

**Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»**

На правах рукописи

Кузьмина Наталья Валерьевна

**СИМВОЛИКО-СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
РОССИЙСКИХ МЕГАПОЛИСОВ: КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ
ИДЕЙ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Научный руководитель –
доктор философских наук,
профессор О.Н. Астафьева

Москва – 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. МЕГАПОЛИС КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ.....	26
1.1. Культурно-исторические предпосылки возникновения российских мегаполисов	26
1.2. Российский мегаполис как символично-семиотическая система	49
Выводы по главе I	76
ГЛАВА II. СИМВОЛИКО-СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ.....	83
2.1. Проблема формирования городской коллективной идентичности в фокусе культурной политики мегаполиса	83
2.2. Оптимизация культурной политики на основе символично-семиотического проектирования мегаполисов.....	103
Выводы по главе II	137
ГЛАВА III. КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ СИМВОЛИКО-СЕМИОТИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ МЕГАПОЛИСОВ.....	144
3.1. Символично-семиотический механизм культурных практик российских мегаполисов	144
3.2. Особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов.	162
Выводы по главе III.....	174
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	178
Список использованной литературы.....	187

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современная социокультурная ситуация характеризуется ростом мегаполисов и численности их населения во всем мире. Масштабная урбанизация ставит перед научным сообществом вопрос не только о том, как проектировать и регулировать эти социокультурные пространства, но и как не допустить утрату горожанами своей индивидуальности, сохранить возможности личностного саморазвития. Диссонанс между социокультурной, ценностно-духовной сторонами человеческого бытия и стремительными изменениями в технологической, политической, экономической сферах оценивается неоднозначно, поскольку помимо достижений очевидны и процессы углубления кризиса человеческого начала, порой и утрата человеком субъектного отношения к окружающему миру. Особую актуальность эта проблема приобретает и в современных российских мегаполисах – пространствах культурного бытия человека, где необычайно возрастают экзистенциальные, духовно-нравственные вызовы, которые испытывает личность в условиях углубляющейся урбанизации; интенсифицируются угрозы личностному началу. Ввиду этого обостряется необходимость изучения вопросов о возможностях личности в социокультурном пространстве российского мегаполиса. Можно констатировать, что современный мегаполис, с одной стороны, нуждается в воспроизводстве личностного начала и человечности у своих жителей, с другой – мало приспособлен для его воспроизводства.

Российский мегаполис как пространство культурного бытия человека сложен и неоднороден: он направлен как на преумножение новационного начала, так и на воспроизводство традиционной культуры. В условиях такой внутренне противоречивой социокультурной среды возрастает риск утраты горожанином чувства глубинной причастности к пространству своего бытия и возрастают сложности с формированием городской коллективной идентичности. В случае невнимания к этой проблематике в рамках культурной политики мегаполиса эти явления могут приобрести тенденцию к

развитию социальной напряжённости, распространению маргинальных идентификационных моделей.

Значительную роль в конструировании социокультурной картины мира у жителей мегаполиса, формировании коллективной идентичности и обретении горожанином устойчивости своей личности играет семиотика урбанистического пространства. Это связано с тем, что конституирующим основанием осмысления жизни культурой выступает формирование образа мира – «пространственной модели универсума»¹. Так, немецкий философ и социолог Г. Зиммель указывает на роль образа города как элемента городской жизни, обладающего «обобществляющей способностью»², подчёркивая тем самым основополагающее значение этого конструкта в образовании идентичности горожанина.

Признание значимости семиотического подхода к анализу городской среды, в свою очередь, актуализирует исследование проблем становления городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, которая основывается на человекоцентричной позиции и позволяет раскрыть единство аксиологического, деятельностного и индивидуально-творческого аспектов культуры, где главным субъектом является личность горожанина.

Таким образом, актуальность диссертационного исследования обусловлена:

- во-первых, множественностью образов современных мегаполисов как пространств культурного бытия человека;
- во-вторых, исторической и социокультурной спецификой урбанистического развития России;
- в-третьих, необходимостью формирования городской коллективной идентичности жителей мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому пространству своего бытия;

¹ Лотман М.Ю. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 234.

² Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь / Г. Зиммель // Логос. – 2002. - № 3 (34). – С. 10.

— в-четвёртых, потребностью оптимизации городской культурной политики в контексте формирования образов современных российских мегаполисов как способов обретения человеком субъектного отношения к окружающему миру.

Проблемная ситуация заключается в том, что в современных российских мегаполисах, ставших пространством сверхсложных и интенсивных изменений, смены ценностных ориентаций, особенно ярко выражена тема формирования городской коллективной идентичности, основанной на социальном доверии, единстве, взаимоуважении и глубинной сопричастности горожан пространству своего бытия.

Кроме того, несмотря на то, что гуманитарные науки уделяют внимание культурологической разработке феномена образа мегаполиса и культурных текстов урбанизированных пространств, относительно редко проводятся исследования, посвящённые влиянию символично-семиотического пространства на преодоление жителем современного мегаполиса экзистенциальных, духовно-нравственных вызовов, которые он испытывает в условиях углубляющейся урбанизации. В основном символы и знаки являются предметом исследований в аспекте средового и экономического подходов к культуре, основу которых составляют вопросы пространственного распространения культурных ценностей и социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Ввиду этого большие исследовательские перспективы сулит выявление особенностей управления знаково-символическим ресурсом российского мегаполиса, дополняющего развитые сегодня технологии социокультурного проектирования.

Степень научной разработанности проблемы.

К проблеме символа обращались как античные мыслители (Платон, Аристотель, Плотин), так и средневековые философы (Фома Аквинский) и философы Нового времени (И. Кант, Г. В. Ф. Гегель, И.В. Гёте). В рамках современных символических и семиотических концепций, где культура

понимается как некая знаково-символическая система, созданная человеком в силу присущей только ему способности к символизации, особняком стоят труды теоретиков символизма (Э. Кассирер, А.Ф. Лосев, К.-Л. Стросс, П.А. Флоренский и др.) и семиотики (Р. Барт, У. Эко, Ю.М. Лотман и представители тартуско-московской школы: Б.М. Гаспаров, М.Л. Гаспаров, А.К. Жолковский, Вяч.Вс. Иванов, Ю.И. Левин, Р.Г. Лейбов, Ю.К. Лекомцев, С.Ю. Неклюдов, Е.В. Падучева, А.М. Пятигорский, И.И. Ревзин, Ю.С. Степанов, В.Н. Топоров, П.Тороп, Б.А. Успенский, В.А. Успенский, Ю.К. Щеглов и др.).

С культурологической точки зрения, образ мегаполиса понимается как субъективное восприятие и «освоение» человеком мегаполисного пространства. В этом смысле представляют интерес исследования, раскрывающие содержание субъективного переживания культурного пространства, авторами которых явились как отечественные учёные (Т.Н. Березина, К.А. Богданов, Ю.А. Грибер, И.А. Купцова, Д.С. Лихачёв, Е.В. Николаева, В.А. Подорога, Э.В. Сайко, А.Ш. Тхостов¹), так и зарубежные (М. Арбиб, Ф. Арьес, А. Бергсон, Ж. Бодрийяр, Ф. Йетс, Ж. Лакан, А. Лоуэн, Ж.-Л. Нанси, О. Фенихель, М. Фуко, К. Ясперс²). Для данного исследования большое значение также имеют работы, раскрывающие проблематику символично-семиотического пространства культуры, её коммуникативного

¹ Березина Т.Н. Многомерная психика: Внутренний мир личности. – М.: Per Se, 2012. – 319 с.; Богданов К.А. Повседневность и мифология: Исследования по семиотике фольклорной действительности. – СПб.: Искусство-СПб, 2001. – 438 с.; Грибер Ю.А. Теория цветового проектирования городского пространства. – М.: Согласие, 2017. – 178 с.; Купцова И.А. Трансформация социокультурного пространства российской провинции на рубеже XIX-XX веков: традиции и инновации // Ценности и смыслы. 2016. № S6. С. 106-116; Лихачёв Д.С. Экология культуры // Памятники Отечества. – 1980. – № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hram-puchkovo.me-ga.ru/articles/98/> (дата обращения: 22.01.2018); Подорога В.А. Метафизика ландшафта: Коммуникативные стратегии в философской культуре XX-XXI веков. – М.: Канон+, 2013. – 552 с.; Степанов Ю.С. Семиотика. – М.: URSS, 2014. – 165 с.; Тхостов А.Ш. Психология телесности. – М.: Смысл, 2002. – 287 с.

