



STUDIA CULTURAE

Выпуск 15

Санкт-Петербург

2013

Редакционный совет: Соколов Е. Г., д.ф.н., (председатель); Акиндинова Т. А., д.ф.н.; Алексеев-Апраксин А. М., д. культурологии; Борисов О. С., д.ф.н.; Голик Н. В., д.ф.н.; Дянова В. М., д.ф.н.; Колосков А. Н., к.филол.н. (редактор-координатор); Могилевич М. Н., к.ф.н.; Морина Л. П., д.ф.н.; Ноговицын Н. О., к.ф.н.; Орлова Н. Х., д.ф.н.; Радеев А. Е., к.ф.н.; Соколов Б. Г., д.ф.н.; Солонин Ю. Н., д.ф.н.; Сурова Е. Э., д.ф.н.

Рецензент: доктор философских наук, профессор Ю. Е. Милотин.

*Печатается по постановлению
Санкт-Петербургского философского общества
и рекомендации Ученого совета Философского факультета
Санкт-Петербургского государственного университета*

ACADEMIA

Studia culturae. Вып. 15. Научный альманах кафедр культурологии, эстетики и философии культуры и Центра изучения культуры Санкт-Петербургского государственного университета. Учредитель Санкт-Петербургское философское общество. — СПб.: Издательство СПбГУ, 2013 г. — 268 с.

ISSN 2225-3211

В журнал *Studia culturae* вошли научные статьи, посвященные изучению актуальных проблем теории и истории культуры, философии культуры, эстетики и философии искусства. Издание предназначено для всех, интересующихся философией, культурой и искусством.

ББК 87

© Авторы статей, 2013
© Санкт-Петербургское
философское общество, 2013
© Издательство СПбГУ, 2013

ISSN 2225-3211

Для англоязычного читателя показателна не издававшаяся на русском книга американского писателя Э. Калленбаха «Экотопия», в 1970-е годы спровоцировавшая часть читателей на действия по воплощению экологической утопии: появилось движение за отделение опасного в книге региона (Тихоокеанское побережье) от США и создание там «экологически дружественной» экономики. Многочисленные попытки создать экологическую гармонию в отдельном пространстве могут быть поняты с помощью концептов праптопии (А. Тоффлер) и гетеротопии (М. Фуко), через которые раскрываются смыслы ландшафтов и экологических музеев.

В фантастике четко обозначено ключевое для экологического гуманитарного проекта противоречие, которое анализирует А. М. Пятигорский: история культуры основана на тенденции выделения индивидуального в ущерб родовому началу, вытеснения и даже ликвидации рода в сознании человека; поэтому принять экологическую идею выживания всего человечества — идею рода, — не просто сложно, а практически невозможно для современного человека [10].

Художественное решение экологических проблем не всегда дается через образ идеального общества — возможно создание образа идеального человека, который в массовой культуре получает телесность растения. «Человек растительный» — автотрофное животное, которое способно получать энергию непосредственно от солнца, но обладающее свободной волей и разумом, — описано как далекий идеал уже В. И. Вернадским; однако представляется, что такое существо с измененной телесностью все же не совсем человек. Образ человека растительного развивается в современной художественной культуре как антитеза к образу человека-машины, в рамках гуманитарного экологического проекта. Но появиться без экологического знания о роли растений в биосфере он не мог бы.

А. Сент-Экзюпери, рассуждая о логике и поэзии, сказал, что вера теоретика в логику и недоверие мечте, интуиции, поэзии — всего лишь иллюзия, и эти «три феи» просто переоделись, но как раз им теоретик обязан своими замечательными находками. Они являются под именем «рабочих гипотез», «произвольных допущений», «аналогии», и теоретик не подзревает, что, слушая их, изменяет логику и внимание [11]. В экологической эстетике, как представляется, научно-рациональное и художественно-образное начало могут быть соединены, и глубокого противоречия между когнитивистским и нон-когнитивистским подходами, видимо, нет — скорее их следует рассматривать как взаимодополнительные; их комплексность — показатель сложности и многосторонности предмета экологической эстетики.

