А. Грибова, перевод Е.Г. Водолазкина, Н.Ф. Дробленковой, Л.С. Шепелевой ; коммент. Т.Р. Руди // Библиотека литературы Древней Руси. СПб.: Наука, 2003. Т. 12. С. 144–231. URL: <http://lib.pushkinskijdom.ru/Default.aspx?tabid=10091> (дата обращения: 11.02.2022).
11. Мингалев В.В. Пам-сотник как литературно-исторический образ, отражающий историю развития коми в XIV–XV вв // Труды КАЭЭ ПГПУ. 2007. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pam-sotnik-kak-literaturno-istoricheskiy-obraz-otrazhayuschiy-istoriyu-razvitiya-komi-v-xiv-xv-vv> (дата обращения: 11.02.2022).
12. Русинова И. И. «Икота» в зеркале пермской диалектной лексики и фразеологии // Лингвокультурное пространство Пермского края. Вып. 3. Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 2011. С. 113–122.
13. Ноговицын Г. Выдумки «Территории» о выдумках нашей территории. Разбираемся, как коми-пермяцкие мифы и легенды показаны в сериале от ТНТ. URL: <http://zvzda.ru/articles/95a4fbcee09b> (дата обращения: 11.02.2022).

14. Абашева М.П., Криницына О.П. Проблематика национальной идентичности в славянских фэнтези// Вестник Томского государственного университета, 2010, № 332. С. 10.

15. Теплоухов. Ф.А. Древности Пермской чуди в виде баснословных людей и животных. В сб. Пермский край, т. 2, Пермь, 1893. С 38.

## **KOMI-PERMYAK CULTURE AND FOLKLORE IN THE SERIES «TERRITORY»**

*E. S. Potemkina*  
*Perm State University*

The article discusses a new trend in entertainment narratives of television series: the use of local cultural context and folklore. The material of the research was the series «Territory» (2020, TNT), in which Komi-Permyak mythology and folklore are attracted. The origins of folklore are studied with the help of academic sources, and the function of local folklore in the film is established in the context of genre formulas of modern mass culture.

**Keywords:** komi-permyaks, mass culture, formula, territory, Perm demonology, icon, sorcerers, bear shaman, pam.

## **ПОТЕНЦИАЛ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПЕРИОДИКИ ПЕРИОДА ПЕРЕСТРОЙКИ**

*Н. А. Пронин*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье рассматривается репрезентация техно-оптимизма и техно-скептицизма в советских массовых журналах в отношении вычислительной техники периода перестройки, прослеживается динамика медийных образов отношения к потенциалу развития вычислительной техники в исследуемый период по материалам изданий «Наука и Жизнь» и «Техника Молодёжи» за 1985–1991 гг.

В качестве методов исследования используются дискурс-анализ и контент-анализ. В фокусе внимания – оценка потенциала развития советской вычислительной техники; отношение к зарубежной вычислительной технике; изменения в дискурсе вычислительной техники в массовых журналах; компаративная риторика о зарубежной и отечественной вычислительной технике.

Обосновываются следующие выводы: советский медиа-дискурс вычислительной техники имел несколько дискурсивных плоскостей, имевших общую динамику развития, которая характеризуется резким всплеском технооптимизма в период с 1985 по 1987 гг. и последующим спадом этой риторики в период с 1987 по 1991 гг.

**Ключевые слова:** ЭВМ; перестройка; информатика; ускорение; техно-оптимизм; техно-скептицизм; советские журналы.

Цифровизация активно входит в жизнь современного человека. Данный процесс сопровождается развитием и ростом массовой культуры взаимодействия с вычислительной техникой. Во многом для этой культуры в странах СНГ свойственны свои особенности и характерные черты [1]. Их предпосылки начи-

нают прослеживаться с периода информатизации СССР, начавшийся после XXVII съезда ЦК КПСС [2]. В данный период вычислительная техника начинает позиционироваться, как важный элемент политики ускорения в рамках эпохи перестройки.

Важными характеристиками конструирования культуры взаимодействия человека с вычислительной техникой является технооптимизм и технопессимизм, поскольку данные аспекты дискурсивных практик обеспечивают уровень интереса к обозначенным действиям и обрисовывают потенциальный вектор их развития. Особенно актуальным становится анализ выбранных аспектов в дискурсах, связанных с вычислительными средствами в медиaprостранстве СССР периода перестройки. Внимание к выбранной среде коммуникации обуславливается тем, что медиaprостранство начинает функционировать в качестве одного из основных средств распространения массового дискурса в среде широкого круга читателей.

Дискурс культуры вычислительной техники в СССР является активно развивающейся областью исследований. Многие публикации, затрагивающие данную тематику, посвящены таким проблемам, как исследования науки и технологий [3]; программного обеспечения [4]; культуры советских инженерно-технических работников [5]. Значительно реже встречаются публикации, напрямую связанные с тематикой массовой культуры вычислительной техники: это работы, выполненные, в русле анализа видеоигр [6], а также работы, посвященные истории микрокалькуляторов в СССР [7].

Вопросу изучения дискурсов и диспозитивов вычислительной техники в период перестройки на данный момент посвящено незначительное количество исследований. Между тем именно в годы перестройки информатизация стала одним из пунктов особого внимания власти и социума. В этот период использование ЭВМ закладывается, как один из перспективных векторов развития общества в 12 пятилетку; в рамках политики ускорения внедряется в школьную программу предмет «основы информатики вычислительной техники»; проводятся меры по повышению компьютерной грамотности населения.

Тем самым актуальной задачей является анализ информационного поля, окружавшего интеграцию вычислительной технологий в советское общество. Обращение к советским массовым научно-популярным изданиям позволяет проследить динамику и основные акценты дискурсивных практик, активно проникающих в советское общество и формирующих диспозитив вычислительной техники в отношении с массовым зрителем.

В рамках данного исследования мы предлагаем обратиться к двум массовым советским журналам: «Наука и жизнь» и «Техника – Молодёжи». Первый журнал был органом Академии наук СССР, печатался издательством «Правда» и на момент перестройки выходил тиражом более трех миллионов копий [8]. Второй журнал издавался ЦК ВЛКСМ и на момент перестройки также имел тираж более трех миллионов копий [9]. В ходе работы, было отобрано по одной публикации, не входящей в регулярные рубрики посвященные ЭВМ, из каждого квартала в период с 1985–1991 год, в общей сложности было отобрано и проанализировано 43 статьи.

Регулярные рубрики данных журналов, такие как «человек и компьютер», «человек с микрокалькулятором» и «клуб электронных игр» не вошли в выборку нынешней работы, поскольку были направлены на ознакомление и расширение навыков пользователей с конкретными ЭВМ и микрокалькуляторами, в связи с чем в обозначенных публикациях не прослеживается репрезентации необходимых аспектов дискурса вычислительной техники.

В качестве методологической базы исследования выступает теория дискурса Лакло и Муффа [10] и понятие диспозитива в трактовке Джорджо Агамбена [11]. В рамках исследования, теория Лакло и Муффа используется для выявления в медиапространстве практик, образующих отдельные плоскости дискурса, а также для анализа динамики взаимодействия между ними.

Понятие диспозитива понимается, как аналитическая рамка, очерчивающая границу между живыми существами и дискурсами, образующими их субъектные позиции. Данное понятие используется для выявления тенденций и явлений, связанных с предметом исследования и влияющих на формирование взаимодействия человека с вычислительной техникой.

Другим важным понятием, используемым в рамках данного исследования, является дискурсивная плоскость. Дискурсивная плоскость понимается, как определённая совокупность практик составляющая общий контекст дискурсивной формации, но выделяемая как структурная часть за счёт узловых знаков дискурса [12].

Перед проведением качественного анализа исследования, следует проследить количественную динамику периода. С 1985 по 1987 г. включительно мы можем наблюдать относительно большое количество публикаций, посвященных тематике вычислительной техники. С 1988 года начинается спад публикаций, крайней точкой которого является 1989 год. В 1990 году наблюдается частичный рост публикаций, но в следующем году наблюдается повторное сокращение количества публикаций.

Таблица 1. Выпуск публикаций, посвященных вычислительной технике, в год

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
«Наука и жизнь»	20	17	26	12	10	19	10
«Техника – молодёжи»	20	28	19	17	7	18	14

В целом в тексте публикаций журналов можно выделить 5 дискурсивных плоскостей в которых используется диспозитив вычислительной техники, которые можно обозначить следующим образом: 1) новые подходы в работе с информацией; 2) развитие ЭВМ; 3) интеграция ЭВМ в промышленное производство; 4) искусственный интеллект; 5) разочарование в советском проекте информатизации. Первые четыре плоскости характерны для журнальных публикаций по данной проблематике, опубликованных в 1985–1988 гг. Пятая плоскость типична для 1989 – 1991 гг.

Появление в массовом советском дискурсе темы вычислительных технологий было связано с высокой степенью технооптимизма в отношении новых способов обработки информации ещё до XXVII съезда КПСС. Так в первом выпуске «Техники молодёжи» за 1985 г. в статье, посвященной перспективам научно-технического прогресса, говорилось о необходимости выстраивания человеко-машинных систем обработки информации [13]. Комплексные высказывания в этой дискурсивной плоскости начали появляться к концу 1985 г. В этот период выходит объёмная статья, в которой излагаются слова автора школьного курса «Основ информатики и вычислительной техники», академика АН СССР А. П. Ершова [14]. Он утверждает, что экономический потенциал общества в будущем будет зависеть от средств электронной обработки информации. Так же А. П. Ершов делает прогноз развития вычислительной техники на ближайшие 50 лет. Важными переменными в этом прогнозе является: 100% компьютерная грамотность населения, появление системы скоростной передачи данных, формирование профессионального и бытового сегмента пользователей ЭВМ и наличие 8–10 устройств на базе микро-ЭВМ для каждого активного члена общества в СССР.

Но доступность техники и компьютерная грамотность не единственные изменения, которые возлагались на вычислительные технологии в рамках данной дискурсивной плоскости. В феврале 1986 г. выходит номер «Техники – молодёжи» где в заголовке ЭВМ обозначаются «катализатором прогресса» [15]. В этой же статье раскрываются дисциплинирующие функции диспозитива, когда речь идет о том, что работа с ЭВМ требует от человека психологических



изменений. Утверждается, что работа с ЭВМ должна быть более чётко организована, а «производственное мышление» должно быть алгоритмизировано.

Однако в этой оптимистичной статье фигурируют компоненты риторики техно-пессимизма, когда автор видит угрозу в фетишизации компьютера (из-за делегирования ему субъектности человека) и акцентирует внимание на риске излишней стандартизации и унификации образования. Однако в целом техно-оптимизм доминирует в данной публикации. В частности, вице-президент АН СССР Е. П. Велихов говорит о таких предпочтениях от внедрения вычислительных технологий в повседневную жизнь, как демократизация образования; быстрая модернизация учебного процесса; освобождение людей от рутинных мыслительных операций.

Вышеописанные аспекты техно-оптимизма в сфере взаимодействия человека с информацией, дополнились с наступлением 1987 г. В пятом номере «Науки и жизни» за этот год начинают фигурировать надежды на внедрение искусственного интеллекта в повседневный обиход [16]. От этих технологий, например, ожидалось создание персональных ассистентов для пользователей, интеллектуализация всей «техносферы», усиление функций организма за счёт вживления кибернетических устройств и освобождение человека от всех рутинных видов труда.

Суммируя всё вышесказанное, дискурсивная плоскость взаимодействия человека с информацией конструировала будущее диспозитива вычислительной техники, как путь изменения мыслительных процессов человека с параллельным ростом доступности вычислительной техники.

В дискурсивной плоскости развития ЭВМ можно выделить два аспекта это физический носитель и программное обеспечение.

В случае с физическими составляющими ЭВМ, конструированием образа будущих перспектив развития занимался только журнал «Техника – молодёжи». Главная направляющая сюжетов данной тематики была задана ещё в 1985 г., в шестом номере за этот год. Она была связана с преодолением ограничения скорости вычислений ЭВМ [17]. В основном данный сюжет развивался в рамках гонки СССР, США и Японии за создание ЭВМ пятого поколения [18]. Решение этой задачи должно было, с одной стороны, минимизировать проблемы высокой стоимости ЭВМ высокой мощности, с другой – сформировать качественно новый функционал у ЭВМ, в частности делегировать вычислительной технике возможность ассоциативного мышления [19].

В случае с программными составляющими ЭВМ также основным актором конструирования образов будущего выступал журнал «Техника – молодёжи»,

хотя единичные публикации встречались и в «Науке и жизни». «Техника – молодёжи» концентрировалась на двух аспектах программного обеспечения – интерфейсе и оптимизации работы физического носителя. В случае с последним, будущее программного обеспечения виделось за созданием отказоустойчивой техники и программного кода, позволяющего увеличить вычислительные мощности [20]. Формируя образ будущих интерфейсов вычислительной техники, журнал «Техника-молодёжи» концентрировал внимание на необходимости создания систем программного обеспечения доступных широкому кругу пользователей. В частности, ожидалось создание трёхмерных и пиктографических языков коммуникации техники с человеком [15, с. 5]. Кроме упрощения пользовательского доступа, за интерфейсами видели и другую функцию, использование в будущем визуальных языков программирования должно было позволить связать высшую математику и искусство [21].

В журнале «Наука и жизнь» за программными элементами видели более прикладное будущее. Так в 1985 г. в десятом номере была опубликована объёмная статья о перспективах развития персональных компьютеров. В ней член-корр. АН СССР С. С. Лавров приводит конкретный список функций, который должен выполнять ПК, а именно: записная книжка; личная картотека; рабочая тетрадь; лабораторный журнал; большой микрокалькулятор; маленькая универсальная вычислительная машина; текстовый процессор; средство вывода изображений; управление базами данных; библиотека программ [22]. Конкретный функционал, который приписывался образу будущего массового компьютера был во многом утилитарным.

Если обобщать сказанное выше, то можно прийти к выводу, что развитие физических и программных элементов ЭВМ в будущем виделось за упрощением интеграции вычислительных машин в деятельность человека за счёт ускорения вычислительных мощностей и создания комфортных контуров пользователя, а также за делегированием технике конкретных субъектных функций.

Дополняющей дискурсивной плоскостью к дискурсу развития ЭВМ и дискурсу новых способов взаимодействия человека с информацией, можно назвать дискурс искусственного интеллекта (далее – ИИ). В рассматриваемый период выдвигались предположения о создании ИИ в самое ближайшее время, как минимум – к концу XX в. Предполагалось, что ИИ необходим для оптимизации взаимодействия с ЭВМ, в качестве замены программирования как языка коммуникации, в частности ожидалось, что ИИ обеспечит функцию голосового управления. Так же на этой технологической базе должны были функционировать новые информационно-поисковые системы и экспертные системы, выпол-

няющие функции консультирования. Отдельно оговаривались и ограничения ИИ, не способного, например, полностью симулировать человеческое мышление [23].

В целом ИИ можно назвать сутью, некоей эссенцией техно-оптимизма, поскольку предполагалось, что именно ИИ должен будет одновременно максимально усилить интеграцию «человек – машина» и при этом заменить людей в выполнении большинства «рутинных функций».

Другой важной дискурсивной плоскостью, к которой нам следует обратиться является плоскость внедрения ЭВМ в производство. Данная тема широко освещалась в советских журналах, поскольку вычислительные устройства в рамках XII-й пятилетки должны были стать важным фактором социального и технического прогресса советского общества [24].

В рамках XII-й пятилетки предполагалось, что в СССР пользоваться компьютерами начнут как математики, так и гуманитарии [25]. ЭВМ должны были начать регулировать производство [26], при этом создание безлюдных производств должно было не только экономить рабочие ресурсы, но и позволить создавать инновационные материалы [27]. Всё это обобщалось, как автоматизация народного хозяйства, и размах данных проектных работ к 2000 г. должен был привести к росту сектора автоматического производства в более чем два раза относительно 1987 г., при этом новые технологии должны были иметь максимальную экономическую отдачу [28].

В целом дискурс вычислительной техники и ЭВМ в промышленном производстве позиционировал рассматриваемый нами диспозитив если не как панацею от множества накопившихся проблем в советской экономике, то как один из главных способов сильно улучшить состояние советской промышленности.

Последняя дискурсивная плоскость, к которой мы хотели бы обратиться, это практики, связанные с разочарованием в советском проекте информатизации. Эта совокупность является максимально эклектичной и в целом представляет развитие предыдущих тенденций, объединённых динамикой разочарования в техно-оптимизме, задекларированном в решениях XXVII съезда ЦК КПСС и планов внедрения новых технологий в жизнь советского общества.

Так в рамках внедрения ЭВМ в промышленности произошло разочарование в гибких производственных системах, поскольку рабочие оказались дешевле обслуживания этих производственных линий [29]. В рамках интеграции ЭВМ в повседневную жизнь, была утеряна надежда на появление доступных и дешёвых компьютеров [30]. В целом техно-оптимизм сохранился, но теперь он больше относился к зарубежным достижениям. «Техника – молодёжи» всё ещё

прогнозировала быстрый рост вычислительных мощностей, но теперь уже в отношении техники IBM, создания пятого поколения ЭВМ и характеристик планируемого шестого поколения [31]. Показательным в этом отношении является номер журнала «Техника – молодёжи», опубликованный в 1989 г., в котором объёмная публикация была посвящена теме военной робототехники и искусственного интеллекта, разрабатываемых в США. Публикация не содержала критики или негативных оценок [32].

Таким образом развитие медиа-дискурса вычислительной техники в научно-популярных изданиях в СССР периода перестройки является динамическим процессом, в котором можно выделить три этапа.

Публикации 1985–1987 гг. во многом были посвящены тематике интеграции и развития ЭВМ в именно в СССР. Большинство публикаций отличались технооптимизмом и большими ожиданиями от феномена вычислительной техники во всех сферах жизни советского общества.

Период 1988–1989 гг. является переходным в выделенной динамике. В 1988 г. наблюдается спад интереса к дискурсу вычислительных технологий, но при этом большинство тенденций предыдущего периода сохраняются. Публикации 1989 г. редко выходят за рамки регулярных рубрик. При этом публикации во многом носят нейтральный характер и посвящены утилитарным аспектам взаимодействия с ЭВМ.