² Арбиб М. Метафорический мозг. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 304 с.; Арьес Ф. Время истории. – М.: ОГИ, 2011. – 304 с.; Бергсон А. Творческая эволюция. – М.: Терра-Книжный клуб, 2001. – 382 с.; Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, 2006. – 269 с.; Йейтс Ф. Искусство памяти. – СПб.: Фонд поддержки науки и образования «Университетская книга», 1997. – 479 с.; Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе. – М.: Гнозис, 1995. – 100 с.; Лоуэн А. Физическая динамика структуры характера. – М.: Компания Пани, 1996. – 320 с.; Нанси Ж.-Л. Деконструкция монотеизма. – М.: Издательство Ипполитова, 2004. – 40 с.; Фенихель О. Психоаналитическая теория неврозов. – М.: Академический проект, 2004. – 849 с.; Фуко М. История безумия в классическую эпоху. – М.: АСТ, 2010. – 698 с.; Ясперс К. Духовная ситуация времени. – М.: АСТ, 2013. – 285 с.; Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М.: Республика, 1994. – 527 с.

аспекта и междисциплинарных оснований: И.Г. Беляковой, Г.Э. Говорухина, И.К. Джерелиевской, Е.В. Дзякович, Г.Д. Забродиной, В.М. Капицына, Н.В. Кулагиной, Д.С. Лихачёва, А.М. Пятигорского, А.П. Садохина, В.С. Соловьёва, П.А. Сорокина, Ю.П. Тен, В. Франкла¹ и др.

Разработка проблемы коллективной идентичности в региональных центрах, городах и мегаполисах находит отражение в трудах как отечественных, так и зарубежных исследователей: Г.А. Аванесовой, О.Н. Астафьевой, Ю.Г. Вешнинского, Е.В. Дзякович, М.Ф. Ершова, Ш. Зукин, Д.С. Кочнева, Л.В. Лескова, А. Лефевра, Ч. Лэндри, И.В. Малыгиной, Б.В. Маркова, Р. Рекура, Т. Риффо, Т.И. Рябовой, Л. Холлинса² и др.

Урбанистические пространства явились объектом исследований западных социологов. Они сформулировали подходы к пониманию образов

¹ Белякова И.Г. Межкультурная коммуникация и мультикультурализм. Транснациональная компетентность в эпоху глобализации // Общество: философия, история и культура. – Краснодар. – №3. – 2016. – С. 64-66; Говорухин Г.Э. Символическое конструирование социального пространства осваиваемого региона: социологический анализ : Автореферат дис. ... доктора соц. наук. – М., 2009; Джерелиевская И.К. Личностные основания социального порядка: аксиологический аспект. – М.: Изд-во МГОУ, 2009. – 235 с.; Дзякович Е.В. Коммуникативные пространства российских регионов: состояние и тенденции развития // Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 2. – С. 151-156; Забродина Г.Д. Визуализация символов культуры в системе «человек-среда»: структурно-семиотический подход : Дисс.на соискание учёной степени доктора культурологии ... Саратов, 2017. – 348 с.; Капицын В.М. Прошлое, настоящее и будущее в символической политике моногорода / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 110-127; Кулагина Н.В. Символ и символическое сознание // Культурно-историческая психология. – № 1. – 2006. – С. 3-10; Лихачёв Д.С. Русская культура. — М.: Искусство, 2000. – 440 с.; Пятигорский А.М., Мамардашвили М.К. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символической и языке. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997; Соловьёв В.С. Оправдание добра. – М.: Ин-т русской цивилизации: Алгоритм, 2012. – 648 с.; Сорокин П.А. Моя философия – интегрализм // СОЦИС. – № 6. – 1999; Тен Ю.П. Символ в межкультурной коммуникации : диссертация... доктора философских наук. – Ростов-на-Дону, 2008. – 333 с.; Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 2012.

² Аванесова Г.А., Астафьева О.Н. Социокультурное развитие российских регионов: механизмы самоорганизации и региональная политика. Изд.2-е. – М.: Изд-во РАГС, 2004. – 424 с.; Вешнинский Ю.Г. Аксиология постсоветского культурного пространства на рубеже тысячелетий : Диссертация ... кандидата культурологии. – М., 2010. – 161 с.; Дзякович Е.В. Локальные идентичности в контексте социокультурной динамики российских регионов : диссертация ... доктора культурологии. – М., 2011. – 326 с.; Ершов М.Ф. Социокультурная эволюция образов очеловеченного пространства: общетеоретические и конкретно-исторические аспекты. – Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2013. – 276 с.; Зукин Ш. Культуры городов. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 424 с.; Кочнев Д.С. Жилая среда в социокультурном пространстве современного города : автореф. дисс. ... канд.культурологии. – Саранск, 2018. – 23 с.; Лесков Л.В. Человек в ритмах истории и проблема современного человека как исторического субъекта // Мир психологии. – № 1 (33). – 2003; Лефевр А. Производство пространства. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.; Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2016. – 400 с.; Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. – СПб.: Алетейя, 1999. 304 с.; Riffaud T., Recours R. Le street art comme micro-politique de l'espace public: entre «artivisme» et coopératisme // Cahiers de Narratologie [En ligne]. – № 30. – 2016. URL: <http://narratologie.revues.org/7484> (consulté le 05.10.2016); Рябова Т.И. Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность : Материалы международной научно-практической конференции, 24-25 апреля 2015 г. – Брянск: Изд-во БГИТА, 2015. – 219 с.; Холлинс Л. Города вам на пользу: Гений мегаполиса. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.

урбанистической среды: как базара (Г.Зиммель¹), который предоставляет богатство возможностей, разнообразие черт, позволяющее каждому найти в городе своё; как джунгли (Л. Вирт, И. Гофман, Р. Парк²) – места, где идёт постоянная борьба за выживание, в фокусе этого образа лежит общественная сторона взаимодействий; как организма (Э. Дюркгейм, Г. Спенсер³); как машины (М. Кастельс, Д. Харви⁴), где констатируется возрастание зависимости пространства от интереса правящих элит. Гуманитарные географы также рассматривают образы мегаполиса, но в призме пространственно-географических характеристик мегаполиса (Н.П. Анциферов, Ю.А. Веденин, Д.Н. Замятин, Н.Ю. Замятина, О.Е. Штеле, П.М. Шульгин⁵ и др.). В их исследованиях понятия «географический образ» и «метафизика места» наделяются сходным содержанием и выступают как взаимозаменяемые.

Специфика культуры российских мегаполисов и особенности их развития, представленные в трудах исследователей в области социологии города и социологии культуры (А.С. Ахиезер, А.В. Баранов, О.И.

¹ Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь. // Логос. - № 3 (34), 2002. – С. 1-12.

² Вирт Л. Урбанизм как образ жизни. / Избранные работы по социологии. – М.: ИНИОН РАН, 2005. – С. 93-118; Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон-пресс-Ц, 2000. – 304 с.; Парк Р. Город как социальная лаборатория. // Социологическое обозрение. - № 3, 2002. – С. 3-12.

³ Дюркгейм Э. Социология: её предмет, метод, предназначение. – М.: Терра-Книжный клуб, 2008. – 399 с.; Спенсер Г. Личность и государство. – Челябинск: Социум, 2007. – 207 с.

⁴ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.; Харви Д. Города-бунтари: от права на город к урбанистической революции. // Логос. - № 3 (66), 2008. – С. 80-94.

⁵ Анциферов Н.П. Душа Петербурга. – М.: Бертсельманн Медиа Москау (БММ), 2014. – 397 с.; Анциферов Н.П. Проблемы урбанизма в русской художественной литературе, опыт построения образа города – Петербурга Достоевского – на основе анализа литературных традиций. – Новосибирск: Свиньин и сыновья, 2014. – 474 с.; Веденин Ю.А. География наследия. Территориальные подходы к изучению и сохранению наследия. – М.: Новый хронограф, 2018. – 470 с.; Замятин Д.Н. Локальные истории и методика моделирования гуманитарно-географического образа города. // Гуманитарная география: научные и культурно-просветительский альманах. Вып. 2. – М.: Институт наследия, 2005. – С. 276-323; Штеле О.Е. Географические особенности Волговерховья как объекта наследия и туризма // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Естественные науки. – 2017. – № 2. – С. 22-33; Штеле О.Е., Шульгин П.М. Земский опыт местного самоуправления: сохранить уникальное российское наследие // Россия и современный мир. – 2016. – № 2 (91). – С. 207-213; Штеле О.Е., Шульгин П.М. Исторические пути и дороги как объект культурного наследия // Наследие и современность. – 2018. – Т. 1. – № 2. – С. 95-112; Шульгин П.М. Индустрия наследия. Памятники культуры как драйвер развития российских регионов // Охраняется государством страна – Российская Федерация. – 2018. – № 6. – С. 42-47; Шульгин П.М. Комплексные региональные программы в работах Института Наследия // В кн.: В фокусе наследия. – М.: Институт географии РАН, 2017. – С. 96-112.