1. Щедрина Г. К. Экологическая эстетика и универсализация эстетического // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века. Материалы научной конференции 10 октября 2001 г. Серия «Symposium», выпуск 16. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 82.
 2. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. СПб.: «Алетейя», 2000. С. 252.
- Haackel, Ernst. *Kunstformen der Natur*. Leipzig und Wien: Bibliographisches Institut, 1904. Соловьев В. С. Красота в природе. // Собрание сочинений Владимира Сергеевича

- Соловьева сь тремя портретами и автографом. Под редакцией и сь примечаниями С. М. Соловьева и Э. Л. Радлова. Второе издание. СПб.: Книгоиздательское Товарищество «Просвещение», 1911–1914 (факсимильное издание). Т. 3. С. 39–80.
3. Селье Г. От мечты к открытию. М.: Прогресс, 1987. С. 17–22.
 4. *Geizenberg V.* Картина природы у Гёте и научно-технический мир // Гейзенберг В. Шаги за горизонт. М.: Прогресс, 1987. С. 314–315.
 5. *Адorno T. V.* Эстетическая теория. М.: «Республика», 2001. С. 383–384.
 6. *Геккель Э.* Лекции по естествознанию и философии. СПб.: Издательство Вестника Знания, 1913. С. 56.
 7. *Дёблин А.* Горы моря и гиганты. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011.
 8. *Пятигорский А. М.* Является ли будущее «зеленых» розовым? Утопия и демократия // Пятигорский А. М. Избранные труды. М.: Школа Языка русской культуры, 1996. С. 369–372.
 9. *Сент-Экзюпери А. де.* Смысл жизни. СПб, Домино, 2010.

Ю. В. ИВАНОВА
Кандидат культурологии, доцент
НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ*

В пространстве актуальных стереотипов за Санкт-Петербургом сохраняются и веяски используются такие именованья как «культурная столица», «город музеев», «блестящий императорский город». Однако в свете изменяющихся экономических, социальных, культурных реалий консервация такого рода «бренда» оказывается проигрышной стратегией. В статье приводятся указания и историко-социальный анализ таких явлений современной культурной жизни города, как творческие кластеры, разнообразные фестивали международного уровня. С точки зрения социальной включенности, такого рода пространства и мероприятия позволяют реализовать творческие устремления граждан, что является ценностью для культурной жизни города; экономическая составляющая данной ситуации позволяет говорить и как о различном рода финансовых вложений в «культурную сферу», так и о развитии туристической индустрии, отличной от традиционной «экскурсионной» формы. За «творческой индустрией» закрепляется статус доминанты и детерминанты инновационного развития городского пространства. *Ключевые слова:* Санкт-Петербург, творческая индустрия, инновационные проекты, креативный сектор, коммодификация наследия, взаимоотношение экономики и культуры

Одними из самых распространенных стереотипов восприятия Санкт-Петербурга являются образы «культурной столицы России» и «города музеев». Дополняют и отчасти противостоят этим образом классически правильному «пушкинскому Петербургу»

* Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ-ВШЭ в 2011 году ТЗ №43.1

га» представления о городе на Неве как о крупном научном или учебном центре России и, шире, Европы. При этом дискурс о Петербурге как о городе инновационном, креативном и (пост)современном только в последние несколько лет начинает звучать на различных научных и общественных форумах. В значительной степени эта тенденция отражает положение России в мире инноваций [1]. Декларируемый курс на модернизацию российской экономики ориентирован преимущественно на технологическую составляющую прогресса и на количественные показатели уровня жизни. При таком подходе за рамками рассмотрения оказываются качественные характеристики, в первую очередь, культурные и социальные, необходимые для процветания регионов. В этом смысле Петербург с его богатейшим культурным наследием является уникальным городом и при развитии творческих секторов культуры может оказаться репрезентативным примером внедрения зарубежной практики креативных индустрий в современных российских условиях.

Западная теория и практика последних лет показали, что для эффективного развития города недостаточно прилагать усилия для консервации классического культурного наследия, необходимо использовать новые способы включения старых культурных объектов в современный контекст и в инновационные практики освоения заложенных в них смыслов и ценностей. На рубеже XX–XXI вв. в прикладных исследованиях культуры появляется новое направление, связанное с анализом творческих секторов, деятельность которых находится на пересечении экономики, культуры и социологии.

В современных городах все большую роль для развития новой, постмодернистской культуры, а также для сохранения накопленного культурного наследия приобретает такой вид предпринимательской активности, как творческие (креативные) индустрии («creative industries»). Наиболее значимым и часто цитируемым определением творческих секторов является дефиниция, данная в 1998 г. британским департаментом культуры, медиа и спорта: «Креативные индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [2]. Эта совокупность видов различных видов экономической деятельности, связанных с творческим использованием информации и основанных на авторском праве. Существенной частью определения творческих индустрий является список сфер, которые входят в понятие «креативных индустрий». Это архитектура и музыка, театр и дизайн, кино и изобразительные искусства, средства массовой коммуникации и реклама, программное обеспечение и сервис в сфере досуга и развлечения, издательское дело и цифровой творческий контент, а также некоторые иные сферы, непосредственно связанные с перечисленными выше.