В 1990 – 1991 гг. тематика журналов резко меняется. «Техника – молодёжи» в большей степени уделяет внимание техническим достижениям в зарубежных странах, при этом на страницах журнала начинает доминировать технопессимизм. Темы позитивной интеграции ЭВМ в жизнь советского общества практически пропадают со страниц журнала. «Наука и жизнь» отходит от тематики освещения компьютерных достижений, публикации на её страницах все чаще носят деловой и коммерческий характер. Преобладают статьи, посвященные формирующемуся рынку вычислительной техники коммерческих организаций [33] и рекламным публикациям [34].

В медиа-дискурс вычислительной техники, на уровне массовых печатных изданий, зародившийся в начале перестройки, накануне распада Советского Союза переживал сильный кризис, что в свою очередь негативно сказывалось на освещенности таких тем как потенциал развития вычислительной техники в бытовом, промышленном и научном сегменте советского общества.

## Библиографический список

1. Biagioli M., Lepinay V. From Russia with Code: Programming Migrations in Post-Soviet Times. Duke University Press, 2019. 384 p.
2. XXVII съезд КПСС. Стенографический отчет том 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://soveticus5.narod.ru/85/xxviit1.htm> (дата обращения: 19.05.2021).
3. Александровна К. И., Юрьевич П. Н., Владимирович Ш. В. Советская вычислительная техника в контексте экономики, образования и идеологии (конец 1940-х – середина 1950-х гг.) // Идеи и идеалы. 2016. Т. 1. № 4 (30). С. 135–155.
4. Городняя Л. В., Крайнева И. А., Марчук А. Г. Библиография И Источники По Истории Школ Программирования В Академии Наук СССР И Ведущих Советских Вузах (1950–2017) // Вопросы Истории Естествознания И Техники. 2017. Т. 38. № 3.
5. Периодика для ИТР: советские научно-популярные журналы и моделирование интересов позднесоветской научно-технической интеллигенции – Журнальный зал [Электронный ресурс]. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2017/3/periodika-dlya-itr-sovetskie-nauchno-populyarnye-zhurnaly-i-modelirovanie-interesov-pozdnesovetskoj-nauchno-tehnicheskoy-intelligenczii.html> (дата обращения: 04.05.2021).
6. Дмитриевич М. А., Олегович Ц. А. Воспитание «тетрисом»: к идейным основам советской компьютерной игры // Социология власти. 2020. Т. 32. № 3. С. 114–141.
7. Tatarchenko K. «The Man with a Micro-calculator»: Digital Modernity and Late Soviet Computing Practices. 2019. P. 179–200.
8. Наука и жизнь. 1985. № 1. С. 160.
9. Техника – молодежи. 1985. № 1. С. 64.
10. Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. М.: Гуманитарный центр, 2008. 352 с.
11. Агамбен Д. Что современно? М.: Дух и Литера, 2012. 80 с.
12. Фуко М. Археология знания. М.: Гуманитарная Академия, 2020. 416 с.
13. Федосеев П. ИТР крупным планом // Техника – молодежи. 1985. № 1. С. 17–18.
14. Велихов Е. и др. Персональный компьютер: перспективы близкие и далекие // Наука и жизнь. 1985. № 10. С. 19–25.
15. Велихов Е. Катализатор прогресса // Техника – молодежи. 1986. № 2. С. 2–6.
16. Дорфман В. Эволюция технологий // Наука и жизнь. 1987. № 5. С. 19–27.

17. Туманов В. ЭВМ работают быстрее // Техника – молодежи. 1985. № 6. С. 18–21.
18. Афанасьев Г. «Старт» на финишной прямой // Техника – молодежи. 1987. № 5. С. 10–14.
19. Львов Г. Одноэлектроника // Техника – молодежи. 1988. № 2. С. 2–6.
20. Кульнев А. Новая арифметика для ЭВМ // Техника – молодежи. 1985. № 7. С. 40–45.
21. Александров В. Охота с компьютером в топологической пуще // Техника – молодежи. 1987. № 11. С. 24–26.
22. Велихов Е. и др. Персональный компьютер: перспективы близкие и далекие // Наука и жизнь. 1985. № 10. С. 19–25.
23. Пospelов Г. Призрачный и реальный мир искусственного интеллекта // Техника – молодежи. 1986. № 10. С. 2–6.
24. XXVII съезд КПСС. Стенографический отчет том 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://soveticus5.narod.ru/85/xxviit1.htm> (дата обращения: 19.01.2022).
25. Велихов Е. Катализатор прогресса // Техника – молодежи. 1986. № 2. С. 2–6.
26. Певзнер В. Ремиконт: регулирование становится микропроцессорным // Наука и жизнь. 1985. № 7. С. 70–78.
27. Фролов К. Машиностроение, техника, человек // Наука и жизнь. 1986. № 3. С. 3–8.
28. Марчук Г. Научный потенциал перестройки // Наука и жизнь. 1987. № 1. С. 2–8.
29. Кионжек В. Мечты и реалии (В поисках синтезатора – журналистское расследование темы) // Техника – молодежи. 1990. № 4. С. 12–13.
30. Алексеев В. Два сапога – не пара // Техника – молодежи. 1991. № 6. С. 36–37.
31. Лалаянц И. В веке двадцать первом // Техника – молодежи. 1991. № 7. С. 10–14.
32. Батурич Ю. Идеальные солдаты? // Техника – молодежи. 1989. № 1. С. 25–28.
33. Новости информатики // Наука и жизнь. 1990. № 12. С. 105.
34. Изобретающая машина // Наука и жизнь. 1991. № 8. С. 89.

# THE POTENTIAL OF COMPUTER TECHNOLOGY IN THE MEDIA SPACE OF POPULAR SCIENCE PERIODICALS OF THE PERESTROIKA PERIOD

*N. A. Pronin*

*Perm State University*

The article examines the representation of techno-optimism and techno-skepticism in Soviet mass magazines in relation to computing technology of the perestroika period, traces the dynamics of media images of attitudes to the development potential of computing technology in the period under study based on the materials of the publications «Science and Life» and «Technology of Youth» for 1985–1991.

Discourse analysis and content analysis are used as research methods. The focus of attention is the assessment of the development potential of Soviet computer technology; attitude to foreign computer technology; changes in the discourse of computer technology in mass journals; comparative rhetoric about foreign and domestic computer technology.

The following conclusions are substantiated: the Soviet media discourse of computer technology had several discursive planes that had a general dynamics of development in the period from 1985–1991; The general dynamics is characterized by a sharp surge of techno-optimism in the period from 1985–1987 and a subsequent decline in the period from 1987–1991.

**Keywords:** computer; perestroika; computer science; acceleration; techno-optimism; techno-skepticism; acceleration; soviet magazines.

## ЛОГОТИП И УПАКОВКА ТОВАРА КАК СИМВОЛ

*Д. Сулейманова*

*МАОУ «Средняя общеобразовательная школа №77  
с углубленным изучением английского языка», г. Перми*

В статье рассматривается роль архетипа в современной экономической культуре. Дано определение термину «архетип» и рассмотрены некоторые архетипические образы, которые используют популярные мировые бренды. Доказывается тезис о том, что верно выбранный архетип помогает увеличить продажи.

Также рассматривается важность символики упаковки товара и ее культурное значение для потребителя.

**Ключевые слова:** архетип, логотип, бренд, культура, экономическая культура.

Культурные знаки и символы используются во многих сферах общества, в том числе и экономической. Успех таких сильных компаний, таких как Nike или Apple во многом обусловлен правильным подходом к созданию яркого, запоминающегося логотипа, отражающего политику и направленность компании. Логотип является символом компании, ее узнаваемым символом на рынке. Логотип несет в своем содержании миссию и философию бренда.

Именно поэтому даже малоизвестные бренды тратят значительные суммы на создание своего уникального логотипа и разработку упаковки, чтобы довести их до совершенства.

Наше исследование проведено на пересечении двух наук – культурологии и экономики. Мы изучали логотипы и упаковку различных брендов с точки зрения их символики и архетипического значения. Для этого были определены следующие задачи исследования: изучить понятие «архетип»; рассмотреть архетипы в логотипах известных брендов; описать правила маркетинга, необходимые при создании продаваемой упаковки товара.



Согласно толкованию К. Г. Юнга, «архетип – это устойчивый образ, имеющий древнее происхождение, передаваемый из поколения в поколение» [1]. К. Г. Юнг считал, что «архетипы отражают структурные элементы человеческой психики как скрытые в коллективном бессознательном врожденные и универсальные формы человеческого воображения» [1]. Следовательно, архетипы отражают различные образы и символы, которые содержатся в сознании человека и дают возможность ему испытать те или иные чувства относительно объекта.

Архетип в маркетинге играет особо важную роль, так как именно он помогает создать впечатление у потребителей о товаре и помочь отличить один бренд от другого. Термин архетип в мир маркетинга впервые ввели Маргарет Марк и Кэрл Пирсон в начале 2000-х. В своей монографии «The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes» они описали 12 архетипов. Например, Nike и BMW – примеры компаний, чей бренд построен вокруг архетипа Героя. Компания Apple и ее слоган «Think different» представляет архетип Бунтаря. Indiana Jones, Jeep и «Спортмастер» – компании, которые относят себя к архетипу Искателя. Lego и Crayola являются яркими примерами архетипа Создателя впечатляющих возможностей для своих покупателей [2].

Также всем нам знакомы леденцы на палочке, которые были придуманы Энрике Бернатом и воплощены его компанией «Chupa Chups». Однако история успеха данных леденцов достаточно сложная. Конфеты не сразу удовлетворили запрос своих основных потребителей – детей, так как при поедании конфет руки детей становились липкими, а родителям это совсем не нравилось. Так появилась идея «надеть» леденец на палочку [2]. Но успех данного продукта заключался не только в его практичности, но и в том, какой архетип используется компанией. Исходя из рекламы и главных героев в ней, можно сделать вывод, что компания «Chupa Chups» использует архетип Шута. Образ вокруг конфеты на палочке создает атмосферу веселья, беззаботного детства, игривости и запрещает быть скучным. Яркие краски, используемые в логотипе, прекрасно подкрепляют их позицию по отношению к своей компании.

История возникновения данного логотипа также очень интересна. Сладкому продукту был необходим «вкусный» логотип, чтобы привлечь внимание потребителей и тогда на помощь призвали модного художника – Сальвадора Дали. Именно он создал всемирно известный логотип «Chupa Chups» и посоветовал разместить логотип на упаковке сверху, а не сбоку, чтобы он всегда был виден полностью. Более того, цвет логотипа, желто-красная цветовая гамма,

была намеком на цвет испанского флага, так как именно Испания является родиной леденца на палочке.

В качестве примера также рассмотрим бренд Nike, который занимается производством спортивных товаров. Ссылаясь на классификацию Маргарет Марк и Кэрол Пирсон, можно утверждать, что Nike основан на архетипе Героя, что подтверждает и название, которое означает имя богини Ники (в древнегреческой мифологии – богиня победы) и в слогане компании – «Just do it» («Просто сделай это») [3, с. 91]. Архетип отражается также и в логотипе бренда – динамичного движения вперед.

Также историю архетипа легендарной компании Mercedes, которая особенно ярко может продемонстрировать архетип Правителя. Логотип Mercedes – одна из самых узнаваемых эмблем в мире. Фирменный знак этой компании прост, элегантен и легко запоминается. Из-за того, что корпорация Daimler Motoren Gesellschaft являлась производителем не только автомобилей, но и двигателей для судов, на логотипе решили изобразить пропеллер самолета и авиационный прицел. Значение трех концов означало господство компании на суше, в воде и воздухе.

Таким образом, компания Mercedes заявила свой архетип не только в политике компании, которая гласит, что автомобиль должен предоставлять комфорт, безопасность и заряжать его владельца на успех, но и в логотипе.

Таким образом, архетип – это определенный символ, который узнается человеком на уровне подсознания. Можно утверждать, что каждая успешная компания является представителем какого-либо архетипа со свойственными именно ему чертами. Архетип не только характеризует цели и задачи компании, но и раскрывает смысл, заложенный в его логотип и упаковку. Благодаря архетипам каждый потребитель может найти бренд, который подходит именно ему на подсознательном уровне. Поэтому любой сильный бренд должен уметь создавать для потребителей психоэмоциональную привлекательность своего продукта, задействовать все органы чувств человека, использовать интересные мифологические сюжеты. В связи с этим, мировые и успешные бренды используют в своих логотипах легкоузнаваемые культурные символы.

На сегодняшний момент не только логотип товара, но его упаковка играют большую роль в экономике. Упаковка товара является очень важной составляющей при создании продукта, ведь именно она в первую очередь привлекает внимание покупателя. Упаковка является главным двигателем качественной рекламы. Чем качественнее является упаковка, тем выше шансы прорекламировать товар с наибольшей эффективностью. Маркетинг главной своей целью

ставит продвижение товара на рынке и увеличение продаж. Большинство маркетологов считают, что в современном мире главной функцией упаковки является умение продать товар без дополнительных инвестиций [4]. Но зачастую люди обращают свое внимание на упаковку и логотип товара, то есть на визуальные составляющие продукта. Исходя из этого, можно сказать, что люди способны купить товар, отталкиваясь лишь от его внешнего вида. Как мы знаем, упаковка товара может быть качественно составлена лишь в том случае, если она удовлетворяет определенным правилам.

Для выполнения маркетинговых функций, упаковка товара должна соблюдать данные правила: гарантировать сохранность содержимого, иметь читаемую и достоверную информацию о характеристиках продукта, включая инструкцию по применению, привлекать внимание, соответствовать имиджу бренда, быть функциональной, то есть выгодной для покупателя, иметь возможность утилизации или дальнейшего использования [5]. Эти правила оказывают значительное влияние на то, захочет ли потребитель купить товар и какое впечатление оставит у него упаковка продукта.

Упаковка товара должна выполнять такие функции как: формальные имиджевые функции, содержательные имиджевые функции, формальные сбытовые функции и содержательно сбытовые функции. Все они направлены на составление привлекательного образа товара для потребителя.

Рассмотрим каждую функцию в отдельности и выясним ее культурное значение.

Формально имиджевая функция – это функция, главной целью которой является создание индивидуальной упаковки. Она способна запомниться потребителю благодаря своей эксклюзивности и особенности. Использование каких-либо цветовых или дизайнерских решений, использование в упаковке элементов арт-объекта, может создать благоприятный образ товара, ведь он будет узнаваем. Так, например, парфюмерный бренд Zielinski & Rozen, который является сегодня популярным на рынке, славится своей стильной и необычной упаковкой, и демонстрирует именно формально имиджевую функцию. Упаковка продуктов этого бренда включает в себя индивидуальное цветовое решение и использование бумажной этикетки, на которой красивым почерком пишут название продукта. Таким образом, этот бренд невозможно спутать ни с одним другим парфюмерным брендом. Однако, важен не только визуальный вид продукта, но и его содержание.

Содержательная имиджевая функция позволяет производителю познакомить потребителя с информацией, которую несет в себе его продукт. Таким об-

разом, производитель создает вокруг товара дружелюбную атмосферу, которая дает покупателю представление о том, что производитель лично рассказывает ему о своем товаре и его качестве. С данной функцией прекрасно справляется бренд «Бабушка Агафья». Данный бренд прикрепляет на своей упаковке письмо от самой бабушки Агафьи, вымышленного представителя этого бренда, в котором та рассказывает о составе и эффективности товара, и так знакомит потребителя с продуктом формируя доверие к бренду.

Помимо визуальной индивидуальности и информационного содержания упаковки товара, в ней должна присутствовать некая польза, например, польза от того, что упаковка является многоразовой, позволяет хранить продукт после открытия и сохранять его качество. Этот принцип использует компания LUSH, предлагающая покупателям использовать упаковку повторно или сдать ее обратно в магазин. Это одновременно и дань культурной моде на экологичность и финансовая выгода для компании. Именно формальные сбытовые функции отвечают за создание привлекающей взгляд упаковки. Потребитель смотрит сначала на внешний вид продукта и затем на цену, и среди тысячи одинаковых наименований выделится лишь тот бренд и упаковка, которая будет представлять собой нечто особенное и выделяющееся среди других товаров. Именно поэтому важно предоставлять потребителю продукт, который упакован так, что его захочется открыть и рассмотреть со всех сторон, в том числе и внутри. Таким образом, упаковка будет одной из причин покупки товара. В пример можно привести бренд мармелада Haribo, которые отлично справляются с формально сбытовой функцией, ведь их упаковка мармелада отличается среди тысячи других тем, что она имеет прозрачное окошечко, которое показывает содержимое и тем самым дает возможность визуально посмотреть, оценить товар. Упаковка для пищевых продуктов с прозрачными вставками всегда внушает доверие, ведь бренд тем самым показывает, что ему нечего скрывать.

Важна не только красота упаковки, ее уникальность, важна и информативность. Содержательно сбытовые функции упаковки товара отвечают за данную работу. Эта функция несет в себе задачу отразить какую-либо информацию на упаковке, она может быть связана как с историческими фактами, так и с научной информацией. Это будет с выгодной стороны подчеркивать упаковку продукта и ее содержимое.

Таким образом, при создании продаваемой упаковки товара необходимо соблюдать правила, в которых отражаются вышеперечисленные функции. Все они создают первоначальный визуальный образ товара. Успех и популярность товара зависит от того, насколько качественно будут воплощены эти функции

маркетологами. А в основе этих функций лежат культурные символы. Визуальная часть упаковки и логотипа товара первоначально привлекает внимание потребителя и потребитель принимает решение, покупать продукт или найти более привлекательный аналог по той же цене. Исходя из этого, можно сказать, что продукт не может иметь успех на рынке без соблюдения маркетинговых правил и внедрения в упаковку товара определенных функций. А маркетинговые правила диктуются, в том числе, доминирующей культурой и модой.