Генисаретский, В.А. Есаков, Л.Б. Коган, Э.А. Орлова, О.Н. Яницкий¹ и др.), выявляют значение внешней и внутренней эстетической среды города для изучения урбанистических процессов. У одной группы исследователей в области проектирования культурных ландшафтов, архитектуры и градостроительства (В.В. Абашева, Е.Н. Андреевой, М.П. Березина, Л.С. Берга, Ю.А. Веденина, Г.Д. Гачева, В.Л. Глазычева, Е.И. Голубевой, А.Э. Гутнова, Д.Н. Замятина, А.Г. Исаченко, Р.М. Кабо, Г.З. Каганова, В.Л. Каганского, В.Н. Калущкого, Т.О. Король, Т.М. Красовской, М.Е. Кулешовой, О.А. Лавреновой, С.С. Ляховой, А.В. Махровской, Ф.Н. Милькова, М.А. Оболенской, Г.Д. Платонова, М.В. Рагулиной, В.Л. Ружже, Э.В. Сайко, Т.А. Смолицкой² и др.) большее внимание занимают планировочные и стилевые проблемы зданий в отечественных городах; у другой – вопросы экономики (М.Я. Блинкин, А.В. Новиков, С.А. Тархов³ и др.), где рассматриваются транспортные, логистические, финансовые и иные аспекты урбанистического развития в России. Новой темой становится проблематика «умного города», в

¹ Ахиезер А.С. Социально-культурные проблемы развития России : Филос. аспект. – М.: ИНИОН, 1992. – 82 с.; Баранов А.В. Социально-демографическое развитие крупного города. – М.: Финансы и статистика, 1981. – 191 с.; Kogan L.B. Pour une politique urbaine en Russie // Diogene. — 2001. — № 194, avril-juin; Kogan L.B. La politique urbaine de la Russie: le temps d'une prise de conscience // Une certaine Idée. — 2001. — № 11, 3e trimestre; Орлова Э.А. Эффективные социокультурные программы и проекты. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. – 342 с.; Яницкий О.Н. Урбанизация, город, человек. – М.: Знание, 1974. – 63 с.

² Абашев В.В. Прогулка и экскурсия в ряду телесно-дискурсивных практик освоения городского пространства // Международный журнал исследований культуры. – 2015. – № 4 (21). – С. 108-114; Гачев Г.Д. Национальные образы мира Эллады, Германии, Франции: опыт экзистенциальной культурологии. – М.: Логос, 2008. – 421 с.; Глазычев В.Л. Город без границ. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011. – 400 с.; Голубева Е.И., Король Т.О., Смолицкая Т.А. Городской культурный ландшафт: традиции и современные тенденции развития. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 272 с.; Замятин Д.Н. Постгеография: капитал(изм) географических образов. – СПб: Гуманитарная академия, 2014. – 590 с.; Каганов Г.З. Петербург в контексте барокко. – СПб., 2001. – 207 с.; Каганский В.Л. Ландшафт и культура // Общественные науки и современность. — 1997. — № 1. — С. 134-145; Лавренова О.А. Культурный ландшафт как метафора // Философские науки. – 2010. – № 6. – С. 92-101; Лавренова О.А. Ландшафт как источник метафорической проекции // Культурная и гуманитарная география. – 2013. – Т. 2. – № 2. – С. 126-131; Лавренова О.А. пространства и смыслы: Семантика культурного ландшафта. – М.: Институт Наследия, 2010. – 330 с.; Ляхова С.С. Провинциальный город как социокультурный феномен : Дисс. ... канд. филос.наук. – Архангельск, 2006. – 124 с.; Махровская А.В. Реконструкция старых жилых районов крупных городов : На прим. Ленинграда. – 2-е изд., перераб. и доп. – Л.: Стройиздат: Ленингр. отд-ние, 1986. – 351 с.; Рагулина М.В. Культурный ландшафт: интегральный взгляд. – Ульяновск: Зебра, 2015. – 147 с.; Платонов Г.Д. Социально-демографические основы проектирования города и жилища. – Ленинград: 1979. – 58 с.

³ Блинкин М.Я. Безопасность дорожного движения: история вопроса, международный опыт, базовые институты. – М.: Высш. шк. экономики, 2013. – 238 с.; Новиков А.В. Социальный контроль в условиях трансформации российского общества. – М.: Наука, 1999. – 397 с.; Тархов С.А. Пространственные закономерности эволюции транспортных сетей : Диссертация ... доктора географических наук. – М., 2002. – 244 с.

котором немалое место отводится «цифровой культуре» (И.А. Вершинина, И.О. Ганин, О.Б. Ганин, И.С. Глебова, Н.С. Данакин, Н.Б. Кириллова, М.В. Мизрахи, Е.О. Самойлова, И.Г. Хангельдиева, Ю.М. Шаев, О.В. Шлыкова, Я.С. Ясницкая и др.¹). Несмотря на обилие работ, посвящённых развитию отечественных урбанизированных пространств, специфика социокультурной реальности мегаполисов России в них представлена фрагментарно.

Поскольку трансформация образов мегаполисов неразрывно связана с культурной политикой и динамикой социокультурных процессов в современном российском обществе, вызывают исследовательский интерес работы таких учёных, как: О.Н. Астафьева, Т.Г. Богатырева, В.Л. Глазычев, М.В. Городецкий, С.Н. Горушкина, К.Х. Делокаров, В.К. Егоров, Ю.М. Лотман, Е.В. Николаева, А.П. Садохин, В.В. Силкин, С.Б. Синецкий, П.А. Сорокин, А.Я. Флиер, О.В. Шлыкова² и др.

¹ Вершинина И.А. "Умные" города: перспективы появления и развития в России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2016. – Т. 22. – № 2. – С. 163-175; Ганин О.Б., Ганин И.О. "Умный город": перспективы и тенденции развития // ARS Administrandi. – 2014. – № 1. – С. 124-135; Глебова И.С., Ясницкая Я.С. Возможности реализации концепции "умного города": практика российских городов // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1-3 (42). – С. 232-235; Данакин Н.С. Умный город как принцип стратегического развития // Управление городом: теория и практика. – 2013. – № 2 (9). – С. 10-13; Мизрахи М.В. «Умный город»: эволюция концепта. Инициативы городских сообществ в развитии города // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – Т. 24 (65). – 2013. – № 3. – С. 216–219; Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. Арт-пространство умного города: перспективы развития // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. – № 12. – Ч. 4. – С. 150-153; Хангельдиева И.Г. Цифровая эпоха: возможно ли опережающее образование? // Вестник Московского университета. Серия 20: Педагогическое образование. 2018. № 3. С. 48-60; Шлыкова О.В. Динамика мультимедийной культуры: меняющийся мир в меняющемся социокультурном пространстве // Самоопределение России в мировом культурном пространстве: искусство, религия, политика: Коллективная монография. – М.: Московский государственный институт культуры. – 2018. – С. 125-140.

² Астафьева О.Н. Динамика социокультурных процессов: нестабильность как проявление сложности. // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия «Философские, социальные и естественные науки». - № 1 (19), 2013. – С. 82-92; Астафьева О.Н. Динамика социокультурных процессов. Культура устойчивого развития: от идеи к реальности. – Баку: Элм, 2013. – С. 53-66; Астафьева О.Н. Коммуникативные стратегии культурной политики: «креативное управление» как маркер глобализации // Современная культурная политика как креативная деятельность: управление и инновации Коллективная монография в 2 частях / Под общ. ред. Астафьевой О.Н. / Санкт-Петербургское отделение Российского института культурологии; Научно-образовательное культурологическое общество; Международный институт государственной службы и управления РАНХиГС. – Санкт-Петербург: изд-во «Эйдос», 2013. – С.10 – 13; 14 – 34 [Электронное издание].

Богатырева Т.Г. Государство и культура в условиях глобальной социокультурной динамики: трансформация парадигмы отношений. – Saarbrücken: Palmarium acad. publ, cop. 2014. – 121 с.; Глазычев В.Л. Город без границ. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011. – 400 с.; Городецкий М.В. Онтологические основания графического образа. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2010. – 268 с.; Делокаров К.Х. Модернизация российского общества и проблема духовности // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 3. – С. 71-87; Горушкина С.Н. Управление культурными процессами // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2013. – № 3. – С. 69; Егоров В.К. Гибкая

Теоретические и методологические проблемы проектирования в культурологических науках рассматриваются в трудах О.Н. Астафьевой, Г.М. Бирженюка, Л.Н. Борониной, А.И. Бочкарева, О.И. Генисаретского, В.Л. Глазычева, Т.М. Дридзе, И.В. Жежко, С.Э. Зуева, Л.Б. Когана, О.В. Макеевой, А.П. Маркова, О.А. Митрошенкова, Н.А. Михеевой, Э.А. Орловой, В.М. Розина, Е.А. Троценковой¹ и др. Символично-семиотические ресурсы формирования образности исследованы в трудах ряда отечественных учёных, среди которых Л.В. Лесков, А.В. Шипилов² и др.