Понятие «творческих» («креативных») индустрий основано на развитии концепции «культурных индустрий», рассмотренной работами представителей Франкфуртской школы. В изданной еще в 1947 г. книге «Диалектика Просвещения. Философские фрагменты» М. Хоркхаймер и Т. В. Адорно вводят понятие «культуриндустрии»,

не давая, однако, четкой дефиниции данного неологизма. В разделе «Культуриндустрия. Просвещение как обмен масс» под культуриндустрией понимается массовая культура, прежде всего в аспекте масс-медиа (это радио, реклама, кино, исполнительское искусство). Как «техника навязывания стереотипов» [3], культуриндустрия представляется у Адорно и Хоркхаймера синтезом искусства и развлечения, основанном на повторении одного и того же: «... культуриндустрия продолжает оставаться рывлелькательным бизнесом. В силу того, что претворение всех тенденций культуриндустрии в кровь и плоть ее аудитории осуществляется процессом социализации в целом, наличие пережитков рыночных отношений в данной отрасли является лишь способствующим ассимиляции этих тенденций обстоятельством» [4].

В последующие десятилетия концепция «культурных индустрий» претерпела значительные изменения вследствие нескольких взаимосвязанных причин. Во-первых, введенные указанными выше социологами и теоретиками культуры понятия «культурных индустрий» вызвало критику, прежде всего, из-за сложности в определении и восприятии термина «культура». Во-вторых, понятие «культура», воспринимаемое прежде всего в аспекте «высокой культуры» столкнулось с серьезной критикой социологов, деятелей и потребителей культуры как такой социальной феномен, который требует от государства больших затрат, но приносит мало пользы. Культурные продукты, согласно данному мнению, ориентированы в основном на образованный класс. Так, в исследованиях Веры Л. Зольберг, интерпретация высокой культуры и значительной степени означает для западного общества дозированную информационно, достаточную для создания «уважения к символическим вещам, которые контролируют доминирующие группы» [5]. В-третьих, понятие «культурные индустрии» не исключало компьютерные технологии, бурно развившиеся в конце XX столетия. Все это потребовало пересмотра концепции «культурных индустрий» и привело к появлению термина «творческие индустрии».

Понятие творческих индустрий соответствует уровню развития постиндустриального общества и включает в себя совокупность различных видов визуальных и исполнительских искусств, медиасреды и технического изобретательства, основанных на индивидуальном творческом начале. У Хоркхаймера и Адорно «культуриндустрия», как и в русском варианте «творческие индустрии», акцентируют преимущественно тот сектор экономики, который означает промышленное производство. Так, например, «die Schwerpunkte der Industrie und Landwirtschaft» — это «ведущие отрасли промышленности и сельского хозяйства», а «культуриндустрия» — это, прежде всего, техника и технология. В связи с этим представляется обособленным употреблением в качестве термина, родственного английскому «creative industries», понятие «творческие отрасли» или «творческие сектора». Для понимания специфики функционирования творческих отраслей необходимо остановиться на конкретных примерах внедрения креативных фирм в разных городах, а также на таком явлении, как «креативный кластер».

(концентрированные на небольшой территории, различные «креативные» предприятия образуют «творческие кластеры», то есть объединения (от англ. — «рой»),

«скопление») нескольких более-менее однородных и/или взаимосвязанных элементов, которые могут рассматриваться как самостоятельные единицы, обладающие специфическими свойствами. Считается, что первыми в мире «креативными кластерами» были аналогичные объединения в английских городах Шеффилд, Манчестер и Ливерпуль, где бывшие промышленные кварталы, оказавшиеся заброшенными из-за экономического кризиса, в 1980-х гг. были репрофилированы в зоны «креативного производства и потребления». Появившиеся на этих территориях коммерческие объединения и отдельные небольшие фирмы художников, дизайнеров, издателей и комьютерщиков превратили эти «творческие кварталы» в новые городские центры притяжения. По законам экономики, независимые творческие предприятия концентрируются обычно на городских окраинах, где дешевле недвижимость, в некоторых случаях такие креативные кластеры, основанные на использовании ресурсов городских центров, начинают соперничать по привлекательности с классическими старыми и творческими способами потребления.