### Библиографический список

1. Понятия и категории. Вспомогательный проект портала «Хронос». URL: <http://ponjatija.ru/taxonomy/term/1593> (дата обращения: 19.11.2020).
2. Информационный ресурс «Medium». URL: <https://medium.com/@brovchukeu> (дата обращения: 19.11.2020).
3. Габриелян Т.О. Роль архетипа в визуально-графической типологии бренда // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2016. №34. С. 88–94.
4. Интернет-ресурс «Active Traffic». URL: <https://www.activetraffic.ru/> (дата обращения: 10.02.2021).
5. Интернет-ресурс «Z&G. Branding». URL: [https://zg-brand.ru/upakovka/rol\\_upakovki\\_v\\_prodvizhenii\\_tovara](https://zg-brand.ru/upakovka/rol_upakovki_v_prodvizhenii_tovara) (дата обращения 11.02.2021).

## LOGO AND PRODUCT PACKAGING AS A SYMBOL

*D. Suleymanova*

*Secondary General Education School 77*

*with profound study of English, Perm*

The article examines the role of the archetype in modern economic culture. The term «archetype» is defined and some archetypal images used by popular global brands are considered. It proves the thesis that the right archetype helps to increase sales.

The importance of product packaging symbolism and its cultural significance for the consumer is also discussed.

**Keywords:** archetype, logo, brand, culture, economic culture.

## РАЗВИТИЕ ВОЛОНТЁРСТВА: ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

*М. М. Титова*

*Н. Н. Фокина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В данной статье авторы определили ключевые периоды становления волонтерства. Волонтерство и деятельность волонтерских организаций является приоритетным треком организации работы с молодежью, которые определены ФАДМ «Росмолодежь». Специалистам по организации работы с молодежью необходимо знать исторические аспекты зарождения и развития волонтерства.

**Ключевые слова:** волонтерство, добровольчество, милосердие, благотворительность, волонтерские организации

В современной России увеличивается популярность молодежных волонтерских организаций. Согласно информационно-аналитическому отчету от аналитического центра при Правительстве Российской Федерации показатели численности участников волонтерского движения в 2016–2019 годах растут. Количество участников волонтерских движений в 2016 году составило 1200 тыс. человек, а в 2019 уже 1800 тыс. человек. Заметный импульс в развитии волонтерского движения прослеживается в 2018 году, это связано с тем, что 2018 год был объявлен годом добровольца в соответствии с указом Президента Российской Федерации. О значимости волонтеров и волонтерских организациях свидетельствуют основы государственной молодежной политики на период до 2025 года. Одной из приоритетных задач государства является «формирование системы поддержки молодежной волонтерской деятельности». Это связано с тем, что государство нуждается в альтруистичных гражданах, имеющих активную жизненную позицию.

Волонтерство имеет богатую историю, его принципы появляются с началом человеческой цивилизации. Стоит воспользоваться накопленным опытом,

чтобы учесть проблемы, которые пришлось преодолеть. Приведём пример периодизации истории волонтерского движения, основанный на работе Е.А. Луговой «Феномен добровольчества в социокультурном пространстве России». Это позволит рассмотреть основные вехи становления данного движения и акцентировать внимание на удовлетворении потребностей волонтеров.

Итак, перечислим ключевые периоды становления волонтерства:

- ... – 988 г. – Благотворительность в славянских общинах;
- 988 г. – середина XVI в. – Христианство и добровольчество;
- Середина XVI в. – XIX в. – Секуляризация благотворительности;
- XIX в. – 1917 г. – Расцвет волонтерских обществ;
- 1917 г. – 1991 г. – Советское волонтерство;
- 1991 г. – наши дни – Новое начало.

Кратко охарактеризуем перечисленные ключевые периоды. И для начала рассмотрим основные понятия «благотворительность» и «милосердие», поскольку именно они, по нашему мнению, являются фундаментом любой волонтерской деятельности. Из словаря С.И. Ожегова: «благотворительный – о действиях, поступках: безвозмездный и направленный на общественную пользу» [1, с. 51], «милосердие – готовность помочь кому-н. или простить кого-н. из сострадания, человеколюбия» [1, с. 344]. В частности, занятие благотворительностью и проявление милосердия – схожие понятия.

Благотворительность в славянских общинах. Действительно, ещё в период формирования человеческого общества появилась концепция человеколюбия и альтруизма. Милосердие стало одной из важных этических норм. Оказывая посильную помощь, люди получают положительные эмоции, чувствуют себя нужными. Славянские языческие общины не стали исключением, люди в них часто проявляли милосердие, помогали слабым. Такое распространение благотворительности на Руси некоторые историки связывают с обычаями древних славян, в частности с родом деятельности – скотоводством, земледелием. Они утверждают, что так сформировался открытый, миролюбивый характер. Институт волонтерства не был сформирован, каждый человек помогал по своим возможностям.

Христианство и добровольчество. Как уже мы упоминали выше, к 988 году на Руси была распространена идея благотворительности. С появлением христианства, эта идея лишь усилилась. Особенности христианства, в частности православные заветы о помощи «всякому нищему и убогому» и притчи («Благотворительная душа будет насыщена, и кто напоет (других), тот и сам напоён будет» (Притчи 11:25). «Благотворящий бедному даёт взаймы Господу, и Он

воздаст ему за благодеяние его» (Притчи 19:17) отозвались в душах многих людей. Это стало толчком к дальнейшему будущему развитию волонтерства.

Впрочем, в данный временной период благотворительность не носила массовый характер, ей занимались преимущественно цари и их родственники. Благотворительность проявлялась в раздаче милостыни, еды и одежды для неимущих. Например, Ростислав, сын Владимира Мономаха, отдал всё своё имущество нуждающимся. Государство принимало некоторое участие в развитии благотворительности, но в данный период церковь и христианство обладали большим влиянием: возникли первые системы церковно-монастырского призрения. В принятом в 996 г. Церковном уставе было указано, что забота о призрении о нищих и болеющих ложилась на церковь. Ресурсы церкви уже пополнялись с помощью доходов от монастырей и милостыней, тогда ввелась и церковная десятина. С имеющимися средствами для помощи нуждающимся в монастырях началось кормление нищих, особенно важное в период войн и неурожая. В лечебницах призревались калеки и бедные. Создавались приюты для бездомных, школы для бедных. К концу данного периода распространенность религии и проповедническая деятельность церкви способствовали закреплению идеи благотворительности в жизни людей.

Секуляризация благотворительности. В начале данного периода продолжали функционировать имеющаяся система призрения, но происходил упадок нравственности в церковных кругах, в стране снова распространялось нищенство, а работы по её устранению не были эффективными. Чтобы исправить это, был принят Стоглавый Собор – появились планы на создание государственного призрения. Предполагалось увеличение финансирования монастырей, воздвижение богаделен. Призрение планировалось включить в задачи государственного управления, но реализовано это было значительно позже.

Петр I принимает меры к государственному урегулированию нищенства и благотворительности: при Петре I строятся больницы, богадельни, приюты. Начинают возникать особые методы работы с нищими – разделение по нуждам. К этому периоду славянский менталитет и религия способствовали желанию людей заниматься волонтерством, но в основном благотворительность оставалась на уровне знакомых, прохожих на улице и милостыни в церкви. Необходимо было организовать людей для более эффективного развития волонтерства. В связи с неудачами церкви, государство начинает принимать меры по поддержке благотворительности. Итак, в этом периоде секуляризация оказалась необходима и стала еще одним мощным толчком к развитию.



Расцвет волонтерских обществ. В XIX веке продолжается планомерное развитие благотворительности. При Марии Федоровне появляется «сестринское дело», создаются общественные приюты и новые формы добровольчества. При Трубецкой открывается совет детских приютов и «дамское попечительство о бедных», что повлекло за собой открытие множества других добровольческих обществ. Благодаря Александру I начинает работать Императорское человеколюбивое общество, которое основывалось на базе Благодетельного общества и Попечительного комитета о бедных. Их главной задачей было оказание помощи нуждающимся [2]. Через несколько лет после открытия человеколюбивого общества был организован Комитет по учёной части, отвечающий за рассмотрение проектов, посвящённых благотворительной деятельности, а также установлению связей между отечественными и зарубежными обществами. Некоторое время у данного общества выпускался журнал с информацией о пожертвованиях и медицинскими советами. Общество функционировало за счёт средств императора и пожертвований таких князей как: С.М. Голицын, П.И. Одоевский, С.Г. Иванов. С течением времени Императорское человеколюбивое общество становится ключевым звеном в системе общественной благотворительности России. Благодаря этому его отделения открываются более чем в шести городах. Однако Человеколюбивое общество было не единственной организацией, направленной на помощь нуждающимся, благотворительную деятельность также осуществляли и частные общественные организации. Согласно отчёту Министерства внутренних дел, в 1840-е существовало 22 организации на территории нашей страны [5]. К началу XX века в России насчитывалось более 14 тысяч благотворительных обществ. И только в этом периоде начинает использоваться слово «волонтер». Следует упомянуть, что слово «волонтер» является заимствованным французским словом. Сначала волонтером считали лицо, добровольно поступившее на военную службу в некоторых европейских странах [3]. И лишь в XX веке волонтерство стало приобретать черты всеобщего социального феномена. Понятие «волонтер» приобрело новое значение. В настоящий момент «волонтер – тот, кто добровольно принимает участие в каком-либо деле» [4]. Тогда же начали возникать молодёжные волонтерские движения. Всё потому, что только в XX веке молодёжь начали воспринимать как социально-демографическую группу. Существенное влияние на формирование определённого статуса в обществе у молодёжи оказали коллективные бойкоты, неподчинение распоряжениям учебного начальства, коллективные забастовки. Все эти события произошли в конце XIX века по причине принятия университетского устава 1884 года. С этого момента государство начинает со-

здавать институты, направленные на работу с молодёжью. В 1914 году в Петрограде создаётся общество «Русский скаут». Государство создало общество для своеобразного воспитания молодёжи. «Русский скаут» воспитывал чувство патриотизма, позволял молодёжи самоутвердиться и почувствовать свою значимость с помощью добрых дел. Кроме того, молодые скауты осуществляли роль разведчиков, что было особенно актуально во времена Первой Мировой войны. К концу 1916 года скаутское движение насчитывало более 50000 человек [5]. Происходит расцвет волонтерства, оно помогает людям переживать кризисы и другие социальные проблемы.

Советское волонтерство. После октября 1917 года волонтерская деятельность обретает несколько иной характер. В этот момент произошла смена власти. Отныне волонтерские организации должны были соответствовать идеологии нового правительства. В Большой Советской Энциклопедии было указано, что благотворительность – «явление, свойственное лишь классовому обществу». Зачастую добровольчество стало носить добровольно-принудительный характер. Во время коммунистического строя в нашей стране зародилась целая система движений, соответствующих требованиям новой власти. Начальная ступень – октябрята. В их ряды могли вступить ученики начальных классов. В возрасте от девяти до четырнадцати лет можно было стать членом пионерской организации. С четырнадцати лет ребята становились комсомольцами. Все эти движения удовлетворяли требованиям новой власти и поддерживали установившуюся идеологию. В 1941 году начинает существовать Тимуровское движение. Следует сразу отметить, что отождествление понятий «тимуровец» и «пионер» является ошибочным, поскольку это два совершенно разных движения [6]. Тимуровское движение осуществляло свою работу по инициативе самих ребят, а пионеры действовали на основании директив «сверху». Многие ребята даже уходили из пионерской организации и вступали в отряд тимуровцев. Команда инициативных ребят во время Великой Отечественной войны ухаживала за семьями фронтовиков, осуществляли контроль за состоянием дорог, дежурили в госпиталях. С каждым годом количество участников движения возрастало.

Следует отметить, что образ волонтерской деятельности за времена существования СССР слегка изменился. Добровольчество в привычном для нас понимании практически перестало существовать. Единственными стабильно работающими организациями были пионерская и комсомольская организации. Государство не только не способствовало развитию волонтерского движения, оно загнало его в стагнацию. В данный временной промежуток не было речи о

государственной поддержке волонтеров и волонтерских организаций, поскольку безвозмездная деятельность носила обязательный характер.

Новое начало. После развала СССР волонтерскому движению нужно снова пройти стадию формирования. Много времени было потеряно, развитие откатилось назад, но кризис социального обеспечения способствовал быстрому созданию большого количества добровольческих организаций. Государство не обладало ресурсами для восстановления волонтерской деятельности до дореволюционного уровня, но сформированный в прошлых периодах русский менталитет позволил людям сыграть большую роль в становлении волонтерства. Также, благодаря глобализации получилось перенять опыт стран Европы и США. Дальнейшее развитие происходит и в наше время.

Итак, на Руси с самого начала формирования общества были все условия для быстрого развития волонтерского движения и до 1917 года (учитывая благотворительность) прогресс действительно был отличным. Государство, церковь и сам народ играли большую роль в развитии благотворительности. Однако в 1917–1991 гг. произошла стагнация волонтерства и поэтому сейчас, опираясь на опыт зарубежных стран, в России заново возрождается добровольческое движение. Современное развитие волонтерства характеризуется улучшением нормативно-правовой базы, увеличением количество молодежных волонтерских организаций и волонтеров, но ещё многое предстоит усовершенствовать.

### **Библиографический список**

1. Словарь русского языка: Ок. 60 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов. Под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова. 25-е изд., испр. и доп. М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2006. 976 с.
2. Егорышева И.В., Гончарова С.Г. К 200-летию Императорского Человеческого общества (1816) // Здравоохранение РФ. 2016. №6. С. 325–328.
3. Царапина Т.П. Развитие волонтерства в молодежной среде. Монография. М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Перм. гос. техн. ун-т». Пермь: Изд-во Пермского государственного технического университета, 2011. 171 с.
4. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006. 1168 с.
5. Логинов С.П. О социокультурных и политических факторах возникновения скаутских организаций в России // *Magistra Vitae*: электронный журнал по историческим наукам и археологии. 2007. №11 (89). С. 122–126. [Электронный

ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sotsiokulturnyh-i-politicheskikh-faktorah-vozniknoveniya-skautskih-organizatsiy-v-rossii-1> (Дата обращения: 04.02.2022).

6. Балакирев А.Н. Тимуровцы: маленькие волонтеры Великой войны // Вестник БГУ. 2015. №7. С. 19–23.

## **DEVELOPMENT OF VOLUNTEERING: HISTORICAL ASPECTS**

*M. M. Titova*

*N. N. Fokina*

*Perm State University*

In this article, the authors have defined the key periods of the formation of volunteering. Volunteering and the activities of volunteer organizations are a priority track for organizing work with youth, which are defined by the FADM «Rosmolodezh». Specialists in the organization of work with youth need to know the historical aspects of the origin and development of volunteering.

**Keywords:** volunteering (volunteerism), mercy, charity, volunteer organizations.

## ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*М. С. Хлюпина*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В статье представлены результаты анализа полевого материала, целью которого является выявление особенностей гендерного аспекта в самопрезентации в социальных сетях. Было проведено сопоставление результатов не включенного наблюдения аккаунтов и фрагментов серии некоторых интервью с авторами цифрового контента. Интервью является важной составляющей этого исследования, так как позволяет выявить личностные мотивы при построении своего образа самопрезентации в социальных сетях и роли гендера в ней.

**Ключевые слова:** гендер, самопрезентация, молодежь, наблюдение, интервью.

Самопрезентация в сети является для многих не менее значимой частью нашей жизни, чем самопрезентация в реальной жизни. Пользователи социальных сетей обладают большими возможностями, чтобы сконструировать определенное представление о себе в глазах окружающих: фотографии со своим изображением, посты, комментарии, поиск друзей, создание групп и т.д. Пользователи абсолютно осознанно выбирают, какую фотографию разместить в качестве аватара аккаунта, именно эта фотография является первым шагом создания виртуальной самопрезентации [1, с. 5]. Сам термин «самопрезентация» означает процесс управления индивидом производимым впечатлением с целью контролирования поведения других людей и их ответной реакции [2, с. 54].

Конструирование социально-нормативного субъекта связано с нормами и стереотипами, которые репрезентируются с помощью внешних знаков и показателей (коррелятов) – одежда, прическа, украшения, особое поведение [3, с. 99].

Эти корреляты особенно просматриваемы в процессе визуальной самопрезентации, а также в социальных сетях, нацеленных на нее.

Молодёжь наиболее мобильная социальная группа в смысле процесса усвоения новых социальных ценностей и норм (в том числе и гендерных) технических средств (Интернет). Также она является наиболее многочисленной аудиторией – 71% пользователей в возрасте до 35.

В качестве методологической базы исследования были использованы следующие методы: не включенное наблюдение в сети, применение семиотического анализа, интервьюирование. Материалом выступают 35 женских и 35 мужских аккаунтов без привязки к определенному городу. Было взято 9 интервью – 4 мужских и 5 женских.

По отношению к выстраиванию определенного образа в социальных сетях с помощью одежды и аксессуаров у мужчин и женщин в выборке (на основании наблюдений и интервью) существуют как отличия, так и сходства. Прослеживается тенденция внимания к разным стилям одежды. В аккаунте девушек заметно тяготение к такой тенденции моды, как «кэжуал», который предполагает неформальность, но допускает гендерные различия в одежде, посредством присутствия украшений и кружев, но не является вычурным.

Также популярным стилем является «нормкор», который можно обозначить как «унисекс». Его характерными чертами является полное отсутствие юбок, платьев, украшений, обилие бесформенных, гендерно нейтральных толстовок и футболок. Преимущество данных стилей не только в их актуальности, но и в удобстве. Меньшинство респонденток (2 из 5) отметили, что не подбирают особый стиль одежды для фото и ценят удобство и простоту, которыми как раз и отличается «нормкор»: «Стиль одежды тоже не подбираю, предпочитаю, чтобы было просто удобно, обычные свободные футболки, кеды, джинсы...» (Интервью №4, жен., 21 год) [4].

Такая же тенденция «безразличия» и нацеленность на удобство, присутствует у всех опрошенных молодых людей. Однако в отличие от девушек, отмечают, что обозначают свой стиль как спортивный, хоть и не заморачиваются над подбором одежды: «Хорошо, когда луки не повторяются, когда цвета сочетаются, стиль предпочитаю спортивный, но не заморачиваюсь над этим, главное, чтобы удобно было...» (Интервью №5, муж., 22 года) [5]. Другой респондент: «Фоткаюсь я в повседневной одежде, в которой хожу и в обычной жизни, наверное, можно сказать, со спортивными элементами... Люблю черный цвет, поэтому одежда часто такого цвета...» (Интервью №7, муж., 22 года) [6].