Вопросы технологий брендинга урбанистических пространств нашли отражение в трудах М.В. Акулич, В.Я. Андруховой, К. Асплунд, Н.В. Бекетова, И.С. Важениной, Н.В. Гришанина, К. Динни, Ю.А. Дмитриева, В.Н. Домнина, О.П. Звягинцевой, Н.П. Кетовой, Ф. Котлера, А.М. Лаврова, В.Н. Овчинникова, А.П. Панкрухина, М.М. Плотниковой, И. Рейн, П.Е. Родькина,

политика и культура // Обсерватория культуры. – 2013. – № 3. – С. 31-39.; Егоров В.К. О культурологической экспертизе политизированной истории // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 5. – С. 532-539; Лотман Ю. Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – 542 с.; Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. – СПб.: Страта, 2014. – 264 с.; Садохин А.П. Методологические контексты культурологической экспертизы // Государственная служба. – 2012. – № 4 (71). – С. 51-55; Силкин В.В. Культура и коммуникация: формирование мифологического сознания в информационную эпоху. – Якутск-Москва, ИП Лядов К.В. – 2015. – С. 269-275; Синецкий С.Б. Культурная политика XXI века: от прецедента Истории к проекту Будущего. – Челябинск: Энциклопедия, 2011. – 288 с., Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. – М.: Астрель, 2006. – 1176 с.; Флиер А.Я. Очерки теории исторической динамики культуры. – М.: Согласие, 2013. – 560 с.; Шлыкова О.В. Культурный диалог регионов России: механизмы партнерства власти, общества и бизнеса // Обсерватория культуры. – 2015. – № 6. – С. 28-35.

¹ Астафьева О.Н. Региональная культурная политика в стратегиях социокультурного проектирования инновационной деятельности музеев // Новации в музейном мире: музей как коммуникативная практика. Сборник научных статей. – 2013; Боронина Л.Н. Основы социокультурного проектирования. – Екатеринбург: ЕАСИ, 2011; Бочкарева А.И. Социокультурное проектирование инновационной творческой среды. – Тольятти: Поволжский гос. ун-т сервиса, 2012. – 521 с.; Генисаретский О.И. Философия проектности : из истории проектной культуры второй половины XX века. – М.: URSS : ЛЕНАНД, 2015. – 399 с.; Глазычев В.Л. Город без границ. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011. – 400 с.; Зуев С.Э. Социально-культурное проектирование. – Ижевск, 2003. – 130 с.; Макеева О.В. Основы социокультурного проектирования. – Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2015. – 110 с.; Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования. – Калуга, 2000. – 248 с.; Митрошенков О.А. Субъект социокультурного проектирования: скорее жив или едва жив? // «Государственное управление и развитие России: модели и проекты» : сборник статей Международной научно-практической конференции. Институт государственной службы и управления (ИГСУ) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М.: Проспект, 2017. – С. 305-311; Михеева Н.А. Социокультурное проектирование. – СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, 2008. – 182 с.; Орлова Э.А. Эффективные социокультурные программы и проекты. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. – 342 с.

² Лесков Л.В. Человек в ритмах истории и проблема современного человека как исторического субъекта // Мир психологии. – № 1 (33). – 2003; Шипилов А.В. Смысл города и город-Смысл // Человек. – № 1. – 2006.

Е.Д. Тасиной, М.Ю. Тимофеева, Г.Л. Тульчинского, Д. Хайдера, К.В. Хартанович¹ и др.

Тем не менее, несмотря на многочисленные публикации, посвящённые осмыслению социокультурного пространства современного мегаполиса и места человека в нём, до настоящего времени проблема символично-семиотического проектирования как концептуальной основы формирования российского мегаполиса не нашла специального научного рассмотрения. Кроме того, специфика социокультурного пространства российских мегаполисов в научно-исследовательской культурологической литературе представлена фрагментарно.

Объектом исследования является российский мегаполис как символично-семиотическая система.

Предмет – символично-семиотическое проектирование как концептуальная основа формирования городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов.

Цель исследования: определить символично-семиотические основы проектирования и практики культурной политики в современных российских

¹ Акулич М.В. Брендинг, культура нации и ее имидж // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6. – С. 110-115; Андрухова В.Я. Городское развитие в современных условиях: экономика, территориальный брендинг, социальный капитал : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2016. – 148 с.; Бекетов Н.В. Брендинг: к социокультурному анализу понятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 39-43; Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : Дисс.на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Екатеринбург, 2004. – 409 с.; Гришанин Н.В. Брендинг территорий. – М.: Типография «ЦМИК», 2011; Динни К. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 331 с.; Дмитриев Ю.А., Звягинцева О.П., Хартанович К.В. Территориальный брендинг в комплексе маркетинговых коммуникаций. – Владимир: Атлас, 2012. – 360 с.; Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002. – 348 с.; Кетова Н.П., Овчинников В.Н., Тасина Е.Д. Формирование позитивного бренда региона: учет особенностей периферийных территорий, маркетинговый механизм реализации. – Ростов-на-Дону: Содействие-XXI век, 2015. – 95 с.; Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – 382 с.; Лавров А.М. Региональный маркетинг: вопросы теории, методологии и практики : Дисс.на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Кемерово, 1994. – 262 с.; Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.; Плотникова М.М. Территориальный брендинг: от герба до бренда (на примере Иркутска). – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. – 101 с.; Родькин П.Е. Бренд-идентификация территорий: новая прагматичная идентичность. – М.: Совпадение, 2016. – 247 с.; Тимофеев М.Ю. «Город невест?» Брендинг территорий и региональные идентичности : материалы всероссийской научной конференции (Иваново, 12-13 сентября 2013 года). – Иваново: Изд-во Ивановского гос. ун-та, 2013. – 115 с.; Тульчинский Г.Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. – СПб.: СПбГУ, 2013.

мегаполисах, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности.

Для достижения указанной цели необходимо решение следующих **задач**:

1. Охарактеризовать мегаполис как культурологическую категорию;
2. Определить символическо-семиотическое проектирование как инструмент культурной политики в российском мегаполисе;
3. Обосновать направление оптимизации культурной политики российского мегаполиса на основе символическо-семиотического проектирования;
4. Определить символическо-семиотический механизм культурных практик российских мегаполисов;
5. Раскрыть особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов.

Теоретико-методологическая основа исследования. Центральными методологическими подходами настоящего исследования являются:

- философско-культурологический подход, который позволяет обобщить многочисленные семиотические и символические концепции культуры, осмыслить мегаполис как феномен культуры и сложную открытую символическо-семиотическую систему;
- системно-структурный подход, нацеленный на осмысление российского мегаполиса как целостного образования, на выявление места и роли его символическо-семиотического проектирования;
- феноменологический подход, позволяющий раскрыть символическо-семиотический аспект бытия мегаполиса посредством изучения деталей, отдельных проявлений, составляющих урбанистическую культуру;

- семиотический подход, который помогает раскрыть символично-семиотическую природу культурного пространства российского мегаполиса;
- типологический подход, позволяющий классифицировать российские мегаполисы с точки зрения их культурно-исторических особенностей;
- сравнительный подход, предполагающий сравнение российских мегаполисов с точки зрения их культуры и истории;
- герменевтический, предполагающий интерпретацию культурного текста российского мегаполиса.

Теоретическую основу исследования составляют работы тартуско-московской семиотической школы, в частности труды Ю.М. Лотмана по семиотике культуры, теория знаково-символических систем Ф. де Соссюра, философия символических форм Э. Кассирера, структурная антропология К. Леви-Стросса, концепция философского символизма А.Ф. Лосева. Труды в рамках этих направлений позволяют исследовать культуру как знаково-символическую систему, связанную с процессами смыслопорождения.

Для определения сущности символично-семиотического проектирования в контексте настоящего исследования особый интерес представляют работы по социокультурному проектированию А.П. Маркова и Г.М. Бирженюка, труды П. Бурдьё, посвящённые вопросу актуализации символического поля социальной реальности, составляющие методологическую основу изучения процессов производства и воспроизводства пространственных образов, в частности образов урбанистической культуры.

Методологическую основу выявления образности российских мегаполисов составляют теория также микроурбанизма О. Бредниковой и О. Запорожец, визуальная социология (визуальная антропология) Р. Флаэрти, Ж. Руша, Р. Гарднера, М. Мида, а также теория пространственной репрезентации культуры Сета М. Лоу.