Интересно отметить, что именно в Петербурге, самом европейском из российских городов, возникает первый в нашей стране «проект», который можно назвать «творческим кластером» — это Арт-центр «Пушкинская-10», появившийся в 1989 г. Тогда независимые деятели культуры (художники, музыканты, искусствоведы и пр.) обновились в пустующем доме на Пушкинской улице. Для создания центра современного искусства была разработана концепция и официально зарегистрирована государственная некоммерческая организация Товарищество «Свободная культура». Затем с помощью городских властей здание на Пушкинской улице было реконструировано. За более, чем два десятка лет своей активной деятельности, Арт-Центр («Пушкинская-10») приобрел известность в России и за рубежом. Здесь расположились галереи и концертные площадки, клубы и Арт-Радио, около 40 мастерских художников и музыкантов и Арт-Бюро. «Наследуя культурные традиции Петербурга, в 1998 г. Товарищество учредило в стенах дома на Пушкинской первый в России Музей некоммерческого искусства. В Музее собрана уникальная коллекция произведений «неофициального» искусства второй половины XX века, ранее неизвестных широкому зрителю. При Музее открыты Петербургский архив и библиотека независимого искусства; частью Музея также является авторская галерея «Мост через Стикс», экспозиция которой составлена в сотрудничестве с Государственным Русским музеем и представляет осмысление новейшей истории России в современном искусстве» [6]. Представляется необходимым отметить фестиваль арт-пространств Петербурга («МАРТ-ПРОСТРАНСТВА»), который был организован в марте-апреле 2011 г. при поддержке «Пушкинской-10».

Проект «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» был запланирован как масштабное событие в сфере современного петербургского художественного андеграунда. Цель проведения данного фестиваля — объединение и поддержка новых «творческих кластеров» Петербурга и усиление их роли в культурной жизни города. Галерея «Квартира Алексея Сергиенко», лофт «Звёздочка», арт-пространство «Vue-View-Ballet», творческое

пространство «K7», арт-галерея «ZAVOD», участвовавшие в проекте «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА», являются примерами петербургских «креативных кластеров». Кроме этого, все более значимую роль в современной культурной жизни города играют такие «колонии художников и предпринимателей», как арт-пространство «Факел» и лофт-проект «Этажик». Последний из названных «творческих кластеров» объединяет галерею, кафе, хостел и лекционные залы и является популярным не только у жителей северной столицы, но и у гостей города. Таким образом, можно констатировать, что петербургские «креативные кластеры» носят названия «лофты», «лофт-проекты», «арт-пространства», «проекты». Из участвовавших в фестивале «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» «творческих кварталов» одним из самых разносторонних является творческое пространство «K7» (ул. Казанская, 7). В огромном дворе и в необъятных помещениях бывшего завода «Заря» в самом центре города расположились школы танцев и клубы, театр и фотостудии, дизайн-центры, всего больше десятка «креативных фирм». «Частью этого интеллектуального производства являются и творческие индустрии, основанные на прямом использовании ресурсов культуры» [7]. В рамках фестиваля «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» в «K7» и других творческих кластерах были организованы перформансы, мастер-классы, кинопоказы, выставки, семинары и концерты. Именно подобные творческие способы освоения классического культурного наследия или создания новых «креативных продуктов» являются примерами взаимодействия классики и постмодернистской современности, строго выверенного наследия и нестандартных творческих поисков.

В связи с анализом фестиваля «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» невозможно не остановиться на кратком анализе такого важного для Санкт-Петербурга проявления творческой активности в сфере культуры и искусства, как различные культурные фестивали. По данным Института культурных программ, в «северной столице» в течение года проводится около 300 различных фестивалей и конкурсов по тематике культуры и искусства. Множество фестивалей посвящены классической, джазовой и популярной музыке, классическому и современному танцу, а также русской литературе, фолк-этнографии, театральной деятельности, этнической культуре (русской, японской, шотландской и иным), моде, экологии, байкерам и любителям аниме. Спектр тематики и названий фестивалей и конкурсов отсылает к такому понятию современного менеджмента, как «бренд». В целом, можно констатировать, что культурные фестивали Петербурга в большинстве случаев отсылают или к стереотипу города как «культурной столицы», или представляют те или иные «подбренды» петербургского «бренда». Так, классическую (в том числе императорскую) петербургскую культуру представляют фестивали, имеющие в своем названии отсылку к старому Петербургу, к известным петербургским памятникам или к известным жителям города (например, «Амфилапейская музыка», День памяти А. Пушкина, «Музыкальный Эрмитаж», «Дельта фиде на Неве», «Культурная столица», «Петербургская музыкальная весна», «Дельта Пены», «Императорские сады России», «Венок славы Александра Невского» и др.) Ориентация на период «белых ночей» отразилась в названиях таких фестивалей, как Международный музыкальный фестиваль «Звезды белых ночей» и «Белая ночь ро-

мантической музыки). Традиционную (православную и этническую) русскую культуру представляют: «Масленица», «Академия православной музыки», «Славянское кольцо», «Русская сказка», «Роман Сладкопевец» и пр. Большинство петербургских фестивалей и конкурсов являются международными (имеют в своем названии слова «международный», «открытый» или посвящены культуре иных стран). Среди представленных на официальном сайте Администрации С.-Петербурга [8] таких фестивалей и конкурсов больше 60% (например, «Дни культуры Шотландии», «Фестиваль багряных городов», «День Европы», «Ингерфолк», «Все флаги» или Фестиваль традиционной японской культуры «Сад удовольствий»).