Из 35 проанализированных аккаунтов только в двух был представлен исключительно женственный стиль одежды (приталенные юбки и платья). Остальные предпочитали смешивание разных стилей.

Было отмечено, что во многом стиль на фото определяется настроением: «Иногда это классический стиль, иногда «кэжуал», иногда романтический, все зависит от настроения». Либо это зависит от формата и выкладывания контента: «Для Reels я стараюсь более ярко накраситься, подобрать стильные, модные джинсы, топики, ну что сейчас молодежь носит...а для фото лучше идут платья, это более элегантно» (Интервью №6, жен., 25 лет) [7].

Стоит отметить, что Reels – новый формат контента. Это короткие видео с музыкой и различными эффектами. Они отображаются в своей отдельной ленте. Также при анализе ленты мной было выявлено, что одежда один из важных инструментов для создания общего стиля для аккаунта. Цвет – это сильный дизайнерский инструмент. Гармоничная цветовая палитра всех объектов на фотографии – одна из важнейших составляющих успешного продвижения в социальных сетях. Респондентка подтверждает: «...именно цветовая гамма играет важную роль, я не могу надеть какую-то я ярко-желтую футболку или ярко-зеленую, мне нужно вот именно ещё ориентироваться на цвета». Также одежда внимательно подбирается, если человек хочет соответствовать определенному образу, который он разработал для своего аккаунта: «...Раньше я подбирала под единую концепцию, единый визуал, под мой образ в блоге: деловая леди и стиль мой в одежде был классический» (Интервью №2, жен., 23 года) [8].

К оформлению ленты и «сторис» существует тенденция внимательного и тщательного оформления у юношей и девушек. Стоит отметить, что формат «Stories» – это один из способов фиксации себя и своей деятельности в социальных сетях, а также коммуникации пользователей и подписчиков. Пользователь может выкладывать них не только фото, но и видео того, что он делает, а также видео-ответы для своей аудитории. Данный вид коммуникации, присутствует сегодня в большом количестве социальных сетей. По наблюдениям и интервью можно сказать, что исследуемые обоих полов стремятся запечатлеть в сторис в большей степени свой лайфстайл. Слово Lifestyle переводится как – образ жизни. Именно поэтому фотографии и видео в таком жанре, как правило, отражают жизнь в естественной среде с искренними эмоциями и без постановки и позирования. Респондент отмечает: «Сторис – это обычно мой лайфстайл, ну, что я делаю, допустим...» (Интервью №8, муж., 22 года) [9]. Также сторис могут быть способ запечатления информации, которая лучше воспринимается в динамичной подаче, а посты в ленте – это скорее результат. Респондентка (ви-

зажист): «В сторис я рассказываю какие-то страхи и боли клиентов, объясняю с каких продуктов я могу это нейтрализовать, а в посте я представляю оконченную продающую конструкцию – что это стоит столько то, выглядит так-то...» (Интервью №2, жен., 23 года) [8].

Возвращаясь к оформлению, нужно сказать, что, если за основу выбирается определенный цвет, то он будет доминирующим в аккаунте. Он является неотъемлемой частью «визуала». «Визуал» – это общий вид аккаунта: цвета, изображения, их сочетания и раскладка, подача и стиль. Это «одежка», по которой встречают, то есть оценивают профиль. Часто встречаются светлые, бежевые и кремовые оттенки. Эти цвета создают ощущение спокойствия, гармонии. С психологической точки зрения это мягкие оттенки, при взгляде на которые человек чувствует расслабление, умиротворение и душевное спокойствие. Респондентка отмечает: «Еще важно, чтобы они были в одной цветовой гамме. Цвета...нейтральные такие, естественные цвета, типа пастели» (Интервью №4, жен., 21 год) [10]. Значение также имеют текущие модные тенденции, которые влияют на оформление визуальной составляющей аккаунтов пользователей. Темные темы, черно-белые фото или фото в темных тонах становятся все более популярны в социальных сетях: «Мои основные цвета – это черный, золотой и бежевый. Такой дарк-минимализм. Такое течение, в котором у меня профиль расставлен и создан – оно называется дарк-минимализм, то есть черный минимализм. У меня либо черный с бежевым цвета и чуть-чуть белого и черно-белые снимки» (Интервью №1, жен., 23 года) [11]. Подбор достойной визуальной картинки также важен и для юношей: «Ну у меня сначала был темный «визуал», я сделал его в Питере, там есть такая площадка «Красные казармы» называется, первый «визуал» мне сделали там, второй «визуал» мне тоже сделали там, а нынешний... третий уже в Перми, но он уже более светлый» (Интервью №8, муж., 22 года) [12].

Такой цвет, как розовый редко используется для единой цветовой гаммы, хоть и имеет культурно обусловленное выраженное гендерное значение. Только одна из респонденток отметила пристрастие к этому цвету: «В сторис и ленте я предпочитаю использовать розовый цвет». У мужской выборки не встречается оформление в таком цвете.

Также не только цвет играет роль при оформлении аккаунта. Важную роль для девушек и юношей играет гармоничное сочетание планов и композиций в фото и видео. Девушки отмечают: «Если я публикую фото, то я стараюсь использовать один фильтр... чтобы крупный план, потом более низкий план,



смотрю, чтобы фото по этому принципу сочетались» (Интервью №6, жен., 25 лет) [3].

Другая девушка отмечает: «Люблю оформление в нежных цветах, также смотрю, как картинки гармонично сочетаются, чередую планы, смотрю, чтобы они чередовались». Юноша отмечает: «Те, кто меня снимает, я им всем подробно рассказываю, что и как должно быть: какой момент должен быть снят, в движении или без, где он должен стоять, как стоять, как передвигаться, каким планом должно быть снято...» (Интервью №5, муж., 22 года) [14].

Локации в фото, как правило, имеют значение. Это отметили все респонденты. Эстетическую привлекательность места отметили все респонденты (кроме одного юноши). Юноши и девушки стараются сделать фото в красивых местах. Популярны архитектурные постройки исторического значения, либо современные городские. Природа и архитектура одни из главных локаций, выбираемая в социальных сетях. Они традиционно имеют эстетическое значение для человека. Исследуемые, как правило, предпочитают их как локацию для фона. И воспринимается не только как фон, но и как самостоятельная единица контента. Респондентка отмечает: «Особенно люблю делать фото деревьев, фотографирую их даже в одиночку, без себя, хочу запечатлеть их красоту. Если говорить не о природе, то люблю еще делать фото в каких-нибудь кафе, но чаще это, конечно, природа... набережная, парк...» (Интервью №4, жен., 21 год) [15]. Другая респондентка отмечает: «Архитектура, природа, кофейни, кафе, улицы, что-то на улице, если интересно, там какие-то, арт-объекты например...» (Интервью №3, жен., 24 года) [16].

Также популярны места в закрытом пространстве. Респондент отмечает: «Меня вдохновляют фото с красивой локацией... Чаще всего эти места в городе в каком-то месте и на природе... набережная, кафешки и прочее. Просто красивые места в городском пространстве. Люблю красивые фото с путешествий еще» (Интервью №7, муж., 22 года) [17].

Встречающаяся в аккаунтах тенденция эстетики вещей встречается и у девушек, и у юношей. У женской аудитории можно отследить стремление к приданию эстетического значения косметическим продуктам (баночки с декоративной и уходовой косметикой) и украшениям (часики, колье и т.д.), цветы. Респондентка: «Также я фотографирую косметику, флаконы духов, помады... не только, потому что хочу продемонстрировать обладание этими вещами, а потому что это красиво» (Интервью №2, жен., 23 года) [18]. Другая респондентка отмечает, что такие фото также демонстрация определенного статуса: «Конеч-

но, основными сюжетами у меня выступают духи, флаконы с духами. Я их фотографирую, потому что мне нравится дизайн самих духов, их упаковка. Во-вторых, мне нравится то, что они брендовые. Я, конечно же, люблю поделиться своими супер-дорогими покупками...» (Интервью №1, жен., 23 года) [19].

Эстетика вещей у мужской аудитории чаще встречается в отношении таких предметов одежды, как обувь, преимущественно кроссовки (классика мужской спортивной моды) и автомобили (традиционный мужской способ подчеркивания социального статуса). Эти фотографии отличаются эстетичностью исполнения и желанием продемонстрировать элитный бренд, представленных объектов.

Демонстрация увлечения спортом в большей степени характерны так же для мужской аудитории: «Да, я люблю спорт. Баскетбол особенно, этой мой интерес, мое хобби. Часто в него играю, но уже не выступаю где-то, просто для себя. И если играю, то стараюсь запечатлеть себя за этим делом». Другой респондент: «Я выкладываю только трюки на скейте, могу это назвать моим хобби и увлечением» (Интервью №5, муж., 22 года) [20].

У девушек увлечения в большей степени сосредоточены на посещении культурно-значимых мест, выставок. У обоих есть стремление продемонстрировать свой досуг, а именно путешествия. Девушка отмечает: «сходила там, на выставку, конечно же, у меня появится пост, о том, что такая-то выставка открылась и вот на ней, конечно же, красивые мы. Точно так же ну с выставками, с какими-то путешествиями». Молодой человек отмечает: «Ну и путешествия еще. Это тоже как интерес» (Интервью №7, муж., 22 года) [21].

Таким образом, можно сказать, что тенденции в конструировании своего образа в социальных сетях не имеет ярко выраженных гендерных различий, но, тем не менее, есть отличия в некоторых моментах. Прежде всего, это касается одежды, которая издавна является основным маркером гендерной принадлежности во внешнем виде. Несмотря на то, что среди респондентов и авторов, проанализированных аккаунтов, наблюдается некая приверженность к гендерным различиям в одежде: склонность к спортивному стилю у юношей и склонность к элегантности у девушек, наблюдаются также тяга к стилям, имеющим «гендерно-нейтральное значение», что находит свое выражение в любви молодежи к таким актуальным тенденциям моды, как «унисекс» и «нормкор», в которых нет деления костюма по половому признаку. Также есть различия в демонстрируемых увлечениях и хобби: демонстрация увлечением спортом и в большей степени характерна юношам, а хобби, имеющие более созерцательный

и статичный характер. Разница есть и в придании определенного эстетического значения, некоторым фотографируемым объектам (цветы, украшения, косметика – автомобили, предметы спортивного обихода). Тщательность в оформлении «визуала» аккаунта зависит в большей степени от заинтересованности человека в его развитии и продвижении. Цвет оформления – является результатом индивидуальных предпочтений. В выборе локаций у юношей и девушек присутствуют схожие представления, вызванные устоявшимися представлениями о том, что красивые фотографии должны быть сделаны в красивых местах (виды природы и архитектурные постройки).

Также нужно сказать, что, несмотря на стереотипное представление о том, что большую часть аудитории социальных сетей составляют женщины, на данный момент идет тенденция большего вовлечения мужчин в сеть. Данные за 2020 год говорят о том, что 56,3% пользователей соцсетей в мире – женщины, а 43,7% – мужчины. Однако самая новая статистика за февраль 2022 года дает немного другие данные – 51,6 % мужчин и 48,4% женщин. Можно сказать, что идет тенденция гендерного уравнивания в аудитории соцсетей. За годы своего существования эта социальная сеть стала одной самых популярных и актуальных в мире, что делает ее привлекательной для пользователей глобальной сети обоих полов.

### **Библиографический список**

1. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. Пер. с англ, и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц Кучково поле, 2000. 304 с.
2. Карпова М. К., Моница М. А. Социальные сети как особый канал самопрезентации индивида // Журнал Наука. Общество. Государство. 2018 г. С. 1–10.
3. Яковлева М. В. Мода в гендерной идентичности молодежи цифровой эпохи // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. Номер: 1 (38), 2019 г. С. 99–102.
4. (Интервью №4, женщина, 21 год, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
5. (Интервью №5, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
6. (Интервью №7, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.

7. (Интервью №6, женщина, 25 лет, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
8. (Интервью №2, женщина, 23 года, июнь, 2021 г.) // Личный архив автора.
9. (Интервью №8, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
10. (Интервью №4, женщина, 21 год, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
11. (Интервью №1, женщина, 23 года, июнь, 2021 г.) // Личный архив автора.
12. (Интервью №8, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
13. (Интервью №6, женщина, 25 лет, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
14. (Интервью №5, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
15. (Интервью №4, женщина, 21 год, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
16. (Интервью №3, женщина, 24 года, июнь, 2021 г.) // Личный архив автора.
17. (Интервью №7, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
18. (Интервью №2, женщина, 23 года, июнь, 2021 г.) // Личный архив автора.
19. (Интервью №1, женщина, 23 года, июнь, 2021 г.) // Личный архив автора.
20. (Интервью №5, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.
21. (Интервью №7, мужчина, 22 года, февраль, 2022 г.) // Личный архив автора.

## **GENDER FEATURES OF SELF-PRESENTATION YOUTH IN SOCIAL NETWORKS**

*M. S. Khlyupina*

*Perm State University*

The article presents the results of the analysis of field material, the purpose of which is to identify the features of the gender aspect in self-presentation in social networks. A comparison was made of the results of non-enabled monitoring of accounts and fragments of a series of some inter-views with the authors of digital content. The interview is an important component of this study, as it allows you to identify personal motives when building your self-presentation image in social networks and the role of the gen-der in it.

**Keywords:** gender, self-presentation, youth, observation, interview.

## СТАНОВЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО YOUTUBE И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЁЖИ

*Е. А. Чернявская*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»*

В данной статье мы выявили причины популярности среди молодых поколений платформы YouTube, разобрали особенности самого видео-хостинга, рассмотрели понятие «видеоблогинг». YouTube для молодежи стал функциональной альтернативой ТВ, поскольку смог в большей мере удовлетворить их потребности, а также потому, что на определённом этапе развития видео-платформы телевизионные профессионалы сменили место деятельности на интернет-пространство. По этой причине данная платформа интересна для изучения с позиции организатора работы с молодежью.

**Ключевые слова:** YouTube, видеоблогинг, видеохостинг, телевидение, ТВ, работа с молодежью, молодежь, интернет, система ценностей, российский медиаландшафт.

С приходом в нашу жизнь информационных технологий нового масштаба процесс медиапотребления вышел на следующий уровень. А аудитория полностью переключила своё внимание на новые форматы получения информации. В частности, потребление информации через видео сегодня происходит не только с помощью телевидения, как было еще 20 лет назад, но и с помощью интернета. Согласно исследованиям медиа-технологов, изучающих динамику потребления контента на ТВ и в сети Интернет разными возрастными категориями в условиях кардинальных изменений российского медиаландшафта, за последние десять лет медиасреда вышла на уровень массового использования новейших коммуникационных технологий, основу которых составляют высокоскоростной мобильный Интернет и его разнообразные приложения. Согласно данным, полученным в результате соцопросов, среднесуточное время исполь-

зования Интернета в молодёжных группах неизменно растёт, в то время как потребление ТВ имеет тенденцию к снижению [1]. Согласно концепции медиазамещения Интернет для молодого зрителя стал функциональной альтернативой ТВ, поскольку смог в большей мере удовлетворить потребности аудитории и получил более активное развитие на базе новых технологических возможностей. Своё место в исследованиях нашла и концепция полезности и удовлетворения потребностей, согласно которой удовлетворение потребностей посредством медиа предопределяется содержанием мотивов обращения к ним и функциональными возможностями медиа [2].

По данным отраслевого доклада Роспечати за 2019 год, для российской молодёжи основным источником новостей и развлекательного контента стала платформа YouTube [3]. Несмотря на то, что сайт появился недавно – в 2005 году, а на территории России в 2007, он активно продолжает набирать аудиторию по сей день и является самым популярным хостингом для просмотра видео в мире [4]. Каждый месяц на YouTube заходят почти два миллиарда пользователей, среди которых основная часть – молодёжь в возрасте от 18 до 34 лет [5]. Видео удовлетворяет всем требованиям молодых поколений: быстрота получения информации, наглядность, разнообразие.

Набирать и удерживать аудиторию на видео-хостинге позволяют видеоблогеры, которые и создают контент. Данное явление ещё более молодое, чем сама платформа, поскольку появилось и выросло до колоссальных масштабов оно именно на ней. Видеоблогинг не имеет общего универсального определения и характеристик, поскольку изучение его началось недавно. Эксперты в области цифровых коммуникаций дали определение видеоблогингу как видеоконтенту, производимому конкретным человеком или группой людей на регулярной основе с целью заработка и увеличения аудитории [6].

Популярность видео-хостинга YouTube напрямую связана с тем, какие возможности он предоставляет, и какие преимущества имеет в сравнении со своим главным конкурентом – телевидением. Одна из причин популярности платформы среди молодёжи – большой выбор устройств, с которого можно смотреть видео: компьютер, планшет, телефон, телевизор; в любое удобное время в любом месте. Современная молодёжь более мобильна и многозадачна, а потому может совмещать просмотр с другими действиями – поездкой в транспорте, принятием пищи, бытовыми делами и др. Видеохостинг имеет ещё одно преимущество – возможность осознанного потребления контента, а также его персонализация. Пользователь не привязан к «программе передач», как с

телевидением, а потому может подобрать видеоролик под своё настроение и количество свободного времени.

Кроме того, существуют функции остановки и перемотки контента. Это даёт возможность более внимательно посмотреть видео, переосмыслить его, вернуться на нужный момент [7]. Videоблог как формат в российском обществе оказался очень гибким в правовых и этических рамках, а потому смог постоянно транслировать контент по темам, которые отсутствуют или мало представлены в повестке традиционных СМИ.

Тесное взаимодействие между автором и зрителем – ещё одна причина популярности платформы. После публикации своего видеоматериала автор имеет возможность получить моментальную реакцию от зрителей – в комментариях. Это позволяет ему понять, в каком направлении стоит развивать свой канал, чтобы в большей степени удовлетворять потребности зрителя и совершенствовать свой контент. В данном случае выигрывают все: автор повышает уровень контента, как следствие, свою узнаваемость и доход. Зрители же получают контент лучшего качества, лично участвуя в прогрессе, чувствуют свою значимость, оставляя комментарии с критикой или похвалой, ощущают более близкую связь с автором YouTube канала.