Обоснование роли воспроизводства человечности в хронотопе современного российского мегаполиса востребует обращения к теории

«экологии культуры», разработанной в трудах Д.С. Лихачёва. Учёный утверждал необходимость изучения нравственной, культурной экологии с целью сохранения культурной среды, которая обеспечивает «духовную осёлость» и привязанность человека к Родине.

Научная новизна исследования состоит в том, что:

1. Российский мегаполис охарактеризован как культурологическая категория: прослежен генезис развития образов российских городов, выявлены факторы, способствующие их формированию, в числе которых мы выделяем общие и частные. Предпринята попытка типизировать российские мегаполисы с точки зрения их изучения как символично-семиотических систем, т.е. по степени, в какой их символично-семиотическое пространство воспроизводит целостность культурного пространства России и вариативность региональной культуры.

2. Символично-семиотическое проектирование определено как разновидность социокультурного проектирования и инструмент культурной политики российского мегаполиса. Обоснованы уровни символично-семиотического проектирования российского мегаполиса: уровень ценностей российской цивилизационной культуры и уровень локальных, региональных социокультурных особенностей. Доказано, что символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов вне связи с задачей развития личности горожанина следует рассматривать в логике культурно-цивилизационного «слома».

3. Обосновано направление оптимизации культурной политики российского мегаполиса на основе символично-семиотического проектирования.

4. Определён символично-семиотический механизм культурных практик российского мегаполиса, рассматриваемых в более широком контексте символично-семиотического проектирования. Обосновано, что культурные практики несут в себе символическое отражение мировоззрения личности, способы и принципы освоения ею окружающей действительности. В

контексте настоящего исследования поиск решений проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на их глубинной причастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия, позволил условно типизировать культурные практики на культурные практики узнавания, освоения и преобразования.

5. Раскрыты особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов. В рамках культурных практик узнавания, освоения и преобразования урбанистического пространства предложено артикулировать две главные целевые ориентации («сверхзадачи»): во-первых, обращение к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры, и, во-вторых, способствование символично-семиотическому разнообразию урбанистического пространства. Они определяются «наднациональным»/цивилизационным и локальным/региональным уровнями городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов. Доказано, что акцентирование этих компонентов должно пронизывать все структурные элементы культурных практик.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что его результаты расширяют научные представления о социокультурном пространстве мегаполиса. Проведённое исследование способствует углублению и расширению представлений современной культурологии о символично-семиотических основаниях проектирования мегаполисов как ценностно-смыслового воспроизводства их культуры, выраженного в знаково-символической форме. Обосновываются перспективы ввода в культурологический дискурс понятия «символично-семиотическое проектирование». Исследование может представлять интерес для специалистов в областях культурологии, культурной антропологии, урбанистической культуры, культурологии города.

Теоретические выводы исследования могут рассматриваться в качестве дополнений к методологическим основаниям соответствующего понимания символично-семиотического проектирования мегаполисных пространств.

Практическая значимость исследования состоит в направленности результатов исследования на совершенствование проектных методик социокультурного пространства мегаполиса в рамках городской культурной и градостроительной политики. Результаты исследования могут быть применены для решения прикладных задач формирования целостного социокультурного пространства российского мегаполиса в целом и конструирования идентификационных смыслов горожан в частности структурами Министерства культуры РФ, органами исполнительной власти субъектов РФ, государственными и частными организациями, обеспечивающими организацию и проведение социокультурных мероприятий в мегаполисах, формирующими культурные ландшафты урбанизированных форм.

Выводы исследования могут быть использованы для последующего теоретического и практического изучения проблемы символично-семиотического проектирования российских мегаполисов, при подготовке учебных программ и курсов культурологии, современной урбанистической культуры; общественнознания; в организации профильных семинаров-практикумов системы дополнительного образования.

Соответствие паспорту научной специальности. Диссертационное исследование, посвящённое символично-семиотическому проектированию российских мегаполисов, соответствует п. 1.2 «Теоретические концепции культуры», п. 1.8 «Генезис культуры и эволюция культурных форм», п. 1.18 «Культура и общество», п. 1.31 «Организация культурной жизни», 1.33 «Институты культуры и их функции в обществе» паспорта специальности 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология).

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечиваются их согласованностью с фундаментальными теориями,

концепциями и положениями культурологического знания, целостностью и единством изучения предмета исследования, непротиворечивостью и логичностью понятийно-категориального аппарата и исходных теоретических положений, а также использованием совокупности адекватных целям и задачам исследования методов, преемственностью и непротиворечивостью результатов исследования на различных этапах его проведения.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации были представлены и обсуждались на научных международных и российских конференциях и семинарах, в числе которых: Круглый стол «Социально-духовное развитие России» в рамках молодежного форума «Россия-2030 глазами молодых учёных» (г. Москва, 5 апреля 2013 г.), конференция «Образование, наука и культура: социально-экономические перспективы» в рамках Московского экономического форума «Несырьевое будущее России» (г. Москва, 27 марта 2014 г.), Международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Российской государство и социально-экономические вызовы современности» (г. Москва, 21 мая 2014 г.), Круглый стол «Возрождение культуры: экономико-правовые механизмы и роль гражданского общества» в рамках Международного конгресса «Возрождение производства, науки и образования: вызовы и решения», круглый стол (г. Москва, 22-23 ноября 2014 г.), Круглый стол «Социально-культурные площадки города Москвы: проблемы и пути развития» (г. Москва, 4 декабря 2014 г.), Конгресс просветительского движения «Все мы – Россия! Национальная политика Российской Федерации и вклад гражданского общества в ее реализацию» (г. Москва, 17-18 декабря 2014 г.), XV Международная научная конференция «Модернизация России: ключевые проблемы и решения» (г. Москва, 18 декабря 2014 г.), Экспертный круглый стол «Вопросы кадрового обеспечения в федеральных и региональных структурах управления сферой культуры» (г. Москва, 19 марта 2015 г.), III Московский экономический форум (г. Москва, 25-26 марта 2015 г.),

Международная научно-практическая конференция «Россия: государство и общество в новой реальности» (г. Москва, 22 мая 2015 г.), Международная научно-практическая конференция «Государственное управление и развитие России: модели и проекты» (г. Москва, 19-20 мая 2016 г.), Круглый стол «Динамика мировых ценностных ориентиров перед лицом глобальных вызовов» (г. Москва, 23 ноября 2016 г.), Международная конференция молодых учёных «Антропология времени» (г. Москва, 6-7 марта 2017 г.), Всероссийская научная конференция молодых исследователей «Культурные инициативы» (г. Челябинск, 6 апреля 2017 г.), Международная конференция «Государственное управление и развитие России: выбор приоритетов» (г. Москва, 15-19 мая 2017 г.), III Культурный форум регионов России «Образование и культура: потенциал взаимодействия и ресурсы НКО в социокультурном развитии регионов России» (г. Москва, 22 сентября 2017 г.), II Международная научная конференция «Образ Родины: содержание, формирование, актуализация» (г. Москва, 20 апреля 2018 г.), Международная конференция «Государственное управление и развитие России: вызовы и возможности» (г. Москва, 14-18 мая 2018 г.), Международная конференция «Государственное управление и развитие России: национальные цели и институты» (г. Москва, 20-24 мая 2019 г.).

Перечень публикаций автора. Результаты исследования апробированы в научных журналах и периодических изданиях, в том числе в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, а также в журналах, утверждённых Учёным советом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

А. Статьи в изданиях, входящих в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций...» ВАК Минобрнауки РФ:

1. Кузьмина Н.В. Почему День народного единства не стал символом национального единства / Джерелиевская И.К., Кузьмина Н.В. // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 4. – С. 282-292.
2. Кузьмина Н.В. Образ мегаполиса: творческие основания // Культура и цивилизация. – 2016. – № 4. – С. 188-193.
3. Кузьмина Н.В. Человек в мегаполисе: социальное творчество, культура, традиции // Научно-политический журнал «Государственная служба». – 2016. – № 4. – С. 116-119.
4. Кузьмина Н.В. Культурно-антропологическое измерение образов мегаполиса // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 1. – С. 322-326.
5. Кузьмина Н.В. Этнокультурный компонент в стратегиях городского развития (на примере Перми, Уфы, Ростова-на-Дону) / Кузьмина Н.В., Швец Я.В. // Научно-политический журнал «Государственная служба». – 2017. – Т. 19. – № 6. – С. 68-75.
6. Кузьмина Н.В. Культурные ландшафты российских мегаполисов: символическо-семиотический аспект // Урбанистика. – 2018. – № 1 (16). – С. 51-58.
7. Кузьмина Н.В. «Интересное» в эстетическом ландшафте города / Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 6. – С. 693-707. (DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-6-693-707).