Подобные конкурсные и фестивальные проекты включают в себя обычно как классическое наследие и пространство «высокой культуры», так и новые художественные поиски. С одной стороны, примерно половина проводимых в «северной столице» фестивалей получает финансовую и информационную поддержку Комитета по культуре Администрации Санкт-Петербурга, с другой стороны, многие из фестивалей самостоятельно ищут спонсоров и, надо констатировать, преуспели в этом. В целом, фестивальное движение в городе на Неве получило первый значительный импульс своего развития после разработки в 1997 г. «Стратегического плана Санкт-Петербурга», постулировавшего необходимость внедрять «бренд» города как «культурной столицы России» и сформулировавшего задачу 2.3.2: «Усилить значимость Санкт-Петербурга как культурной столицы, места проведения общественных акций мирового значения» [9]. В дальнейшем фестивали и конкурсы получили содействие своих организации и проведении в виде отдельной строки в бюджете Петербурга.

Однако, было бы неправильным сводить взаимоотношения культуры и экономики к классической проблеме необходимости государственной поддержки сферы культуры. Уже в ходе подготовки к празднованию 300-летия Петербурга городская культура была осознана и отражена в «Стратегическом плане» не в качестве вторичного феномена, а как одна из центральных сфер жизни города, без которой невозможно ни его развитие, ни процветание, ни интеграция в мировую экономику и информационную среду. «Привлекательность городской среды, особенно в центральной части города, высокий уровень образования и культуры горожан, их любовь к родному городу, романтический образ Санкт-Петербурга, важное место, занимаемое им в мировой культуре и современной экономике – вот та основа, на которой может строиться стратегия развития города, привлечения сюда средств и ресурсов» [9].

Невозможно при этом рассматривать ни роль классического культурного наследия Петербурга, ни роль новых «творческих секторов» без анализа туристской привлекательности города. Расширение сферы создания нового культурного продукта создает новые коммерческие фирмы, связанные с творчеством и приволящие к положительным изменениям социального климата в городе. Это также способствует улучшению международного имиджа Петербурга как «культурной столицы России». Развитие «культурного туризма» в различных городах мира привело к созданию такого нового направления, как индустрия впечатлений, под которой понимается не только индустрия развлечений, но и индустрия вовлечения в событие или процесс. Это могут быть мастер-класс или интерактивная экскурсия, участие в выборе победи-

телей творческого конкурса или встреча с известными людьми (художниками, актеры, музыкантами и т.п.), участие в семинаре, «круглом столе» или «квест» (задания с ориентированием на местности).

Подобные интерактивные мероприятия, превращающие традиционный туризм в его строгой маршрутизацией («посмотрите налево, посмотрите направо») в интересное приключение, которое дает новый жизненный опыт, в значительной мере акцентируют городское пространство, придавая ему новые измерения. «Креативные кластеры», организуемые в бывшей «промышленной зоне», создают новые центры притяжения горожан и гостей Петербурга, дополняя бренд «северной столицы» в качестве роскошных и стилизных декораций различных престижных мероприятий от Петербургского экономического форума до свадоб частных лиц. Новым «лицом» города на Неве наряду с брендом «блистательного Петербурга» может стать бренд «креативного Петербурга».

Описанные выше примеры внедрения «творческих секторов» в Петербурге сложно трактовать однозначно. С одной стороны, креативное предпринимательство можно рассматривать с точки зрения теории коммодификации наследия. В современной теории менеджмента одним из наиболее эффективных и значимых механизмов управления культурными ресурсами является теория коммодификации (товаризации) наследия, которая заключается в превращении культурного или исторического ресурса в товар или продукт. С другой стороны, в современном крупном городе сохранение культурного наследия невозможно без его дальнейшего достойного развития, видоизменения и обновления. Одним из таких, несомненно, важных для петербургской культуры механизмов могли бы стать «креативные сектора» и «творческие фирмы».