Российский сегмент YouTube начал развиваться ближе к началу 2010-х годов. Для первых зрителей на тот момент это была площадка свободы без цензуры и жёстких запретов. Первыми видеоблогерами были обычные школьники старших классов и студенты, которые нашли своё самовыражение на данной платформе. На тот момент YouTube считался новым и совершенно реальным социальным лифтом, который мог позволить обычным подросткам иметь свой заработок и профессиональный рост. Несколько лет большой популярностью пользовался развлекательный формат видео – скетчи, обзоры на смешные ролики, влоги. Тогда же было распространено восприятие видеоблогера как близкого друга, который, разговаривая с камерой, будто делится с близкими людьми своими мыслями, историями, показывает свою жизнь. Новые пользователи приходили на площадку за искренностью и честностью, которую не могли получить в других медиа, и росли вместе с профессиональным ростом видеоблогеров.

Однако подобные взаимоотношения «автор-зритель» быстро закончились, когда на платформу начали приходить большие компании, предлагающие блогерам зарабатывать на рекламе. Маркетологи рассчитывали на эффективную работу с целевой аудиторией молодёжи, которая всё больше времени посвяща-



ла просмотру видео. С ростом бюджетов и количества зрителей на YouTube пришли и профессионалы с телевидения, имеющие опыт работы с аудиторией и понимающие принципы создания качественного контента, который мог бы вызывать у этой аудитории интерес. Они начали делать серьёзные работы, выведя российский видеоблогинг на совершенно новый уровень [8].

На сегодняшний день наиболее активно видеохостингом в России пользуются люди 25–34 лет. Тем не менее, среди младшей части молодёжи 85% смотрят контент на YouTube, а за последние пять лет среднее время, которое подростки тратят на просмотр роликов увеличилось в два раза [9]. Согласно исследованиям, проводимых в 2018 году Google, которому принадлежит YouTube, юные зрители предпочитают получать информацию в видео формате [10]. Это связано с тем, что с самого детства им привычнее «смотреть», чем «читать» или «слушать», поскольку всю жизнь их сопровождают технологии с приоритетом визуального потребления информации.

Более младшие пользователи площадки предпочитают развлекательные форматы, призванные подарить зрителю позитивные эмоции. На это указывает опубликованное исследование, в котором выявлены самые популярные русскоязычные каналы на платформе [11]. Согласно индексу влияния социального медиа, которое было основным критерием исследования, 17 из 20 каналов, попавших в ТОП, являются развлекательными и направлены на аудиторию до 16 лет. В то время, как остальные три имеют социально-политическую направленность и ориентируются на более старшего зрителя. Это показательно для характеристики интересов старшей молодёжи, которая предпочитает контент, сделанный на профессиональном уровне и, как правило, с альтернативной точкой зрения, нежели той, которую представляет телевидение.

Из-за крупного финансового и информационного оборота на платформе российские власти разрабатывают отдельные законы. Все федеральные телеканалы имеют «представительство» на YouTube, размещают материалы на своих каналах хостинга для удобства зрителя. YouTube будучи международной компанией для работы по всему миру вынуждена соблюдать законы каждой конкретной страны. В том числе, и российские – о пропаганде тех или иных явлений.

Между тем, на платформе также есть свои правила, которые видеоблогеры соблюдают в первую очередь. На сайте запрещено размещать: опасный контент, натуралистичные изображения шокирующего и сенсационного характера, материалы сексуального характера, оскорбления и запугивания, ложные мета-

данные и мошенничество, дискриминационные высказывания. Особое внимание уделяется информационной безопасности детей и соблюдению авторских прав [12]. Данные правила универсальны для большинства законодательных систем мира, но при этом включают в себя и этические аспекты, которые не учитываются юридически. Вместе с тем, площадка оперативно реагирует на знаковые события целых стран и подстраивается под изменения, происходящие в обществе, периодически ужесточая свои правила пользования. Но как показывает статистика, с увеличением ограничений количество пользователей не уменьшается, а только растёт. Это означает, что зрителей такой расклад устраивает – пользуясь платформой, они принимают пользовательское соглашение.

YouTube, исполняя функцию бессрочного хранителя видео, содержит в себе терабайты данных массовой культуры. Видео-хостинг сам стал частью современной массовой культуры. С учётом процесса глобализации мы можем заключить, что YouTube отражает основные правила и принципы, по которым живёт общество всего мира, в частности, наибольшая доля пользователей – молодёжь. Правила платформы учат пользователей быть толерантными, не вести себя агрессивно, запрещают распространять небезопасный контент, но только приветствуют творческую реализацию.

Для всех зарегистрированных пользователей открыт раздел «Творческая студия», в котором авторы могут редактировать и заливать свои ролики, менять оформление канала, отслеживать статистику по активности и доходам, общаться со своими подписчиками. Интерфейс интуитивен, а потому видеоблогером может стать каждый желающий. За 15 лет работы платформы в России, на базе YouTube выросло не одно поколение контент-мейкеров. Для многих юных и молодых зрителей «ютуберы» становятся настоящими кумирами [13], которые вдохновляют завести свой видеоблог и присоединиться к новой, но уже большой субкультуре блогеров.

Обратная сторона появления новых лидеров мнения – ценности, которые они несут как само явление «видеоблогер» и как личности. Успешные и богатые блогеры, которые сами недавно ещё учились в школе, сегодня становятся трансляторами идеи, что успеха в жизни можно добиться только записью развлекательных роликов на YouTube и другие площадки. Образование в их системах ценностей уходит сильно на задний план. А перспективы личностного и профессионального роста вне данного ремесла не рассматриваются. Зрители, начинающие искать свой жизненный путь, начинают стремиться к такому же

«успеху», не уделяя должного времени развитию полезных и универсальных навыков.

Между тем, на видеоресурсе прошло уже несколько так называемых поколений видеоблогеров, которые ещё несколько лет назад были на пике популярности, а сегодня про них все забыли. И данный процесс будет продолжаться бесконечно, поскольку из-за изменения запросов и требований новых зрителей будут интересны новые люди.

Таким образом, подавляющее число современной молодёжи является пользователями платформы YouTube и так или иначе формирует свои взгляды под влиянием современных видеоблогеров. Старшие из них росли во времена свободного и ещё не такого популярного видео-ресурса. За 10 лет на площадке игреки научились фильтровать информацию, относиться к ней критически. Из их первых интересов – развлекательных скетчей и влогов, потребности старшей молодёжи выросли до серьёзных социально-политических фильмов. Между тем, новые более молодые зрители только ищут себя на этой площадке. Их всё так же привлекают главные ценности YouTube: искренность и честность, свобода слова, лёгкость вхождения на площадку в качестве криейтера. Между тем, неокрепшее сознание не позволяет им пока относиться к платформе с должным самоконтролем. Они хотят сами соответствовать своим кумирам, перенимают их ценности, не анализируя их правильность, и не думая о своём будущем.

Так или иначе, молодое поколение формируется во время разнообразия информации: как с точки зрения наличия разных мнений, так и с точки зрения разных каналов получения информации. Поэтому у них сформировалась установка на вседоступность информации, которую с лёгкостью можно получить на хостинге, введя искомые слова в строке поиска. А значит, в их сознании меньше границ и больше возможностей реализоваться.

### **Библиографический список**

1. Назаров М.М., Иванов В.Н., Кублицкая Е.А. Медиапотребление в возрастных когортах: ТВ и Интернет // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2020. №3. С. 560–570.
2. Назаров М.М., Ковалев П.А. Изменение медиасреды и современные практики чтения // Социологические исследования. 2017. № 2 С.1–8.
3. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году. Отраслевой доклад. М. 2020. С. 95–96.

4. The World's Most Popular Websites / Statista.com. 2019. Nov. 25. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/chart/17613/most-popular-websites/> (дата обращения 02.04.2021).
5. YouTube для прессы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/intl/ru/about/press/> (дата обращения 02.04.2021).
6. Российский видеоблогинг 2015: Роль и значение в коммуникациях в цифровой среде / Агентство «Полилог». М., 2015. 20 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.polylog.ru/a/pdf/2015-06-09-vlogging-analysis.pdf> (дата обращения: 02.04.2021).
7. Кузнецова К.М. Причины популярности youtube с точки зрения знаний о поколениях // СГН. 2019. №1 (3). С.434–446.
8. Руденкин Д.В. Videоблоги как альтернатива СМИ для российской молодёжной аудитории: проверка гипотезы // Бюллетень науки и практики. 2020. №12. С. 367–374.
9. Tweens, teens and screens: The average time kids spend watching online videos has doubled in 4 years // The Washington Post. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/10/29/survey-average-time-young-people-spend-watching-videos-mostly-youtube-has-doubled-since/> (Дата обращения: 10.06.2021).
10. Generation Z Media & Values study / Google, Ipsos Connect. USA. May. 2018.
11. ТОП-20 каналов в YouTube – 2020 год // Медиалогия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/youtube/8036/> (Дата обращения: 10.06.2021).
12. YouTube About. Правила и безопасность. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/intl/ru/about/policies/#community-guidelines> (Дата обращения 04.04.2021).
13. Westenberg W. The influence of YouTubers on teenagers: Master Thesis. Enschede, NL: University of Twente, 2016. 35 p. [Электронный ресурс]. URL: [https://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg\\_MA\\_BMS.pdf](https://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf) (Дата обращения: 06.04.2021).

## FORMATION OF THE RUSSIAN YOUTUBE AND ITS PLACE IN THE SYSTEM OF YOUTH VALUES

*E. A. Chernyavskaya*  
*Perm State University*

In this article, we have identified the reasons for the popularity of the YouTube platform among young generations, analyzed the features of video hosting itself, and considered the concept of «video blogging». Youtube has become a functional alternative to TV for young people, because it was able to better meet their needs, and because at a certain stage in the development of the video platform, television professionals changed their place of activity to the Internet space. For this reason, this platform is interesting to study from the position of the organizer of work with youth.

**Keywords:** YouTube, video blogging, video hosting, television, TV, youth work, youth, Internet, value system, Russian media landscape.

## ТЕНДЕНЦИИ ГОРОДА ПЕРМИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ

*Е. И. Чулошникова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

О важности творческих индустрий стали размышлять после экономических кризисов в качестве альтернативы сырьевой экономики. Согласно теории, развитие творческих индустрий согласовано с темпами экономического развития страны.

Цель исследования проанализировать связь между развитием экономики города и ростом творческих индустрий города. В качестве данных будут представлены ответы представителей творческих индустрий в рамках магистерской диссертации «Творческие индустрии в Перми: результаты антропологического изучения».

**Ключевые слова:** творческие индустрии, креативная экономика, благоустройство, культурное потребление.

К началу 2000–годов в странах с развитой экономикой начали локально развиваться зоны с высокими показателями темпа экономического развития. Самой известной зоной является Кремниевая долина (англ. Silicon Valley), а также Бангалор (Индия), и столице Ирландии – Дублин. В 2002 году американский экономист и социолог Ричард Флорида (англ. Richard Florida) выпустил книгу о теории креативного класса (The Rise of the Creative Class and How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. 2005), который, по мнению автора, является причиной экономического «чуда».

По мнению Р. Флориды ресурсом для новой экономики является творческий потенциал человека. Он позволяет генерировать новые идеи и решать задачи через призму творчества. Людей с развитыми креативными навыками привлекают показатели, которые Ричард Флорида обозначает тремя буквами Т: Technology, Talent and Tolerance (Технологии, Талант и Толерантность). Крем-

ниевая Долина, в которой сконцентрировано множество технологических корпораций, влияет не только на экономику страны, в которой расположена, но и на современный способ восприятия мира. Бангалор является азиатской версией Silicon Valley, ставшей таковой благодаря аутсорсингу многочисленных IT-компаний. Экономический рост в Ирландии, Флорида связывает с финансированием креативной индустрии правительством страны и дальнейшей привлекательности региона для ценителей трех «Т» [1].

Теории Р. Флориды, а также Чарльза Лэндри, автора книги («Креативный город», 2006) о методах и инструментарии развития креативности как фактора успеха современного города, применяют для развития творческого экономического потенциала» [2].

Первая страна, которая объявила о наращивания экономической силы за счет культуры и креативной продукции была Франция [2]. В Российской Федерации задекларированный вектор приоритетного развития творческих индустрий был принят 20 сентября 2021 года. Согласно Распоряжению правительства РФ до 2030 года утверждено развитие творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной в крупных и крупнейших городских агломерациях. Распоряжения следует учитывать при разработке региональных стратегий социально-экономического развития. Документ содержит описание глобального тренда значительного увеличения секторов экономики, которые являются результатами интеллектуальной и творческой деятельности [3].

Первыми городами, ориентированными на развитие творческого потенциала и творческих индустрий в России, были Москва и Санкт-Петербург. Так же одним из первых городов, которые объявили творческий потенциал, и творческие индустрии главным фактором развития экономики стал город Пермь [4]. Согласно культурологической теории, рост творческих индустрий пропорционален экономическому росту в стране. Учитывая значительную централизацию страны, показатели в регионах значительно разнятся с показателями двух столиц. Влияние творческих индустрий на экономику Москвы и Санкт-Петербурга бесспорно. Это потоки творческих проектов, и соответственно рабочие места для их реализации, институции от крупных до средних и множество малых. Рост благоустройства и комфортабельных сред для жизни, и как показатель толерантности большая открытость столиц к людям различных убеждений и стилей жизни. Изучение креативного класса регионального многое может дать для понимания уровня экономического и гуманитарного развития региона [5]. На примере исследования креативных индустрий города Перми будет дана оценка экономического развития региональной столицы.

В публикации Рицковой А.О. и Игнатъевой О.В. 2012 года говорилось о сформировавшемся креативном классе Перми после проведения культурной политики Пермского края 2008–2012 годов. Авторы статьи давали прогноз о дальнейшем развитии индустрий в случае прихода новой власти, ориентированной на продолжение сформировавшегося вектора. Из результатов исследования будут сделаны выводы, повернула ли региональная политика в нужном для творческих индустрий направлении.

При анализе 15 интервью, проведенных в рамках исследования, были выделены общие тенденции в развитии местных творческих индустрий, темпах роста сферы и корреляции с общим благоустройством города Перми. Метод сбора информации – фокусированное интервью. Среди участников представители ядра креативного класса, а именно представители исполнительского вида искусств (артистов театра, кино, музыкантов, деятельность галерей) и индустрии историко-культурного наследия (гончары, мастер по обработке горячего металла).

Безусловно, в половом составе творческих индустрий преобладает женский пол. Исторически сферы, где наблюдалось равенство полов или господство одного – труднее поддаются изменениям [5]. Так, например, артистка Анастасия работает в сфере, которая исторически сложилась как пристанище аутсайдеров, где пол не играет особой роли: «Абсолютно одинаковое соотношение!» (Интервью №5, жен., 21 год) Тенденция изменений прослеживается в сферах, ставших более открытыми в силу развития интернета и специфики города [6]: «Мужчин-музыкантов больше по городу точно, но я замечаю, что перевес сокращается» (Интервью №3, муж., 30 лет). Таковыми являются музыкальное исполнительство и танцевальное искусство.

Однородны ответы в отношении достоинства города для творческих индустрий – возможность для творческих экспериментов, освоения среды и поддержка крупных культурных институций: «Пермь имеет неплохую творческую инфраструктуру, неплохие возможности для организации мероприятий различного масштаба.»; (Интервью №13, муж., 38 лет), «В Перми много пространства для свершений в профессии.» (Интервью №1, жен., 21 год).

Парадоксально, но эти причины в то же время являются значительными недостатками – низкая конкуренция, нехватка площадок разной масштабности: «Есть культурные институции, но нет сформированной культурной политики города» (Интервью №6, муж., 22 года); «Работы нет и очень низкая конкуренция, т.к. <...> в Перми можно пересчитать по пальцам – причем одной руки...» (Интервью №8, жен., 29 лет).



Примечательно, что к недостаткам города в плане уровня жизни, а не возможностей реализации, высказалось очень маленькое число интервьюируемых. Что, скорее всего, отличает провинцию от столицы с более равномерным соотношением «Профессиональные возможности / уровень жизни» [8].

О планах по трудовой миграции заявили 75% информантов. Исходя из ответов, сложно выделить профессионалы, какого пола чаще уезжают, и зависит ли это в какой-нибудь степени от пола.

Внешние изменения по прошествии 10 лет с окончания специфической политики города были отмечены. Удивительно то, что за образец более развитого города т.е. объективации верного вектора развития был указан город Екатеринбург, с которым Пермь имеет конкурентные отношения: «Улучшился, потому что к 300-летию Перми стали готовиться. Город преобразился в лучшую сторону и это может послужить тому, что мы встанем на один уровень с Екатеринбургом» (Интервью №4, муж., 24 года).

Государственных дотаций недостаточно для бюджетных сфер. Специфика отдельных видов творческой деятельности не совпадает с ценностями грантовых фондов. Актуальное искусство востребовано в России и в Перми, в частности, но в силу политической ситуации, продвижение стопориться. С приходом пандемии спрос на большинство сфер искусства заметно снизился. Адаптация произошла с разной степенью успешности.

Значимым фактором стала гомогенность профессионального сообщества, которая ярко выражена. В силу небольшой численности эти сферы могут наслаиваться друг на друга и взаимно обогащаться. Можно списать все на специфику профессии, например, актерство – это коллективная профессия, музыкантов объединяют площадки, как и работников галерей: «Я думаю да, я замечаю. Кукольники немного другой специфики актеры. Хотя все театральное сообщество объединяет то, что мы все занимаемся все искусством просто в разных его проявлениях. Сейчас вообще идет тенденция на синтетическое актерство. Все пытаются овладеть как можно большим количеством навыков, освоить много умений» (Интервью №14, муж., 26 лет);

«Естественно замечаю, что принадлежу к определенному творческому сообществу. <...>, особенно режиссура <...> вбирает в себя все. Ты можешь посмотреть, как кино режиссер только без камеры, и как театральный, потому что тебе надо обыграть все свое действие. Там собирается очень много направлений, так же актерское, если ты не будешь знать, как себя чувствует актер на площадке ты не сможешь ничего придумать. Поэтому да, это отдельное общество.» (Интервью №5, жен., 21 год);

«Да, например с фотографами. Интересно их видение мира. Они могут делиться своими навыками – настройка света и звука. Это помогает профессионально и расширяет кругозор. Это здорово, потому что ты понимаешь, что сам бы ты до этого не дошел.» (Интервью №1. жен., 21 год).