Б. Статьи в изданиях, входящих в Перечень журналов, рекомендованных учёным советом РАНХиГС для публикации статей по культурологии:

1. Кузьмина Н.В. Человек в мегаполисе: социальное творчество, культура, традиции // Научно-политический журнал «Государственная служба». – 2016. – № 4. – С. 116-119.
2. Кузьмина Н.В. Этнокультурный компонент в стратегиях городского развития (на примере Перми, Уфы, Ростова-на-Дону) / Кузьмина Н.В.,

- Швец Я.В. // Научно-политический журнал «Государственная служба». – 2017. – Т. 19. – № 6. – С. 68-75.
3. Кузьмина Н.В. Культурные ландшафты российских мегаполисов: символично-семиотический аспект // Урбанистика. – 2018. – № 1 (16). – С. 51-58.
4. Кузьмина Н.В. «Интересное» в эстетическом ландшафте города / Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 6. – С. 693-707. (DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-6-693-707).

В. Прочие публикации:

1. Кузьмина Н.В. Федеральная целевая программа «Культура России» в зеркале современных проблем культуры // Сборник статей Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов «Российской государство и социально-экономические вызовы современности». – Том III. – М.: Проспект, 2015. – С. 406-407.
2. Кузьмина Н.В. Формирование социокультурной идентичности в межкультурной среде // Вестник МГУУ. – 2015. – № 4. – С. 73-76.
3. Кузьмина Н.В. Формирование социокультурной идентичности в межкультурной среде // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Россия: государство и общество в новой реальности». – Том III. – М.: Проспект, 2016. – С. 210-212.
4. Кузьмина Н.В. Взаимодействие культуры и экономики сквозь призму образа столичного мегаполиса // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Государственное управление и развитие России: модели и проекты». – Том III. – М.: Проспект, 2017. – С. 277-282.
5. Кузьмина Н.В. Символично-семиотическое проектирование: культурологический подход // Культурные инициативы: материалы 49 Всероссийск. науч. конф. молодых исследователей (Челябинск, 6 апреля 2017 г.). – Челябинск: ЧГИК, 2017. – С. 40-43.

6. Кузьмина Н.В. К вопросу о символично-семиотическом проектировании городских пространств // Образование и культура: потенциал взаимодействия и ресурсы НКО в социокультурном развитии регионов России. Теория и практики социокультурного развития: Сборник материалов III Культурного форума регионов России. Москва – Волгоград – Новосибирск – Рязань – Сыктывкар, (февраль – сентябрь 2017 г.) / Под общ.ред. О.Н. Астафьевой, О.В. Коротеевой. – М.: ИП Лядов К.В., 2017. – С. 278-281.
7. Кузьмина Н.В. Образовательная деятельность учреждений культуры в контексте формирования урбанистических образов // Сборник статей Международной конференц-сессии «Государственное управление и развитие России: выбор приоритетов». – Том I. – М.: Научная библиотека, 2017. – С. 746-747.
8. Кузьмина Н.В. Культурное пространство Родины: историко-культурные предпосылки возникновения российских мегаполисов / Образ Родины: содержание, формирование, актуализация: Материалы II Международной научной конференции, Москва 20 апреля 2018 г. — М.: МХПИ, 2018. – С. 86-91.
9. Кузьмина Н.В. Общественные пространства российских мегаполисов: символы, знаки, образы // Сборник статей Международной конференц-сессии «Государственное управление и развитие России: вызовы и возможности». – М.: Научная библиотека, 2018. – С. 850-852.

В совокупности по теме научно-квалификационной работы (диссертации) опубликовано 16 научных работ, включая 7 статей, опубликованных в журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, 4 статьи – в изданиях, входящих в перечень журналов, утверждённых Учёным советом РАНХиГС для публикации статей по культурологии (специальность 24.00.01 – «Теория и история культуры»). Общий объём публикаций 8,7 п.л.

Положения, выносимые на защиту:

1. Динамика образа города обусловлена сменой принципов и особенностей освоения горожанином пространства своего бытия, поэтому каждый исторический период урбанистического развития отмечен своим образом города. Динамику развития современных российских мегаполисов как знаково-символических систем определяют общие и частные факторы. Общие факторы обуславливают развитие символично-семиотического пространства всех российских мегаполисов. Общим фактором является наднациональная (цивилизационная, духовная) российская культура, в основе которой лежат духовные устремления к ценностному универсуму (абсолютной ценностно-смысловой системе), стремление к бытийному способу жизни, неутилитарное отношение к миру. Частные факторы определяются условиями функционирования конкретных мегаполисов. Общие факторы обеспечивают целостность культурного пространства России, упрочивают культурную самобытность государства, способствуют обретению горожанином устойчивости своей личности. Частные факторы обеспечивают вариативность культуры, символично-семиотическое разнообразие культурного пространства регионов, придают урбанистической культуре того или иного города свой уникальный колорит, формируют «лицо», идентичность мегаполиса.

2. Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов как разновидность социокультурного проектирования представляет собой организационную и управленческую деятельность субъектов городской культурной политики, нацеленную на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому пространству своего бытия. Символично-семиотическое проектирование включает два уровня: цивилизационный, «надгосударственный» (обеспечивает сохранение и развитие российского «культурного кода» в культурном пространстве мегаполиса) и локальный/региональный (направлен на «высвечивание»

культурных, социальных, исторических и иных особенностей того или иного мегаполиса).

3. Оптимизация культурной политики лежит в том числе в русле символично-семиотического проектирования. Говоря о региональных практиках культурной политики, мы констатируем необходимость создания и реализации практикоориентированных проектов и программ, направленных на создание оптимальных условий для формирования городской коллективной идентичности жителей на основе актуализации пространственно регионально незамкнутой, в этом смысле наднациональной ценностно-смысловой сферы российской культуры и социального творчества в пространстве современной урбанистической культуры.

4. Культурные практики выражают всю совокупность сложившихся в городском социуме в конкретный исторический период устойчивых знаково-символических форм и практических действий, формирующих особое символично-семиотическое пространство мегаполиса. Как инструменты символично-семиотического проектирования, нацеленные на повышение вовлеченности горожан в урбанистическое пространство своего бытия, культурные практики можно условно типизировать на культурные практики узнавания (связаны с познавательной деятельностью горожан, в ходе которой происходит «считывание» городского культурного текста, знакомство с «деталью» урбанистической культуры), культурные практики освоения (связаны с наполнением человеком пространства своей жизни личностными смыслами, эмоциональной включённостью в окружающую городскую действительность), культурные практики преобразования (социальное творчество, превращение деятельности горожан в пространстве мегаполиса из репродуктивной предметно-вещной манипуляции в креативно-инновационный процесс благодаря наполнению горожанином деятельности высокими смыслами духовного бытия).

5. Ключевыми направлениями культурных практик, как инструментов символично-семиотического проектирования современных российских

мегаполисов, является, во-первых, обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством актуализации ценностно-смыслового универсума российской цивилизационной культуры и, во-вторых, способствование культурному разнообразию урбанистического пространства, основанному на региональной социокультурной специфике.

Структура диссертации обусловлена логикой исследования, его целью и поставленными задачами. Диссертация состоит из введения, трёх глав, включающих 6 параграфов, заключения и списка использованной литературы (328 наименований).

ГЛАВА I. МЕГАПОЛИС КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

1.1. Культурно-исторические предпосылки возникновения российских мегаполисов

Культура, по мысли А.П. Маркова и Г.М. Бирженюка, выступает «совокупностью характерных для социальной общности ценностей, норм, смыслов, идеалов, зафиксированных в текстах культуры»¹, которые составляют духовно-нравственную вертикаль. По С.Б. Синецкому, сущность культуры заключается в «сочетании объективно усвоенных, воспроизводимых и транслируемых норм мышления и деятельности и субъективно принятых ценностей, определяющем содержание общественной жизни»². Так, духовная национальная культура создаёт условия не только для объединения общества, обеспечения социального порядка, но и обретения человеком возвышающих смыслов своего бытия, устойчивости собственной личности.

Культура, по Ю.М. Лотману, есть не просто семиотическая структура, но и постоянно функционирующий механизм смыслообразования, где символы выступают в качестве ведущих звеньев коммуникационного диалога между прошлым и настоящим, обеспечивают трансляцию смыслов культуры, участвуют в воспроизводстве и присвоении культурных ценностей.

Изменяющийся мир во всём многообразии его проявлений осваивается индивидом посредством образов, в знаково-символической форме. Образ как феномен заключает в себе субъективное представление о том или ином объекте (видение, изображение, истолкование), имеет аксиологическую

¹ Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования. – СПб.: ИГУП, 1998. – С. 43.