Развитие креативных индустрий могло бы стать важным импульсом развития в России в целом. Особенно эта тема актуальна для Санкт-Петербурга из-за его амбивалентного географического и историко-культурного положения, т.к. он является одним из важнейших в нашей стране культурных, туристических, образовательных и художественных центров. При этом Петербург традиционно воспринимается как город-музей, слава которого связана с его блистательным прошлым, контрастирующим с довольно блеклым настоящим. Активное и плодотворное взаимодействие в северной Пальмире культурного наследия и креативных индустрий способно привести к положительным изменениям в культурной и иных областях жизни Санкт-Петербурга, а также к развитию творческой самореализации горожан как важной ценностной доминанты. Творческие сектора, соответствующие постиндустриальному уровню развития общества, оказываются, таким образом, детерминантой инновационного развития городского пространства.

1. Так, в рейтинге 130 инновационных государств (INSEAD Global Innovation Index) за 2008-2009 гг. Россия находится на 68 месте, между Панамой и Румынией.
2. Department for Culture, Media and Sport (1998) Creative Industries Mapping Document (URL: <http://www.creativitycultureeducation.org/research-impact/exploresearch/creative-industries-mapping-document-1998.10.PAR.html>) Data обращения 29.12.2011.

3. Это парафраз цитаты: «техникой навязываемого всевластия стереотипов» из: Хор-кхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М., СПб.: Мелиум, Ювента. 1997. С. 170.
4. Там же.
5. Zolberg, Yera L. American Art Museums: Sanctuary or Free-For-All? in: Social Forces, Vol. 63 No 2 (Dec. 1984), p. 378.
6. Сайт Арт-центра «Пушкинская-10» URL: <http://www.p-10.ru/about-2/> Дата обращения 19.01.2012.
7. Гнедовский М. Б. Творческие индустрии: Стратегия инновационного развития. URL: <http://old.interstudio.ru/projects/doclads/gnedovsky.htm>. Дата обращения 07.11.2011.
8. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: <http://www.gov.spb.ru/culture/2006> Дата обращения 21.02.2012.
9. Стратегический план Санкт-Петербурга URL: <http://cntd.murmansk.ru/cedirs.php?http://www.cntd.murmansk.ru:3000/noframe/law?d&nd=8334018> Дата обращения 22.02.2012.

Г. К. КАСУМОВА

*Кандидат философских наук, доцент
Бакинский государственный университет*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Процесс глобализации с необходимостью подразумевает изменение ценностной парадигмы, лежащей в основе культуры. Учитывая исторический характер формирования ценностей, можно утверждать, что возникает проблема трансформации и в то же время сохранения целостности ценностного ядра культур на постсоветском пространстве. *Ключевые слова:* аксиология, глобализация, иерархическая система ценностей

Анализируя социально-философский аспект трансформации ценностей в современном мире, мы пришли к следующим выводам.

Один из аспектов проблемы социокультурной трансформации — проблема трансформации духовных ценностей в современном мире, так как ценности органично вписаны как в социальный, так и в культурный контекст и, более того, могут рассматриваться как смыслообразующие.

Существенным фактором трансформации ценностей в современном мире является глобализация. Влияние глобализации на духовные ценности очень значительно по своим социокультурным последствиям. Если исходить из понимания глобализации как стремления человечества сохранить многообразие культур, но при этом достичь цивилизационного единства, то этот процесс невозможен без формирования новой парадигмы культуры, выражающей современные тенденции развития мирового сообщества. Общеизвестно, что в основе любой культуры лежит определенная система ценностей и изменение культурной парадигмы предполагает изменение ценностной системы, лежащей в ее основе. Таким образом, если мы положительно принимаем идею глобализации человечества, мы должны быть готовы к становлению новой парадигмы культуры с качественно иной системой ценностей.

Введение новых ценностей, нарушение иерархии в ценностной системе могут привести к разрушению целостности ценностно-смыслового ядра культуры и последующим трансформациям. Данные процессы способствуют формированию новых оснований культуры — новых культурных кодов, что, в свою очередь, может привести к возникновению нового типа культуры.

Ценности общества менялись на протяжении всей истории человечества — это неизбежный и объективный процесс, отражающий динамику развития в системе культуры. Но на разных этапах социокультурного развития этот процесс происходил по-разному. Современный этап имеет свою специфику: никогда прежде смена культурных ценностей не происходила такими темпами, как в современном обществе. Одна из существенных причин — глобализация, которая изменила коммуникативную ситуацию в мире. Создание глобального коммуникативного пространства изменило механизм формирования новых культурных ценностей и темпы их вхождения в иерархическую структуру ценностной системы.

Необходимо учитывать еще один аспект проблемы — исторический характер духовных ценностей. Их развитие нельзя искусственно ускорить или замедлить, они происходят в обществе в ответ на потребность регуляции межличностных отношений. В каждый данный момент исторического развития они отражают мироощущение человека конкретной исторической эпохи со всеми ее особенностями.