Помимо утилитарной функции общения, информанты отмечают, что коммуникация среди людей занятых творчеством протекает легче, больше ценностей и интересов. В этом аспекте работа коррелирует с образом мышления и образом жизни: «Да общаюсь, потому что театральный человек скорее будет себя окружать творческими людьми, чтобы быть на одной волне. Вы понимаете, друг друга чуть легче, когда у вас есть один язык для понимания, театральный. Да общаюсь, потому что мне легче с этими людьми, Хотя навык общения и коммуникации я могу с любым человеком найти, но мне кажется, я быстрее и интереснее выстрою диалог, который находится или когда либо находился в творческой сфере» (Интервью № 4, муж., 24 года); «Мне скорее труднее представить людей не творческих профессий в своем окружении – у меня их достаточно мало.» (Интервью №8, жен., 29 лет).

Общее рекреационное пространство способствует и репрезентации себя как профессионала. Реакция, последовавшая на вопрос о сообществе, была односторонней – а именно как месте сбора для различных увеселений. В целом большинство отдает отчет о творческом сообществе как отдельной неформальной институции, способствующей накоплению и генерированию новых проектов и идей.

Из результатов интервью прослеживается специфика креативного класса города Перми. Это небольшая прослойка населения относительно 1, 007 миллиона жителей. Не разрозненных, соединенных по признаку производимого товара (изобразительные, зрелищные искусства). Большинство информантов заняты в бюджетной сфере, что не может не отражаться на экономическом потенциале города. Большинство ответов позиционируют Пермь, как город начала трудовой творческой деятельности или пересадочного звена в цепочке дальнейшей трудовой миграции. Ответы свидетельствуют о нехватке бюджетных средств для поддержки большинства проектов.

Пять лет назад не проводилось подобного исследования по анализу творческих индустрий города. Но общий настрой среды и отдельных представителей указывал на большой потенциал и надежды связанные с новым правительством края и приглашенными профессионалами. Были предпосылки трех «Т» и планы по Ч. Лэндри, стихийные, но в верном направлении. И если бы информанты от-

вечали на вопросы 5 лет назад, большинство результатов были бы противоположными. Состояние креативного класса отражает экономику региона.

### Библиографический список

1. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее: пер. с англ. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. С. 10, 51.
2. Лэндри Ч. Креативный город: пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2006. С. 238, 33.
3. Правительство Российской Федерации. Распоряжение от 20 сентября 2021 г. N 2613–р «О концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки» // <http://government.ru/docs/44283/> (дата обращения 28.01.2022).
4. Рицкова А.О., Игнатьева О.В. Творческие индустрии в Перми. Миф или реальность? // Вестник НАСА. 2012. №1 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-industrii-v-permi-mif-ili-realnost> (дата обращения: 28.01.2022).
5. Терновая Людмила Олеговна Ценностная база креативного потенциала государства // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnaya-baza-kreativnogo-potentsiala-gosudarstva> (дата обращения: 29.01.2022).
6. Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / Под редакцией П. Романова, Е. Ярской-Смирновой (Библиотека Журнала исследований социальной политики). М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. – с. 53.
7. Матецкая М. Творческие индустрии: перспективы социально-экономической трансформации // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-industrii-perspektivy-sotsialno-ekonomicheskoy-transformatsii> (дата обращения: 01.02.2022).
8. Лядова А.А., Меркушев С.А. Роль культурных инноваций в трансформации и обогащении функциональной структуры городов Пермского края // Географический вестник. 2017. №1 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kulturnyh-innovatsiy-v-transformatsii-i-obogaschenii-funktsionalnoy-struktury-gorodov-permskogo-kraja> (дата обращения: 03.02.2022).

## TRENDS OF THE CITY OF PERM IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES

*E. I. Chuloshnikova*  
*Perm State University*

The importance of creative industries began to be reflected upon after the economic crises as an alternative to the raw materials economy. According to the theory, the development of creative industries is coordinated with the pace of economic development of the country.

The purpose of the study is to analyze the relationship between the development of the city's economy and the growth of the city's creative industries. The answers of representatives of creative industries will be presented as data within the framework of the master's thesis «Creative industries in Perm: results of anthropological study».

**Keywords:** creative industries, creative economy, landscaping, cultural consumption.

## **РОЛЬ ТВОРЧЕСТВА В ФОРМИРОВАНИИ МОЛОДЫХ ЛИДЕРОВ. АНАЛИЗ НЕСКОЛЬКИХ ПОРТРЕТОВ**

*А. Д. Чуракова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет*

В современном мире развитие творческих навыков и умений для молодого человека является одной из приоритетных задач в процессе организации своей успешной жизнедеятельности, а также в процессе формирования молодого человека как личности. Следовательно, грамотно выстроенная работа над собой и работа с имеющимися социальными ресурсами – залог формирования способных и творческих лидеров.

**Ключевые слова:** лидерство, творчество, молодежный лидер.

Лидерами рождаются, а не становятся! Творческими способностями ребенок наделен с рождения! Насколько верны эти утверждения?

Размышляя над данным утверждением, можно согласиться, что каждый из нас наделен какими-то творческими способностями и творческим потенциалом и каждый из нас в чем-то лидер. Молодежи, способной сочетать в себе такие понятия как лидерство и творчество, в нашем мире немного.

Актуальность темы «Роль творчества в формировании молодых лидеров» обусловлена тем, что ее изучение позволит понять, какие качества делают человека лидером.

При посещении ребенком творческого объединения, ему с детства закладываются лидерские качества. Родители и преподаватели проговаривают, что когда ребенок вырастет, его ждет хорошая карьера, тем самым мотивируют на раскрытие потенциала лидерских способностей. В любом творческом объединении более активные дети всегда хотят выделиться и всегда берут инициативу на себя. Развитие детского самоуправления оставляет большой отпечаток на дальнейших темпах развития лидеров.

Проведенный нами опрос среди молодежи Лысьвенского городского округа показал, что 92% респондентов считают, что творчество имеет значение в формировании лидерских качеств.

Опрос был проведен в социальной сети «ВКонтакте» [1], в опросе приняло участие 50 человек в возрасте 14–35 лет. По итогам опроса 46 человек считают, что творчество имеет значение в формировании лидерских качеств, 4 человека считают иначе.

В России много творческих ребят, которые мечтают стать знаменитыми и оказаться на большой сцене, хорошо зарабатывать. Но не многие способны заявить о себе. Только молодежь, обладающая лидерскими качествами, добились успеха в продвижении своего творчества через социальные сети.

Например, всем известный тиктокер Даня Милохин, который завел аккаунт в 2019 г, когда работал официантом, в 2020 году основал тикток-команду, сочинил и опубликовал песню «Я дома», содержание которой было связано с пребыванием на самоизоляции и распространением коронавируса. Трек получил популярность и под него сняли тысячи видеороликов. С 2020 года Даня Милохин работал совместно с Н. Басковым, Тимати, Джиганом, принял участие в рекламной компании «Сбербанка» [2]. Проявив свои лидерские качества и выйдя из «зоны комфорта», Даня Милохин начал зарабатывать «хорошие» деньги в сети.

Если говорить о ребятах, увлеченных КВН, игравших в игру и представлявших яркие образы на сцене, то большинство из них в настоящее время занимаются творчеством и многие занимают руководящие должности. Попадая в КВН, ребята проходят своеобразную школу лидера, КВН – это игра для сильных, она сочетает в себе и организаторские умения и творческие способности, не дает расслабиться.

3 марта 2022 году в Лысьвенском городском округе в рамках федерального проекта «Диалог на равных» прошла встреча со Станиславом Мальцевым, лауреатом, дипломантом городских, областных, региональных российских конкурсов и фестивалей эстрадного искусства. Мальцев обладатель Гран-при Всероссийского фестиваля патриотической песни «За Россию и Свободу», участник команды КВН «Добрянка», директор предприятия ООО «Комбинат питания», директор Лысьвенской телекомпании. Станислав живет с девизом: «Одно другому не мешает». Это как раз о том, как сочетается семья, творчество и бизнес. На вопрос про его творческую деятельность, он ответил: «Свою творческую деятельность я начал ещё в школе. Участвовал во всех конкурсах, фестивалях и концертах. Чтобы все успевать, главное всё грамотно организовать и собрать

хорошую команду». Таким образом, можно сделать вывод, что именно творчество помогло Станиславу стать тем, кем он сейчас является [3].

Ярким представителем лысьвенской творческой молодежи является актер и музыкант Владимир Селиванов. Владимир еще в школе начал проявлять себя как лидер, заниматься спортом, принимать участие в творческих мероприятиях, был активно увлечен игрой в КВН, – именно это и стало вектором его карьерного пути. Закончив школу и продолжив обучение в ПГИК, он продолжил играть в КВН, а после участия в составе команды «Степлеры», принял участие в «Камеди клуб» и съемках фильма «Реальные пацаны». Окончание съемок сериала не стало финальной точкой в карьере Владимира, именно лидерские качества в сочетании с творческими способностями стали толчком к написанию песенных альбомов и записи треков.

Анна Ерофеева, начальник отдела молодежной политики УФКСиМП, с раннего возраста пробовала себя в творчестве, обучалась вокалу и игре на музыкальных инструментах, участвовала в творческих конкурсах и играла в КВН. Именно это ей помогает на протяжении многих лет быть лидером среди молодежи Лысьвенского городского округа. Об этом свидетельствуют многочисленные награды, в том числе и признание молодых лысьвенцев в акции «Человек года – 2020» в номинации «Наставник молодежи». Занимая такую ответственную должность, Анна Александровна служит наставником для молодежи округа. В одном из интервью ее воспитанники Д. Таничев, А. Заякин и Е. Михайлова признаются: «Для нас вечно 18-летняя Анна Александровна Ерофеева – истинный наставник! В переводе с греческого её имя означает «наставник молодёжи», и она этому соответствует! Наша благодарность этой прекрасной даме безгранична. Ведь это тот человек, из-за которого ты прыгаешь выше своей головы! Она открыла в нас и для нас такие возможности, о которых можно только мечтать. Для кого-то наши слова могут показаться обычной благодарностью, а для нас это как признание всей нашей команды КВН «ДаблТрабл» в любви Анне Александровне...». К слову Анна Ерофеева дважды награждена званием «Человек года», в 2005 году в номинации «Молодежный лидер» [4]. Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что творчество способствовало развитию Анны, как достойного лидера.

Если говорить о лысьвенцах – лидерах, управленцах, то мы видим, что большинство из них связаны с творчеством.

Например, Степанова Лариса Евгеньевна, начальник Управления образования, в прошлом солистка группы «Такси», пронесла творчество через весь свой трудовой путь, что и стало главным фактором в развитии ее, как лидера-

управленца. Именно развитые организационные качества позволили достичь профессиональных вершин. Под её руководством детский сад №39 проводил краевые сессии, стажировки, мастер-классы и семинары. Её умение найти самое важное в образовательном пространстве, установить творческий контакт и взаимопонимание с руководителями краевых площадок помогало увлечь коллег инновационной деятельностью. Она сама была инициатором многих проектов, активно делилась опытом, – рассказывают коллеги МАДОУ «Детский сад № 9» МО «ЛГО».

В настоящее время в крупных компаниях большое внимание уделяется развитию креативного мышления и творческого подхода, создаются целые отделы креативных менеджеров. Всем известно, что история компании Microsoft начиналась в 1975 году с пыльного гаража и программистов – любителей, а также статьи в журнале Popular Electronics. И кто бы мог подумать, что юношеский максимализм двух энтузиастов Билла Гейтса и Пола Аллена способен настолько кардинально изменить наш мир. Ребята делали свое дело, не думая о том, что что-то не получится, она видели цель и шли к ее достижению. После первых побед, основатели понимали, что рост компании зависит от надежного предоставления непрерывных инноваций и продвижения своих ведущих инструментов и услуг для повышения производительности, творческого подхода в изобретении продуктов и команды. Можно признать, что компания Майкрософт – это пример творчества и лидерства.

Подводя итог, можно отметить, что человек, обладающий такими качествами, как энергичность, умение убеждать, самостоятельность, умение предотвращать конфликты, ответственность, активность, инициативность, общительность, сообразительность, самообладание, работоспособность, наблюдательность, организованность, а главное умение выходить из зоны комфорта, видеть цель и не бояться идти к ее достижению, может добиться очень высоких вершин. Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, лидерами не рождаются, а становятся, а творчество это один из инструментов развития лидерских качеств.

### **Библиографический список**

1. Опрос молодежи: «Творчество имеет значение в формировании лидерских качеств?»// Творчество имеет значение в формировании лидерских. | Клуб «Вертикали» (Молодежный центр г. Лысьва) (vk.com).



2. Сайт «Википедия», статья о Дане Милохине // Милохин, Даня – Википедия (wikipedia.org).

3. Полный текст «Диалог на равных» со Станиславом Мальцевым // [https://vk.com/tvoyalubimayaunost?w=wall-75821869\\_2251%2Fall](https://vk.com/tvoyalubimayaunost?w=wall-75821869_2251%2Fall) (дата обращения: 07.02.2022).

4. Интервью о Ерофеевой А.А. // С восхищением и благодарностью. | Человек года-2020 (vk.com).

## THE ROLE OF CREATIVITY IN THE FORMATION OF YOUNG LEADERS. ANALYSIS OF SEVERAL PORTRAITS

*A. D. Churakova*  
*Perm State University*

In the modern world, the development of creative skills and abilities for a young person is one of the priority tasks in the process of organizing his successful life, as well as in the process of forming a young person as a person. Therefore, well-organized work on oneself and work with available social resources is the key to the formation of capable and creative leaders.

**Keywords:** leadership, creativity, youth leader.

## ГЕНЕЗИС РЕКЛАМНОГО МИФА

*П. Р. Шакирова*

*МАОУ «Средняя общеобразовательная школа №77  
с углубленным изучением английского языка», г. Пермь*

В статье анализируется понятие мифа, описываются его функции и влияние на современную культуру. Доказывается мысль о том, что мифология до сих пор оказывает значительное влияние на жизнь современного человека и активно используется в различных сферах. Особое внимание уделено рекламной сфере и использованию ею различных мифологических образов. Приведены примеры архетипов и их маркетинговое использование с целью повышения продаж.

**Ключевые слова:** архетип, реклама, культура, миф, рекламный миф.

Сегодня рекламные технологии активно развиваются и используют различные способы для популяризации того или иного товара. В частности, реклама опирается на миф, как древнюю, целостную и самодостаточную структуру. Данному вопросу и посвящено наше исследование.

Миф (древнегреческое μῦθος – «речь, слово; сказание, предание») – рассказ или повествование, которое передает понимание человеком окружающего мира, своего места в этом мире, смысла своей жизни как таковой, а также о происхождении всего сущего [1]. Миф опирается на бессознательное и императивность мысли, т.е. самим фактом собственного существования он управляет нашим поведением.

Мы предположили, что миф играет важную роль в современной рекламной культуре, выступая ее маркетинговым ядром. Целью исследования стала попытка проанализировать роль мифа в современном мире и в частности, рекламной культуре. Нами были определены следующие задачи: изучить понятие «миф» как культурное явление; рассмотреть сферы применения мифа; описать взаимосвязь мифа и рекламы.

Сегодня современный человек чаще всего воспринимает миф как сказку богах и героях, искаженно передающей прошлое в образах, не имеющих отношения к действительности. Прочно укоренилось представление о том, что миф принадлежит древнему прошлому. Развеем эти представления. Отметим, что миф не является рассказом или повествованием. Миф представляет собой особую культурную форму и способ человеческого бытия [2, с. 12]. Кроме того, он является исторически первой формой культуры. В этом смысле миф вечен, так как наличие мифологического измерения отмечается в любой культуре, а мифологические образы и переживания зафиксированы в подсознании людей, как архетипы. Вследствие этого, современное исследование мифа обусловлено не только исследовательскими интересами, но и явной необходимостью человека разобраться в смысловых основах собственного бытия [3, с. 54].

Признаками мифа принято считать: его вневременность (миф объясняет прошлое, настоящее и будущее) объективность мифологического познания и отсутствие субъектно-объектных отношений (миф повествует обо всех и обо всем).

В связи с этим, исследователь мифа, А. Пятигорский, пишет, что миф невозможно сотворить, поскольку сотворение мифа аналогично сотворению мира. Единственное, что возможно сделать «это раскрыть отношение к мифу или осознать его как некоторую объективность (или факт своего и чужого познания)». Вместе с тем, каждая эпоха имеет свою мифологию и эти мифологии могут быть не похожими друг на друга [4, с. 51].

Другой известный исследователь мифов, Р. Барт, считает, мифы могут создаваться искусственно. Создавать их может как коллективное, так и индивидуальное сознание. Р. Барт писал, что миф – это слово, а значит, им может стать все, что достойно рассказа. «Любую вещь можно вывести из ее замкнутого, безгласного существования и превратить в слово, готовое для восприятия обществом, ибо нет такого закона, естественного или иного, который запрещал бы говорить о тех или иных вещах» [5, с. 44–45]. Мы придерживаемся в этом вопросе мнения Р. Барта.

Миф – это сообщение, причем совсем не важно, устное или письменное. При этом отметим, что в силу своей универсальности и пластичности миф, эволюционируя, потенциально бесконечен и не равен сам себе, поскольку через новые смыслы сам себя трансформирует, принимая структуру того, что мифологизирует. Это означает, что у мифа нет универсальной структуры. И в этом его загадка. Однако в зависимости от различных подходов и контекстов, исследователи могут предложить большой выбор его структур [6, с. 133].