² Синецкий С.Б. Культурная политика XXI века: от прецедента Истории к проекту Будущего. – Челябинск: Энциклопедия, 2011. – С. 37.

окраску и обусловлен мировоззрением субъекта, в качестве которого может выступать как отдельная личность, так и общество в целом.

Образ как онтологическое понятие является одновременно мыслительным (концептуальным) и визуальным (зримым) феноменом, т.е. он обладает свойствами как процессуальности, так и пространственности. Говоря о пространственности образа, важно отметить, что «определение образа обусловлено некой его специфической пространственностью, содержащейся в его структуре»¹. В свою очередь, процессуальность образа предполагает его непрерывное и последовательное изменение во времени².

Одновременно являясь визуальным изображением, образ в той же степени может быть и концептуальным, поскольку он всегда производит некий «отбор» реальности, основывающийся на процессе восприятия, познавательной способности и волевом акте человека. Другими словами, иконографический и мыслительный образ можно представить в виде кадрирования и целостной композиции. В этом отношении субъектами формирования образа, находящегося в плоскости эмоций, рассудка и замысла, выступают как моделирующий его актер, так и тот, для восприятия которого образ предназначен³.

И.В. Фомин считает, что более узким понятием является визуальный образ. По его мнению, возникновение образа связано с «метафорическим насыщением “когнитивными” смыслами более узкого понятия визуального образа (изображения)»⁴. В настоящем исследовании при рассмотрении образов и образности мы будем иметь в виду именно концептуальный образ.

Образ всегда имеет автора-создателя – субъекта, разработавшего образ. Образ всегда переживается (как субъектом, так и объектом) и существует

¹ Городецкий М. В. Онтологические основания графического образа. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2010. – 268 с.

² См. об этом подробнее: Каган М. С. Эстетика как философская наука. — СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. — 544 с.

³ Stolleis M. L'oeil de la Loi. Histoire d'une métaphore. – Paris, Mille et une nuits, 2006. – 127 p.

⁴ Фомин И.В. Категория образа как средство изучения политической действительности (на примере образа Южной Осетии в российском внешнеполитическом дискурсе) / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 43.

только за счёт этого переживания. Символы же в большинстве своём анонимны, поскольку являются результатом коллективного бессознательного. Иными словами, символ вбирает в себя культуру и традиции всех предшествующих поколений, поэтому выражают обобщённые смыслы и вследствие этого, будучи недосказанными, требуют расшифровки. Другой отличительной особенностью символа и образа является то, что образ более тесно соотносится с отражаемой им вещью, предметом, явлением и т.п.

Говоря о роли знаково-символической системы в культуре, Г. Абель полагает, что сама реальность зависит от функций систем описания, обозначения и интерпретации посредством знаков, поэтому такие знаковые системы, как наука и искусство, могут быть определены как различные «способы мирозидания»¹. Так, исходя из того, что люди конструируют свою реальность через знаки и символы, можно сделать вывод, что «раскрытие», или декодирование, знаковых конструкций, циркулирующих внутри социума, осуществляется посредством анализа культурных практик, формирующих образы культуры конкретного времени и пространства.

По мысли П. Бурдье, именно благодаря символическому созданию образа (места, события, вещи и т.п.) актуализируется символическое поле социальной реальности пространства. Это проявляется в репрезентативной природе культуры: взгляды, картины мира человека и социума в целом заключены в культуре, поскольку последняя, по мысли Ф. Тенбрука, «производит идеи, значения и ценности, которые действенны в силу их фактического признания»². Кроме того, составляя концептуальную основу культуры, они оказывают сильное влияние на социальные отношения, модели жизнедеятельности индивида и способы его осознания и понимания себя и окружающего мира, то есть символично-семиотическое поле культуры конституирует социальную реальность.

¹ Abel G. Konstruktionen der Wirklichkeit. — Sedlmayr E. (Hg). Wirklichkeit, Bild, Begriff. — Berlin, 1997.

² Тенбрук Ф. Репрезентативная культура // Социологическое обозрение. — № 3. — Т. 12. — 2013. — С. 101.

Так как культура – это следствие интеллектуальной и осознанной деятельности личности, логичным представляется вывести некую формулу взаимосвязанного развития городского сознания (находящего выражение в ценностных ориентациях, отношении к внутреннему и окружающему миру, идеалах, убеждениях и т.д. – словом, мировоззрении) и образа города:



Такой подход в изучении урбанистической культуры позволяет увидеть не только конкретный результат развития городской культуры в виде конкретных образов, но и выявить и объяснить происхождение их символично-семиотических особенностей.

Итак, мировоззрение человека (его ценностные ориентации, отношение к внутреннему и окружающему миру, идеалы, убеждения и т.д.) определяет принципы и способы освоения действительности, которые, в свою очередь, обуславливают формирование образа как предметов и явлений в частности, так и в целом пространства своего бытия.

Образ является категорией культуры, её универсальной и всеобъемлющей единицей, проявляющейся на различных уровнях индивидуального и общественного сознания, и выступает важной составляющей культурологического подхода. Культурологический подход берёт своё начало в трудах античных мыслителей и, будучи связанный с понятиями «cultura animi», «paideia», изначально указывает на путь «вращения душевности и образованности». Говоря о философских корнях культурологических идей, следует отметить учёных, которые изучали

исторические явления, социокультурные феномены, символично-семиотические аспекты социальной жизни в ракурсе культурологических идей, среди которых: С.С. Аверинцев, М.М. Бахтин, В.С. Библер, Л.Н. Гумилев, М.С. Каган, Д.С. Лихачев, Ю.М. Лотман, М.К. Мамардашвили, Г.С. Померанц и др.

В контексте настоящего исследования культурологический подход позволяет проследить формирование образов российских городов с учётом изменений историко-культурных периодов урбанистического развития в России.

Образ города обусловлен, во-первых, историческим и социокультурным контекстом развития города, а во-вторых, сменой способов познания окружающего мира и методов (в том числе художественного) отражения действительности. Изменение этих условий задаёт урбанистическому образу динамику. Однако образ связан и с объективными факторами (исторической эпохой, социально-экономическим, политическим положением города), и субъективными (образ – это репрезентация городского пространства в сознании субъекта, его эмоциональное восприятие), поэтому для анализа российских городов как особой семиосферы и выявления особенностей их развития представляется целесообразным разложить понятие «образ города» на составные элементы, изменение которых приводит к другому образу.

В силу того, что урбанистический образ рассматривается как культурный феномен, его строение видится нам подобным структуре культуры, т.е. имеющим субстанциональные и функциональные элементы. Субстанциональные составляющие городского образа – это постоянные элементы, служащие «телом» и сутью городской культуры. В их число входят аксиология традиции местной культуры, нормы права, морали, повседневного поведения и общения людей, язык, историческое прошлое и вектор движения в будущее, религиозные истоки (по мысли русских религиозных философов религия не часть культуры, а её субстанция).

Функциональные элементы образа города характеризуют различные стороны и аспекты культурной деятельности в пространстве города, они изменчивы и зависимы от внешних условий. Сюда входят традиции, обряды, обычаи, ритуалы, а шире – социокультурные события, архитектурный облик города, градостроительные, административно-территориальные, экономические, социально-политические особенности – словом, все элементы, обеспечивающие функционирование урбанистической культуры.

Итак, образ города представляет собой «систему взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих географическое пространство»¹. В своём труде «Большие города и духовная жизнь» немецкий философ, социолог Г. Зиммель указывает на роль образа города как элемента городской жизни, обладающего «обобществляющей способностью»², подчёркивая тем самым основополагающее значение этого конструкта в образовании идентичности горожанина. Общее знание, разделяемое членами социума, служит основой для формирования единства. Как полагает Л. Мэмфорд, американский историк, социолог, «в качестве косвенных форм ассоциаций, образованных при помощи знаков, символов и специализированных организаций, дополняющих прямое взаимодействие лицом-к-лицу, сами по себе личности горожан становятся многогранными: они отражают их специализированные интересы, наиболее развитые умения, более мелкие различия и выборы: личность больше не представляет собой более или менее традиционное, обращённое к реальности лицо как целостность. В этом как возможность личностной дезинтеграции, так и необходимость в реинтеграции через широкое участие в конкретном, очевидном и значимом общем действии и результате...»³. Так, основной частью социокультурной и информационной среды, формирующей

¹ Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. – СПб.: Алетейя, 2003. – С. 48.

² Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь / Г. Зиммель // Логос. – 2002. - № 3 (34). – С. 10.

³ Цит. по: Черняковская О.С. Ресурсы городской среды для формирования идентичности горожан. // Социальные преобразования и социальные проблемы. – 2009. № 11. – С. 5.