В современных условиях духовные ценности общества на постсоветском пространстве находятся не в устойчивом и иерархически организованном состоянии, а в основном пребывают в разбалансированном, фрагментарном виде. Нарушение иерархии ценностей, их раздробленность можно наблюдать не только в системе культурных и духовных ценностей, но и в системе политических и других ценностей. Оно органично соответствует конкретным условиям общества, конкретному этапу его развития.

Процесс разрушения системы ценностей, смена символов и знаков, отражающих преемственность поколений, нарушение механизма передачи традиционных ценностей — все это присуще современной социокультурной реальности и непосредственно связано с кризисом идентичности. Помимо этого, с неустойчивостью, а во многих случаях, и с кризисом идентичности связаны изменения ценностно-смысловых доминант в системе воспитания, которые ведут к изменению содержательного аспекта процесса социализации и инкультурации.

Мы считаем, что в настоящее время актуальным является вопрос формирования системы ценностей, с сохранением базисных ценностей культуры, входящих в ее устойчивое ядро. При этом следует учесть, что полностью сохранить базисные ценности в их традиционном виде, вряд ли удастся. Очень важным при этом будет то, на каком основании формируются эта система ценностей. Прогнозировать какую-то одну определенную модель перехода к новой культурной парадигме невозможно. Но можно лишь утверждать, что эта новая система ценностей будет выражать новый образ мира, новую модель мира, которая складывается у современного человека глобализирующегося мира.

Artemenko T. U.

**THE PROBLEM OF UNITY OF SENSUAL EXPERIENCE
IN MODERN AESTHETICS**

Rethinking the foundations of aesthetics in the XX century raises a number of questions on the subject of aesthetics, about the possibility of the relation of the latter with rationality, on the language of descriptions and commit. In this article it is listed a set of positions, putting question of the status of sense, the question of whether sensuality replace rationality in the discourse of aesthetics, as soon as it had ceased to be dependent on a scientific or ethical truth. **Key words:** modern aesthetics, rationality, the status of sensual, aesthetics as a dynamic system

Vashchuk O. A.

**SOCIO-POLITICAL POSTER OF THE EPOCH OF «PERESTROIKA»
IN THE WORKS OF THE LENINGRAD MASTERS: COMMUNICATION
AND ARTISTIC ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF THE IMAGE**

Social art accumulates the experience of the early Soviet design-graphics, aimed at social integration by means of recognizable slogans, images, quotation. Formed iconographic archives of images becomes material for the works of the masters of author's and the lottery poster graphics of 1985–1991. **Key words:** Social — art, iconography, the Soviet poster

Guseva A. U.

**COGNITIVE AND NON-COGNITIVE VIEWS:
NEED OF COMPLEMENTARITIES**

In this article we describes a tradition of ecological (environmental) aesthetics as contemporary reception aesthetics of nature. Traced the origins of ecological (environmental) aesthetics found in aesthetic and natural science history and theory. Categories of environmental (ecological) beauty, purity as environmental beauty, the concept of ecological (environmental) glamour and ecological utopia (ecotopia) — the problematic field in the analysis which revealed the need for methodological complementary of cognitive and non-cognitive views. **Key words:** cognitive and non-cognitive views, ecological (environmental) beauty, purity as environmental beauty, ecological (environmental) glamour, an ecological utopia, an environmental utopia, ecotopia, the humanitarian ecological project, aesthetics of positivism, V. S. Solovyev, E. Haeckel, J. W. Goethe, Montfaucon de Villar, A. Döblin, E. Callenbach, W. K. Heisenberg, V. Vernadsky.

Ivanova Y. V.

**THE PROSPECTIVE OF DEVELOPMENT
OF CREATIVE INDUSTRIES IN SAINT-PETERSBURG**

In the space of topical stereotypes Saint-Petersburg obtains such naming as «cultural capital», «city of museums», «brilliant Imperial city». However, in the light of the changing economic, social, cultural reality the conservation of this kind of «brand» is a losing strategy. The article provides guidelines and historical-social analysis of such phenomena of modern cultural life of the city as creative clusters, various festivals of the international

level. From the point of view of social inclusion such spaces and activities are to implement creative aspirations of citizens, that is valuable to the cultural life of the city: the economic component of this situation allows us to speak about various kinds of financial investments in the cultural sphere, as well as on the development of the tourism industry, different from the traditional «excursion» form. For the «creative industry» stipulates the status of the dominant and the determinant of innovation development of the urban space. **Key words:** Saint-Petersburg, creative industry, innovative projects, creative sector, commodification of heritage, the relationship of economy and culture

Kasumova G. K.