Однако в общем потоке мифологической информации можно выделить нескорые общие для всех культур элементы, например, виды мифов. Перечислим основные: космогонические мифы (о происхождении Вселенной, жизни на Земле), антропологические мифы (о создании человека), солярные/ лунарные мифы (главными героями выступают Солнце или Луна), этимологические мифы (о появлении различных вещей и природных объектов), календарные мифы (объясняющие смену сезонов), героические мифы (о героях, например, о детях богов). Данное перечисление не является исчерпывающим.

Что касается сферы применения мифа в культуре, то для понимания этого вопроса необходимо рассмотреть социокультурные функции мифа.

Функции мифа:

1) Объяснительная. Миф трактует нам события, искажая их, но сама суть остается верной.

2) Социальная. Миф поддерживает определенный порядок в обществе, и описывает его.

3) Теологическая. Объясняет цели существования мира и человека в нем.

4) Идеологическая. Совокупно описывает идеи политических норм. Отвечает за идеологическое восприятие историй и событий.

5) Ценностная. Связана с эмоциональным интеллектом, формирует и закрепляет ценности в обществе [2, с. 14].

Поэтому мифы распространяются на многие сферы. Например, мифы используют в школах (в воспитательных целях), в психологии (для терапии), политике (в предвыборных кампаниях) и конечно, в рекламе. Рекламные кампании успешно манипулируют аудиторией, но люди чаще всего не замечают и не осознают этого. Какова же взаимосвязь рекламы и мифологии, и как именно реклама с использованием мифов оказывает на нас влияние?

Как уже было сказано выше, в любом мифе есть архетипы. Именно на них опирается культура, в том числе и современная. Перечислим некоторые архетипы: Ребенок (радость жизни, праздник, новые возможности, «божественное Дитя»). Его образ воплощает компания McDonalds); Мудрец (интеллект, рациональность. Данный архетип представляет Google); Герой (победа, профессионализм. Архетип используется брендом Nike); Любовник (привлекательность, чувственность. Его можно видеть в рекламных компаниях парфюма, в частности, Dior). Таким образом, мы видим, что успешная реклама той или иной продукции во многом зависит от архетипа и мифа, который применяется в продажах.

Реклама – это инструмент маркетинга, один из факторов, способствующих развитию конкуренции. Финский писатель М. Ларни говорил: «Реклама – это способ заставить вас нуждаться в том, о существовании чего вы раньше не подозревали» [7, с. 70]. Следовательно, главная цель любой рекламы – повышение продаж. Предлагаем рассмотреть одну из самых распространенных схем, используемых для влияния на потребителей. В этой схеме мы обнаружим взаимосвязь мифа и рекламы.

Миф наделяет товар чудесными свойствами, магическими качествами. Используются архетипические и мифологические установки бессознательного, он вызывает в сознании строго определенные ассоциации. Так у человека возникает острое желание стать волшебником, получить какую-либо суперспособность, стать частью чего-то магического, сверхъестественного. Под влиянием этого влечения, человек ощущает некую потребность в этом «волшебном» продукте и приобретает его. Яркими примерами здесь являются продажа спортивной формы, например кроссовок, с помощью которых тренировки станут более эффективными или продажа косметики, приобретя которую человек, как по волшебству, станет более красивым или успешным. Другим примером является реклама моющих средств для дома Mr. Proper, где хозяйке на помощь приходит джин, маг, волшебник и решает возникшую проблему взмахом руки.

Подводя итоги, отметим, что в современной культуре миф используется часто, но в большинстве случаев, незаметно для людей. Применение ему находится в большом количестве профессий и сфер жизни общества: от использования в воспитательных целях до использования в психологии и политике.

Мифология формирует у людей установки, ценности, желания, которые спустя некоторое время начинают влиять на поведение и реакцию. Люди, знающие об этих особенностях мифа, находят им выгодное применение. Одной из сфер, где наиболее часто встречается мифология, является реклама. Реклама выступает инструментом, которым маркетологи успешно привлекают аудиторию, а миф, соответственно, является маркетинговым ядром. Для того, чтобы у человека появилось желание приобрести товар или услугу, в рекламе используют приемы, влияющие на наше подсознание, где хранятся установки и образы. После такой манипуляции человек бессознательно чувствует нужду в рекламируемом товаре. Рекламные кампании переписывают мифы под актуальную ситуацию, тем самым доказывая вечность и незаменимость мифа.

## Библиографический список

1. Миф. Информация на портале «Энциклопедия». URL: [https://w.histrf.ru/articles/article/show/mif#:~:text=МИФ%20\(греч.%20μῦθος%20%20сказание%20С,мира%20мифологическое%20мышление%20противопоставляет%20рациональному](https://w.histrf.ru/articles/article/show/mif#:~:text=МИФ%20(греч.%20μῦθος%20%20сказание%20С,мира%20мифологическое%20мышление%20противопоставляет%20рациональному) (дата обращения: 1.02.2021).
2. Гуревич П.С. Культурология: Учебное пособие / П.С. Гуревич Знание, 1996. С. 12.
3. Миф как форма культуры //Культурология: Учебное пособие / Отв. ред. А.А. Радугин. М.: Центр, 1996. С. 54.
4. Пятигорский А. Мышление и наблюдение. Азбука-Аттикус. Сер. Культурный код. 2016. С. 51–69.
5. Барт Р. Мифологии. Академический проект. Сер. Философские технологии. 2019. С. 44–45.
6. Ставицкий А. В. Структура мифа по К. Леви-Строссу: опыт несостоятельного//Вопросы психолингвистики. 2018. № 1 (35). С. 133. DOI: 10.30982/2077–5911–2018–35–1–126–140.
7. Мартти Л. Четвертый позвонок или Мошенник поневоле. Астрель. 2010. 270 с.

## GENESIS OF THE ADVERTISING MYTH

*P. R. Shakirova*

*Secondary General Education School 77*

*with profound study of English, Perm*

The article analyzes the conclusion about the myth, its meaning and influence on modern culture. Proof that mythology is still important for the life of modern man and is actively used on various scales. Particular attention is paid to the advertising sphere and the use of various mythological formations. Examples of archetypes and their distribution for the purpose of sale are given.

**Keywords:** archetype, advertising, culture, myth, advertising myth

## ОСОБЕННОСТИ ПРАКТИК ПОСЕЩЕНИЯ МОДНЫХ МЕСТ: ПЕРМСКИЙ ОПЫТ

*Т. В. Шаламова*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»*

В статье представлены результаты полевых исследований, посвящённых изучению особенностей практик посещения горожанами модных мест г. Перми. Полевые материалы статьи включают в себя анализ серий интервью и наблюдений в репрезентативных местах города. В работе будут выявлены аспекты, которые формируют у горожан представление о типичном модном месте, а также, критерии, которые влияют на выбор места для отдыха. Особое внимание в работе уделяется описанию практик посещения модных мест, степени удобства и наполненности досуговых пространств.

**Ключевые слова:** культурная антропология, третье место, городские пространства, модное место, горожане, городские практики, досуг.

Современные представления о территориях моды могут быть связаны не только с одеждой и внешним видом горожан. Мода как обширный и многогранный феномен включает множество составляющих. В рамках «территориальной» или «географической» теории мода трактуется не как «объект, товар, концепция или идея, но как ряд активно и непрерывно воспроизводящихся практик, объединяющих людей и сообщества в некотором пространстве». [1] Модные пространства и локусы вписываются в гораздо более широкий ландшафт наших представлений и включают в себя также жизненный опыт, социальные практики и внедрение людей в городское пространство. Эти практики горожан входят в повседневную жизнь и становятся структурирующим элементом сообществ. Мода определяет и маркирует территорию современного города, используя самые разные средства, она формирует современное городское пространство. «Мода и архитектура непосредственно вовлечены в процесс формирования и презентации городской среды и имеют дело с категориями темпоральности, пространства, формы, интерактивности и мобильности» – от-

мечает Л. Крю в работе «Территории моды: потребление, пространство и ценность». [2] Изучение практик посещения модных мест в городе Перми позволит выяснить, как мода с урбанистической точки зрения влияет на формирование современного городского ландшафта.

В рамках изучения особенностей повседневных практик в модных местах города Перми, был проведён ряд наблюдений и интервью с горожанами. Гайд интервью включил в себя вопросы, связанные тем, какие аспекты важны для горожан при выборе места для отдыха, степень удобства местоположения и внутренней наполненности, критерии «модности», внутренние изменения, эмоции и т.д. В места для наблюдения вошли открытые городские пространства, которые были отмечены респондентами: эспланада, набережная реки Камы, Горьковский парк, площадь около Пермской Художественной галереи и небольшие городские скверы. Все эти пространства представляют собой материал для фиксации городской репрезентативности. Процесс наблюдения акцентировался на определённых позициях анализа, по которым фиксировались полученные данные. Наблюдаемые позиции включали в себя расположение людей в пространстве (позы, разделение на группы, возраст), практики горожан, эмоции, мимика, жесты, разговоры.

Анализ интервью позволяет сделать вывод о том, что модное место в представлении горожан должно обладать визуальной красотой, стилем и включать в себя собственную концепцию. Оно должно быть центральной точкой в городе и иметь достаточно высокую проходимость. По мнению респондентов, модное место – это место, которое охватывает широкие группы горожан, обладает креативностью, т.е. складывается из разнообразных площадок, сообществ и их интересов, собирающихся воедино в одном месте. Горожане отмечают, что атмосферу места, в большинстве случаев, задаёт человек. Многие из респондентов связывают посещение мест в городе с возможностью побыть в кругу своих друзей, семьи, второй половинки. Интерьер играет немаловажную роль для общего впечатления от места. Однако, даже самое стильное заведение не может наполниться энергетикой, какую привносят в него горожане, их социальные связи, надстраивание собственных смыслов и практик. Городское пространство, которое может получить статус «модного места» в городе, обязательно должно соблюдать ряд особенностей: универсальность; функциональность; динамичность; наличие «законодателей мод», которые имеют общественное признание и большую аудиторию; прочитываемая концепция места; визуальная составляющая, подобранная со вкусом. Респонденты отмечают, что не готовы уступить место альтернативным городским пространствам для отдыха, если бы таковые имелись рядом с их домом. Важнейшей составляющей в тех модных местах, которые посещают горожане, является уже сформированная история и атмо-



сфера места, а также, удобное местоположение с возможностью встретиться со всеми в одной точке города. Респонденты отметили, что при посещении модных мест все в большей степени уделяют внимание своему внешнему виду. Следовательно, место диктует нужный дресс-код, именно поэтому при выборе внешнего вида горожане ориентируются на то, куда они идут.

Гостей города Перми сразу же привлекает обширное и с виду пустое пространство в центре города. Речь идёт об одном из модных мест – эспланаде. В системе города Перми эспланада выступает в роли нескольких значений: бульвар, площадь, городской пляж, городская сцена. Конструирование городского пространства эспланады происходит благодаря внедрению в него особых практик посетителей. Это репрезентативная часть города, официальная и торжественная. Она представляет собой городскую сцену с постоянно изменяющимися декорациями и действиями. Концепция «городской сцены» была изложена в работе американского социолога Алана Блума «Scenes». По мнению социолога, не все городские пространства могут стать городскими сценами. Под понятием «сцена» он понимает особые места, которые «вносят свой вклад в то, чтобы сделать сам город местом». [3] Пространство эспланады постоянно заполняется новым содержанием, а потом снова опустошается. Круглый год это место является центральной точкой всех мероприятий в городе, это пространство, также, охватывает неформальные практики взаимодействия людей. Горожане отмечают, что больше всего эспланада привлекает их благодаря своему современному архитектурному решению, зрелищности, масштабности. Она находится в самом центре города, что не составляет труда горожанам добраться до неё на любом транспорте из любой точки города. Эспланада – это место встреч, некая точка сбора для всех. Если обратиться к наблюдению, то можно отметить, что на эспланаде горожане собираются небольшими группами, рассредоточившись на всей её протяжённости. Основная масса посетителей – родители с детьми, молодёжь и люди пожилого возраста. В основном, горожане активно проводят свой досуг, катаются на велосипедах, самокатах, общаются друг с другом, гуляют. Особенно привлекает горожан пространство новой части эспланады, где располагается «амфитеатр» перед фонтаном. Это некое место зрелищ, где люди могут занять удобное положение с хорошим обзором площади, чтобы понаблюдать за другими участниками действий, полюбоваться водными представлениями. Респонденты отмечают, что для такого модного места характерна динамичность, энергичность, позитивные эмоции.

Традиционно, в летние месяцы пространство эспланады становится городским пляжем, который предлагает горожанам не только насладиться визуальной составляющей фонтана, но и искупаться в нём, а после позагорать на траве или лавочках. Примечательно, что этот городской пляж принято посещать да-

леко не в купальнике, а в верхней одежде. В такие моменты основная масса людей располагается около главного источника свежести – фонтана. Дети практически не общаются между собой, они, скорее, выражают свои эмоции радостными криками, активно жестикулируют и трогают воду руками, как нечто необычное или живое. Родители же располагаются по бокам «водного места», небольшими группами и развернувшись друг к другу лицом. Взрослые менее заинтересованы в водных процедурах. Они стоят, немного обособившись от общего действия, небольшим кругом, при этом обсуждая более «земные вопросы». Некоторые из них смотрят в телефон, лишь изредка обращая внимание на детские игры и фиксируя эти моменты на камеру. Поддерживает специфический пляжный отдых и молодёжь. В другой части новой эспланады располагается более молодёжная тусовка. Группы отдыхающих молодых людей используют небольшие зелёные островки газона как зону для солнечных ванн, место для игры в мяч или пикника. Небольшая часть людей, занявших места «амфитеатра», тоже используют его как место для загара, однако, делают это достаточно сдержанно, в отличие от тех групп горожан, которые находятся на круглых зелёных зонах. Они полностью погружены в свой пляжный отдых и смело преобразовывают городское пространство под себя. Горожане выбирают эспланаду, как альтернативу обычному пляжному отдыху, пусть не совсем традиционному. Особенность такого конструирования городского пространства заключается в его многофункциональности, креативности, удобстве и доступности. В этом контексте эспланада становится не только третьим местом, но и модным, которое сочетает в себе сразу несколько городских практик и расширяет их. Для горожан важнейшей составляющей является не только удобство, безопасность и физическая наполненность этого места, но и органичность, эстетическая составляющая, вписывание места в общий городской ансамбль. «Эспланада – самое удачное градостроительное решение Перми. Вывести эту жуткую пустоту в центр города и обустроить её – значит, лишить её жути, приручить, освоить». [4] Она обладает удачным местоположением и достаточной протяжённостью, что позволяет привлечь на её пространство широкие группы горожан.

Ещё одним популярным местом для наблюдения была выбрана городская набережная. Летом здесь проходит множество мероприятий и фестивалей. Все из респондентов отмечают, что недавняя реконструкция сделала это пространство органичным, комфортным и стильным. Стоит отметить достаточно интенсивный поток горожан на протяжении всей набережной. Также, имеется особая структурированность пространства, зонирование и наличие большого количества интерактивных площадок. Начиная с площади около Пермской Художественной галереи, на набережную тянется большое количество людей. Площадь

является более спокойным местом, где можно отдохнуть на лавочках, пообщаться, а также, нередко там проходят мероприятия с живой музыкой. Из наблюдений стоит выделить, что Соборная площадь пользуется популярностью как у людей среднего, так и пожилого возраста. На такие концерты они приходят парами или сидят в одиночку, наслаждаясь музыкой. Во время музыки они редко общаются между собой, в основном, они поглощены атмосферой вечернего отдыха, поглядывая на проходящих мимо людей и уличных певцов. Пространство самой Набережной охватывает более широкий состав публики. Здесь имеется игровая зона для семейного отдыха с качелями и другими необычными объектами. Нередко, в самой середине набережной устанавливают сцену, где проходят летние фестивали. Здесь люди, проходящие мимо, задерживаются на зрелищах, поднимаются на огромные ступени, чтобы расположиться и в неформальной обстановке посетить концерт. Ещё одна интересная практика, которая реализуется на набережной – это танцы. Довольно часто здесь можно заметить, как группа горожан, преимущественно молодого и среднего возраста, занимается танцевальными практиками. Многие прохожие с любопытством останавливаются и наблюдают за ними. Стоит отметить, что любой желающий может влиться в это сообщество и посещать такие сеансы на открытом воздухе. Новое зонирование набережной выделяет также пространства для занятий спортом, что тоже является удачным решением при конструировании городской среды. На набережной есть множество небольших павильонов, места для спокойного отдыха на лавочках, появились места для активного досуга. Горожане отмечают, что в таком месте можно провести половину дня, т. к. оно имеет все удобства для своего использования. Выгодное местоположение набережной делает её репрезентативным и модным местом города. К её архитектурному ансамблю можно отнести ещё дом Мешкова, здание речного вокзала Перми I, Соборную площадь с Пермской Художественной галереей, а также, остальные здания, которые подходят под архитектурное решение исторического центра.

Одним из популярных мест г. Перми можно считать также Горьковский парк. В парке собираются все возрастные группы горожан: родители с детьми, молодёжь, люди пожилого возраста. Горьковский парк концентрирует на своей территории развлечения и интерактивные площадки, которые подойдут для всех без исключения. Люди собираются небольшими группами, рассредоточившись по всей территории парка. Горожане скапливаются там, где расположены интерактивные и игровые площадки, ларьки с фастфудом и напитками. Около ротонды в самом центре площади парка играет живая музыка, проходят танцы. Такая атмосфера привлекает больше людей старшего возраста, которые расположились на лавочках перед площадью и внимательно слушают исполни-

телей. Молодёжь же привлекает активный отдых, игровые формы досуга, поэтому основная масса участвовала или наблюдала за площадками с квестами, тиром и катанием на аттракционах. В парке, как и на набережной существует место, где собираются любители танцевальных практик и музыки. Такое пространство с танцполом находится под навесом в одной из частей Горьковского парка. Стоит отметить, что там собирается достаточно большое количество горожан, которые могут посидеть на зрительских местах или тоже поучаствовать в этом действии. Основная масса людей, которые участвуют в таких мероприятиях преимущественно пожилого и среднего возраста. Молодёжь остаётся в стороне, в качестве наблюдателей за происходящим, фиксируют всё на телефон. Горьковский парк, как и другие модные точки города, представляет собой пространство, сочетающее в себе разнонаправленные формы досуга – физические и духовные.