TRANSFORMATION OF VALUES IN THE MODERN WORLD

The process of globalization necessarily implies the change of the value paradigm, which lies at the basis of culture. In the order of historic nature of the formation of values, it can be argued that there is a problem of transformation and preserving the integrity of the values of the kernel cultures in the post-Soviet space. **Key words:** axiology, globalization, a hierarchical system of values

Ketova T. N.

ECOLOGICAL CORPORALITY: MODERN TRENDS

In XX–XXI centuries the idea of human transformation loses metaphysical nature and goes to the practical implementation, which leads to the production of various strategies of anthropological techniques. Aesthetic functions of art transfers to the field of biomedicine, where the human body itself becomes the subject of biochemical and genetic design. The modern process of «creation of man» becomes more anonymous, there is a risk of loss of control over the flow of radical transformations. **Key words:** Strategies of anthropological techniques, transformation of human, body design, posthuman, transhumanism, morphological freedom., Anthropological identity, functional paradigm.

Kulbizeckov V. N.

WORK OF ART AS AXIOLOGICAL PHENOMENON

The author considers the process of artistic creation through the prism of the concept of the game, the playing relations. This aspect of consideration allows to open the focal mechanisms of the creation of works of art, and, in addition, to specify the perspective of value of creativity. **Key words:** Aesthetics, games theory, axiology, artwork

Kirilova O. A.

**«BEYOND» ASA SENSUAL REGIME: AESTHETICAL
AND CULTUROLOGICAL CONTRADICTIONS**

The article is focused on the relation of textuality to sensuality and that of Art to engagement in modern culture. The mode of textual beyond the social is regarded as «autoecological». The «inner postmodernist» of any text is accentuated as a con-textual agent needed by deconstructivist potential of the text itself in synchronization of the Modernist and Post-Modernist as two mental types co-existing in contemporaneity. The «Beyond» is

SCHOLA

| | |
|--|-----|
| Баркова Е. В. Экологическая эстетика и флористический дизайн: от экологии пространства к экологии души | 51 |
| Бережная Е. А. Телесность в условиях «культуры присутствия» | 57 |
| Вежлева Э. К., Шугайло И. В. Конфликт реального с символическим в смыслопорождении музыкальной драматургии | 63 |
| Еременко Е. Д. Порно как токсичный контент | 75 |
| Загрядская А. С. Нравственное и эстетическое в различных парадигмах | 81 |
| Колесникова Д. А. Визуальная экология | 87 |
| Котыло А. А. Маска, актер и зритель в классической античной трагедии | 92 |
| Куприянов В. А. Становление и проблематика философии природы в раннем творчестве Шеллинга | 97 |
| Львов А. А. Идея заботы о себе в современном энвайронментализме | 105 |
| Потокова Е. В. Актуальное искусство в начале XXI века | 116 |
| Пруденко Я. Д. Экология и творчество в эпоху новых медиа. Художник-медиа-зритель | 117 |
| Пучковская А. А. Мир-системный анализ И. Валлерстайна в культурологической перспективе | 123 |
| Рогозина О. Л. Национально-культурные традиции как форма сохранения ценностей национальных культур | 126 |
| Симонова С. А. От этоса к эстетизму: к вопросу о ценностях современной культуры | 128 |

| | |
|--|-----|
| Хахалова А. А. Экологическая эстетика субъекта | 131 |
| Шматко М. В. Public art: недовольство скульптурой | 141 |
| SYMPOSIUM | |
| Алексеев-Апраксин А. М. Экология Петербурга и опыт культур не западного типа | 149 |
| Артеменко Т. Ю. Проблема единства чувственного опыта в современной эстетике | 153 |
| Вашук О. А. Социально-политический плакат эпохи «перестройки» в творчестве ленинградских мастеров: коммуникативные и художественные аспекты функционирования образа | 156 |
| Гусева А. Ю. Когнитивизм и не-когнитивизм: необходимость взаимодополнения | 158 |
| Иванова Ю. В. Перспектива развития творческих индустрий в Санкт-Петербурге | 163 |
| Касумова Г. К. Трансформация ценностей в современном мире | 170 |
| Кетова Т. Н. Экология телесности: современные тенденции | 172 |
| Кульбижекков В. Н. Художественное произведение как аксиологический феномен | 177 |
| Кириллова О. А. «По ту сторону», или «во вне», как режим чувственности: эстетические и культурологические противоречия | 179 |
| Литвинова С. А. Влияние коммуникативной среды дома на стиль общения | 183 |
| Мальшев В. Б. Метафоры метафизических ценностей в европейской культуре | 188 |
| Мочалова Н. Ю. Экзистенциально-ценностный статус бытия современного мира человека | 192 |