Анализ практик посещения модных мест г. Перми позволяет понять, как именно горожане обживают и осмысливают городскую среду. Эти пространства обладают двумя культурными укладами жизни горожан. Первый из них является официальным и включает в себя торжественные мероприятия, фестивали и концерты. Второй уклад – неофициальный, включающий в себя неформальные городские практики, а именно встречи, гуляния, потребность в самопрезентации себя и наблюдении за другими. Для таких городских практик выбираются места, которые позволяют собрать наибольшее количество людей, и под этот критерий попадают представленные модные пространства г. Перми (городская площадь, набережная, парки и скверы). Там реализовываются повседневные практики горожан и формируются свои ритуалы посещения. Модное место – это, прежде всего, универсальное пространство, которое привлекает наибольшее количество людей для отдыха и социального взаимодействия. Такое место концентрирует в себе многообразные городские сообщества, проявляя свою креативность и гибкость. В этой работе была представлена лишь малая часть исследовательского поля. Комплексное исследование практик посещения модных мест г. Перми включает в себя не только изучение пространств на открытом воздухе, но и ориентировано на заведения культурно-досугового типа, которые также являются часто посещаемыми точками города и находятся на стадии своего изучения.

### **Библиографический список**

1. Крю Л. Территории моды: потребление, пространство и ценность / Л. Крю – Библиотека журнала «Теория моды». М.: Новое литературное обозрение: 2020. 232 с.

2. Крю Л. Территории моды: потребление, пространство и ценность / Л. Крю – Библиотека журнала «Теория моды». М.: Новое литературное обозрение: 2020. 232 с.

3. Blum A. Scenes // Public (электронный журнал). 2001. №22/23. URL: <https://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/view/30324/27853> (дата обращения: 13.02.2022).

4. Город Пермь: смысловые структуры и культурные практики / ред. В.В. Абашев; Мин-во культуры и массовых коммуникаций Пермского края; Перм. гос. ун-т; Лаб. политики культурного наследия Перм. гос. ун-та. Пермь, 2009. 216 с.

## QUALITIES AND ATTRIBUTES OF EDUCATIONAL BLOGS (ON THE EXAMPLE OF THE USA)

*T. V. Shalamova*  
*Perm State University*

The article presents the results of field research devoted to the study of the peculiarities of the practices of visiting fashionable places in Perm by citizens. The field materials presented in the article include the analysis of a series of interviews and observations in representative places of the city. The work will identify aspects that form the idea of a typical fashionable place among citizens, as well as criteria that influence the choice of a place for leisure. Particular attention is paid to the description of the practices of visiting fashionable places, the degree of convenience and fullness of leisure spaces.

**Keywords:** cultural anthropology, third place, urban spaces, fashionable place, town people, urban practices, leisure.

## ПРИМЕНЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ МОЛОДЁЖНЫХ ФОРМАТОВ И ПРАКТИК В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ПЕРМСКОГО КРАЯ

*А. И. Яновицкая*

*Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»*

В работе рассматриваются форматы и практики работы с молодёжью, реализующиеся на территории муниципальных образований Пермского края. Автор поднимает вопрос значимости молодёжных мероприятий в разрезе молодёжной политики. Автором проводится анализ практик на предмет их успешности и актуальности. Анализ ведётся на основе памятки трендов молодёжного события, каждый критерий которой отвечает требованиям современного мира, а также интересам и потребностям молодых людей и основным маркерам успешных молодёжных форматов и практик.

**Ключевые слова:** молодёжь, молодёжные события, молодёжные форматы, молодёжные практики, актуальные форматы, специалисты по работе с молодёжью.

Молодёжная политика Российской Федерации реализуется множеством субъектов. Субъектами могут быть исполнительные власти, молодёжные общественные объединения, молодые семья или сами молодые люди. У каждого молодого человека и у каждого субъекта молодёжной политики существует возможность принимать участие в мероприятиях и молодёжных событиях всех уровней и реализовывать свои собственные проекты и события. При помощи молодёжных событий реализуется молодёжная политика в целом. Исходя из вышеописанного, можем сделать вывод, что специалисты по работе с молодёжью и другие субъекты молодёжной политики должны профессионально владеть актуальными форматами и практиками, для эффективного вовлечения молодых людей в молодёжные мероприятия. Актуальность нашего исследования довольно высока, так как тема актуальных форматов и практик в рамках моло-

дѣжной политики практически не освещена в научных работах как отечественных, так и зарубежных учёных, и специалистов.

Главный вопрос нашего исследования связан с анализом практик работы с молодѣжью и молодѣжных событий на примере Пермского края с помощью памятки трендов молодѣжного события.

В рамках исследования для нас важно изучение маркеров и трендов успешных молодѣжных форматов и практик; изучение конкретных форматов и практик, применяемых в Пермском крае. Для этого нам необходимо изучить научную литературу, связанную с потребностями и интересами молодѣжи. Также нам необходимо обратиться к сборнику «Технологии работы с молодѣжью: лучшие практики муниципальных образований Пермского края».

Цель реализуется совокупностью следующих задач: рассмотреть тренды актуального молодѣжного события; изучить региональные и муниципальные практики работы с молодѣжью; провести анализ рассмотренных практик с помощью памятки трендов молодѣжного события.

Для грамотной работы с молодѣжью, приносящей результат, мы должны помнить, что молодѣжный возраст – это рамка, включающая в себя 22 года. Следовательно, при работе через различные форматы и практики с людьми от 14 до 35 лет, мы имеем возможность создать профессиональную и неформальную базу для последующей самореализации молодых людей. По данным статистической службы Пермского края, молодѣжь занимает 24% от общего количества населения Пермского края [1]. Организовывая работу с молодѣжью через применение актуальных форматов и практик, мы работаем с четвертью населения Пермского края.

Анализируя тенденции молодѣжной среды, интересы молодых людей, маркеры успешных молодѣжных форматов и практик, нами была выведена памятка трендов молодѣжного события:

- Формат включает в себя онлайн и офлайн взаимодействие участников;
- Практика/формат включает в себя общение и взаимодействие участников в социальных сетях;
- Формат/практика содержит в себе принципы неформального образования (далее – НФО):
  - добровольность;
  - особая среда;
  - обучение через опыт;
  - активное участие в процессе обучения;
  - целостный подход;
  - коммуникация на одном уровне;
  - отсутствие внешней оценки;
  - ориентация на групповой процесс.

• Формат/практика соответствует тенденциям молодёжного события (более двух):

- дифференциация способностей молодёжи;
- портрет молодёжи;
- создание площадки/локации;
- глобализация;
- самоактивность молодёжи;
- софты (мягкие навыки);
- ценностные ориентации и учёба в течении всей жизни;
- взаимодействие в онлайн пространстве;
- открытая коммуникация на равных.

• В рамках формата/практики планируется памятный подарок или фирменный мерч (раздатка) для участников.

Из вышеописанного мы видим, что каждый критерий отвечает актуальной повестке современного мира, а также интересам и тенденциям молодёжи [2]. Следовательно, при анализе муниципальных практик работы с молодёжью, мы должны находить отражение в данной памятке трендов молодёжных событий.

Первой для анализа рассмотрим практику Чусовского городского округа – «Среда. Женский клуб» [3, с. 107]. Целевой аудиторией являются девушки-студенты ГБ ПОУ «Чусовской индустриальный техникум» и обучающиеся МБОУ «СУВУ №14 «Подросток». Цель Женского клуба заключается в выстраивании системы наставничества для трудных девушек-подростков с применением актуальных молодёжных форматов. Перейдём к анализу данной практики на основе памятки трендов молодёжного события. Формат включает в себя онлайн и офлайн взаимодействие участников. Мастер-классы, конкурсы, профессиональные пробы и обучения проходят в очном режиме в парках и молодёжном центре. Участницы Клуба общаются между собой и со своими наставниками в мессенджерах, то есть присутствует критерий взаимодействия участников. Данный формат содержит в себе принципы неформального образования. Стоит обратить внимание на соответствие тенденций: создание площадки/локации, (участники облагораживают территорию в рамках «Экологического девичника»); самоактивность молодёжи (поднимается уровень инициативности каждой участницы); присутствует взаимодействие в онлайн пространстве. В рамках данной практики не предусмотрен памятный подарок. Женский клуб является актуальным форматом работы с молодёжью. Данная практика не содержит в себе специфичных для конкретной территории характеристик, следовательно, может успешно реализовываться и в других муниципальных образованиях.

Следующей анализируемой практикой является практика Нытвенского городского округа – Межмуниципальный форум студенческой и работающей молодёжи «Территория опережающего движения – Запад» [3, с. 150]. Практика



направлена на молодёжь в возрасте 18–35 лет, проживающую на территории ассоциации «Запад», и заключается в раскрытии потенциала молодых людей, развитии навыков проектной деятельности и лидерских качеств. Рассматривая первый критерий, можем сделать вывод о преобладании офлайн взаимодействия участников. Анализируемая практика включает в себя следующие критерии неформального образования: обучение через опыт, активное участие в процессе форума. Кроме того, в данной практике можно выделить три тенденции молодёжного события: портрет молодёжи (создается портрет молодёжи конкретной территории – ассоциации «Запад»); самоактивность молодёжи; мягкие навыки (участники развивают навык общения, проектной деятельности, развивают лидерские качества). В рамках описанной практики есть памятный подарок – мерч форума, а также денежный сертификат на реализацию проекта. Межмуниципальный форум студенческой и работающей молодёжи «Территория опережающего движения – Запад» в целом соблюдает критерии актуальности, следовательно, является актуальным молодёжным событием.

«Митап «САМи 2.0» Чайковского городского округа [4]. Целевой аудиторией являются школьники и студенты Чайковского городского округа и муниципальных образований Пермского края. Данная практика направлена на повышение уровня социальной активности у молодёжи, на формирование навыков командного взаимодействия и лидерского поведения. Практика митапа соответствует первым двум критериям памятки трендов: в ней есть онлайн и офлайн процессы; участники взаимодействуют друг с другом и с организаторами на равных. Кроме того, «Митап «САМи 2.0» содержит в себе все признаки НФО. Анализируя тенденции, мы можем выделить дифференциацию способностей молодёжи (развивают собственные навыки и получают новые); мягкие навыки (участники развивают навык проектной деятельности, развивают лидерские качества); ценностные ориентации молодых людей. В рамках данной практики присутствуют мерч, который участники получают в начале мероприятия. «Митап «САМи 2.0» является актуальным форматом работы с молодёжью, который может распространяться и на другие целевые группы молодых людей.

Таким образом, мы проанализировали три практики молодёжных событий в разных муниципальных образованиях. Рассмотренные нами практики соответствуют памятке трендов молодёжного события, следовательно, являются актуальными. Стоит подчеркнуть, что были рассмотрены лишь три примера из трёх муниципальных образований региона, то есть малая доля всей молодёжной политики, реализуемой в регионе. Несмотря на это, мы можем утверждать, что часть специалистов по работе с молодёжью владеет актуальными форматами и практиками, а также успешно применяет их при работе с целевой аудиторией. Важно отметить, что каждая из рассмотренных практик может приме-

няться на других территориях при грамотном партнерстве и взаимодействии специалистов по работе с молодёжью.

### Библиографический список

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Население. [Электронный ресурс]. URL: <https://permstat.gks.ru/folder/33429> (дата обращения: 12.02.2022).
2. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Культура в жизни молодёжи: потребность, интерес, ценность // Вестник института социологии. Москва, 2018. С. 171–191.
3. Технологии работы с молодёжью: лучшие практики муниципальных образований Пермского края. Второе издание. Сборник кейсов. АНО «Молодёжный Эксперт». Пермь, 2020. 210 с.
4. Официальное сообщество МБУ «Многопрофильный молодежный центр». «Митап «САМи 2.0». [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/molodezhchaykovsky> (дата обращения: 12.02.2022).

### APPLICATION OF CURRENT YOUTH FORMATS AND PRACTITIONER IN MUNICIPALITIES OF THE PERM KRAI

*A. I. Yanovitskaya*  
*Perm State University*

The paper discusses the formats and practices of working with youth, implemented in the municipalities of the Perm region. The author raises the question of the importance of youth events in the context of youth policy. The author analyzes the practices for their success and relevance. The analysis is carried out on the basis of a youth event trend guide, each criterion of which meets the requirements of the modern world, as well as the interests and needs of young people, as well as the main markers of successful youth formats and practices.

**Keywords:** youth, youth events, youth formats, youth practices, current formats, youth workers.

## СОДЕРЖАНИЕ

РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО РАБОТЕ С МОЛОДЁЖЬЮ В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И УСТАНОВОК МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ Г. Р. Ахматшина .....	6
РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ (НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ) Е. С. Белозерова, О. П. Ильиных .....	12
СТРИТ-АРТ КАК ГОРОДСКОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ (НА ПРИМЕРЕ АРТ-ОБЪЕКТА «СЧАСТЬЕ НЕ ЗА ГОРАМИ») А. И. Бородина .....	17
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ СУБКУЛЬТУРЫ РОЛЕВИКОВ Д. С. Бушмакина .....	23
«КАДРОВЫЕ» ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ: НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ» У. А. Голдобина, О. П. Ильиных .....	33
КРИТЕРИИ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКИХ КОРЕЙЦЕВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ) Л. В. Жевлакова .....	38
ЯПОНИЗМ В ЕВРОПЕЙСКОЙ ГРАФИКЕ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX ВВ Ю. С. Иванкина, А. В. Манторова .....	46
РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ В СССР В 1920-е ГОДЫ А. С. Иванов .....	53
НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗВИТИЯ ЛИДЕРСТВА В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ Л. И. Калугина .....	63
ФЕНОМЕН ДЕНДИЗМА В АНГЛИИ В КОНЦЕ XVIII – НАЧАЛЕ XIX ВВ. М. С. Карелина, А. В. Манторова .....	72
МОДЕЛИ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ В. М. Киселева, Н. И. Береснева .....	80
ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТНОСТИ МОЛОДЕЖИ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ РОССИИ В СФЕРАХ НАУКИ И КУЛЬТУРЫ П. А. Клабукова, О. П. Ильиных .....	88

ДЕКОНСТРУКЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В РАБОТАХ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ХУДОЖНИКОВ	
С. В. Крюков .....	95
МАРСЕЛЬ ДЮШАН: ПРОБЛЕМА ОТНОШЕНИЯ К НАУКЕ	
С. К. Кудрин, С. А. Балашов .....	100
АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА ВИДЕОИГР ЖАНРА ХОРРОР (НА ПРИМЕРЕ ИГРЫ SILENT HILL 2)	
Е. А. Левченко .....	105
МИССИЯ «ПЕРМСКИЙ ЗВЕРИНЫЙ СТИЛЬ»: СОВРЕМЕННЫЙ НАРРАТИВ О ДРЕВНЕМ ИСКУССТВЕ ПРИКАМЬЯ	
Т. В. Лемаев, О. В. Игнатъева .....	113
ГЕНДЕРНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ	
К. Е. Лопатюк .....	121
АРТ-РЫНОК В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ	
Д. А. Максимова .....	131
ВИЗУАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ПОСТМОДЕРНИСТСКОГО ТЕКСТА ВИКТОРА ПЕЛЕВИНА В ГРАФИЧЕСКОМ РОМАНЕ	
А. М. Меспахова .....	137
ДИСКУРС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ АБСТРАКТНОГО ИСКУССТВА В НАЧАЛЕ XX ВЕКА	
М. А. Нигаматова .....	144
ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В СИТУАЦИИ КОРОНАВИРУСА (ЛОНГИТЮДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)	
М. В. Парфенова .....	153
ПАНДЕМИЙНЫЕ СТРАХИ И СЮЖЕТЫ	
М. П. Петрова .....	162
К ЛОГИКЕ МУЗЕЙНОГО НАРРАТИВА «ЛУКОЙЛ- ПЕРМНЕФТЕОРГСИНТЕЗ»: ОПЫТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ФОТОГРАФИЙ	
И. И. Пимпия .....	171
КОМИ-ПЕРМЯЦКАЯ КУЛЬТУРА И ФОЛЬКЛОР В СЕРИАЛЕ «ТЕРРИТОРИЯ»	
Е. С. Потемкина .....	178
ПОТЕНЦИАЛ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПЕРИОДИКИ ПЕРИОДА ПЕРЕСТРОЙКИ	
Н. А. Пронин .....	188

ЛОГОТИП И УПАКОВКА ТОВАРА КАК СИМВОЛ Д. Сулейманова .....	199
РАЗВИТИЕ ВОЛОНТЁРСТВА: ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ М. М. Титова, Н. Н. Фокина .....	205
ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ М. С. Хлюпина .....	212
СТАНОВЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО YOUTUBE И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЁЖИ Е. А. Чернявская .....	221
ТЕНДЕНЦИИ ГОРОДА ПЕРМИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ Е. И. Чулошникова .....	229
РОЛЬ ТВОРЧЕСТВА В ФОРМИРОВАНИИ МОЛОДЫХ ЛИДЕРОВ. АНАЛИЗ НЕСКОЛЬКИХ ПОРТРЕТОВ А. Д. Чуракова .....	236
ГЕНЕЗИС РЕКЛАМНОГО МИФА П. Р. Шакирова .....	241
ОСОБЕННОСТИ ПРАКТИК ПОСЕЩЕНИЯ МОДНЫХ МЕСТ: ПЕРМСКИЙ ОПЫТ Т. В. Шаламова .....	246
ПРИМЕНЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ МОЛОДЁЖНЫХ ФОРМАТОВ И ПРАКТИК В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ПЕРМСКОГО КРАЯ А. И. Яновицкая .....	253

*Научное издание*

## **Мир науки и искусства**

Сборник статей по материалам  
Региональной научно-практической конференции  
студентов, аспирантов, учащихся и молодых ученых

Издается в авторской редакции  
Компьютерная верстка: *Е. А. Шкураток*

---

Объем данных 3,48 Мб  
Подписано к использованию 17.05.2022

---

Размещено в открытом доступе  
на сайте [www.psu.ru](http://www.psu.ru)  
в разделе НАУКА / Электронные публикации  
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Издательский центр  
Пермского государственного  
национального исследовательского университета  
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15