восприятие города, его оценку, желание или нежелание быть его частью, является проявление урбанистического образа.

Места бытия людей всегда выступали символично-семиотическим пространством, поскольку совместная жизнедеятельность людей предполагает коммуникацию, обращение к определённым символам и образам для сохранения социального порядка. Особенно значимым знаково-символический компонент жизнедеятельности как человека, так и общества в целом становится в урбанизированных формах: полисе, городе и мегаполисе. Семиотика пространства, в целом, обладает колоссальной значимостью в конструировании картины мира определённой культуры. Это связано с тем, что конституирующим основанием осмысления жизни культурой выступает формирование образа мира – по Лотману, «пространственной модели универсума»¹.

Каждый исторический период отмечен своим образом города. Исходя из этого, предпримем попытку проследить формирование образа города с учётом его исторических периодов урбанистического развития в России.

Первые поселения относятся к дописьменной эпохе, где важное место в трансляции социального опыта занимали устные формы, «из уст в уста». Такой мир устной памяти был насыщен символами, что обуславливалось мифологической картиной мира – самой ранней, архаичной, основывавшейся на эмоционально-чувственном переживании мира.

В Восточной Европе первые поселения появились более 1,5 тысяч лет назад на берегах рек и пересечении крупных торговых путей. Территории были заселены, как правило, славянскими племенами. Поскольку древние славяне, носители мифологического мировоззрения, были язычниками, их жизнь была наполнена многообразными символами, отражающими восприятие древними славянами окружающего мира. Символично-семиотическая система в язычестве славян несла, в первую очередь, магическую нагрузку, а уже потом – эстетическую. В прикладном

¹ Лотман М.Ю. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 234.

творчестве, в старинных сказах, мифах, легендах и песнях посредством символов и знаков славяне передавали ощущение родства человека и природы и, главным образом, родной земли, выступавшей главным источником жизни. Это отражалось и в особенностях их жизнедеятельности. Древнеславянские языческие символы воспроизводились в практиках труда и отдыха, способах толкования мира внешнего и внутреннего.

И коммуникации древних славян опирались на воспроизводство тех или иных образов. Центром жизни древних славян была деревенская улица, где проходили разнообразные гуляния с хороводами, играми, кадрилими. Так, вся жизнь человека регламентировалась преимущественно традиционными обрядовыми формами, являющимися главными символично-семиотическими ресурсами формирования образности первых древнерусских поселений. К примеру, братчины проводились летом по так называемому обету. Они были связаны с какими-либо событиями древности со счастливой развязкой. Братчины стали мощным символично-семиотическим инструментом: все приносили своеобразную дань святым, спасавшим село от стихийных бедствий. Общинный стол принимал всех, в том числе и бедняков, и оказавшихся в это время в деревне. Братчины обладали колоссальным идентификационным потенциалом, способствовали гармонизации социальной коммуникации, укреплению единства и поддержанию социального порядка.

Воспроизводство традиционного знаково-семиотического компонента культуры древних славян осуществлялось в зимний период посредством таких культурных практик как вечоры, вечерины, беседы, основу которых составляли хороводы, отражавшие особенности славянской культуры. Символизм хоровода раскрывается в том, что в основе его построения лежит круг – круговая композиция (подобие солнца) и движение по ходу солнца (хождение за солнцем – «посолонь»). Хоровод стал сакральным символом вселенского лада и целостности, так как именно в нём стирались личные границы и происходило объединение людей, наполненное общей радостью.

В целом, повседневные практики труда и отдыха, регулировавшиеся традициями, ритуалами и обрядами, а также оформившиеся в празднично-обрядовый календарь стали главными символично-семиотическими ресурсами формирования образности древнеславянских поселений. Их главной задачей было воспроизводство с помощью символов традиционных смыслов укрепления единства и чувства сопричастности людей друг к другу и пространству своего бытия.

Господствовавшее в языческой Руси чувственное, опытно-практическое восприятие мира было ограничено охотой, собирательском, земледелием, кустарным промыслом. Ввиду недостаточности знаний для постижения мироздания одухотворение природы и создание древнеславянского языческого пантеона было главным способом постижения окружающего мира. Поэтому главный принцип освоения человеком пространства своего бытия того времени условно можно охарактеризовать как «идущий от частного опыта человека к представлению об окружающем мире».

В основе образа города Древней Руси периода языческого мировоззрения кроется то, что славяне-язычники лишь через своих многочисленных богов, т.е. опосредованно, имели личностные отношения с мирозданием (космосом).

Постепенно поселения древних славян разрастались и в IX-X веках наряду с формированием Древнерусского государства превращались в города. Города Киевской Руси стали основой государства. Их территориальное деление этих наполнялось символическим значением – они были разделены на две неодинаковые части: на защищённую с помощью городской стены крепость, служившей границами центральной части – особого символично-семиотического пространства пересечения культурных, управленческих и иных потоков, и неукреплённый посад (который включал в себя и рыночную площадь, и места обитания жителей), служивший местом средоточия торговых, ремесленных и иных потоков.

Возникновение первых городов на Руси означало складывание городского сознания, в основе которого лежит ощущение причастности горожанина к творению нового, усиление культурной динамики. Это динамика обусловлена самим феноменом города, заключающемся в том, что в его пространстве максимально сближены центральное и периферийное, приватное и публичное, ведь в городе сосуществуют в одном пространстве и времени представители самых разных сословий и классов. Как полагает А.В. Шипилов, город является «не просто крупным, но принципиально новаторским типом организации общества»¹, со сложной внутренней структурой (социальные полюса в нём пространственно сближены, между ними вырабатывается определённое натяжение).

Поскольку динамика образа города проистекает из смены способов познания окружающего мира и методов художественного отражения действительности, постольку после принятия христианства на Руси городское развитие оказалось обусловленным эволюцией религиозного общественного сознания. Переход чувственного языческого мироощущения к христианскому привёл к значительному перевороту в сознании, так как обозначил резкий скачок в понимании и восприятии человеком мира внешнего и внутреннего. Отныне центром мироздания стал Творец – причина и следствие мира. Это породило религиозно-символический принцип освоения пространства своего бытия человеком и особенно горожанином, т.к. именно города стали центрами религиозной жизни.

Важным ресурсом символично-семиотического насыщения пространства городских образований в Киевской Руси стали монастыри, при которых в XI-XII веках были организованы библиотеки, богатейшие по содержанию. По мысли А.Н. Ужанкова, «русские монастыри выполняли те же просветительские и образовательные функции, что и западноевропейские университета, с той существенной разницей, что занимались они духовным, а

¹ Шипилов А.В. Смысл города и город-Смысл // Человек. – № 1. – 2006. – С. 5.

не светским образованием, и, соответственно, приоритет отдавался духовной литературе, а не мирской – художественной»¹.

Особую роль в этом сыграло слово, воспринимавшееся на нескольких уровнях: содержательном и выступавшем как носитель информации и символическом (слово – материализованный символ), что было характерно только для периода Средневековой Руси, когда благодаря слову-символу создавалась упорядоченная система мироздания.

Как русские, так и греческие книги располагались в библиотеках монастырей (Киево-Печерском) и соборов (Софийском в Киеве). Библиотечные книги представляли собой мощный инструмент воспроизводства традиционных смыслов культуры Руси, приобщения людей к ценностно-нравственным основам православной культуры. Об этом свидетельствует то, что письменные источники, дошедшие до наших дней, представляют собой литературу нравственно-поучительного характера, наполненную образами и иносказаниями («Поучение Владимира Мономаха», «Повесть о Петре и Февронии Муромских» и др.). Позднее, с развитием городов, библиотеки как культурные институты трансформируются в особые центры социальной коммуникации.

Также стали учреждаться православные скиты и монастыри, которые сыграли важную религиозно-просветительскую и экономическую роль. Их основание способствовало освоению не заселённых ранее местностей, т.к. христианские отшельники выбирали для своего поселения места, уединённые и удалённые. Рядом с пустынножителями селились люди, которые впоследствии образовывали посёлок, позже становившийся крупным поселением. Например, в 1147 году возник город Великий Устюг возле Троице-Гледенской обители, укреплявшейся в XVII веке по мере роста торговли устюжских купцов.

¹ Ужанков А.Н. Стадиальное развитие русской литературы XI – первой трети XVIII в. Теория литературных формаций. – М.: Издательство Литературного института им. А.М. Горького, 2008. — С. 35.

Разрастание монастырских земельных владений сказывалось также на заселении близлежащих территорий, помощи местным жителям во время бедствий, строительстве монастырских больниц, богаделен, гостиниц. Некоторые монастыри, окружённые крепкими каменными стенами, становились обороной от захватчиков (Троице-Сергиева лавра, Свято-Успенский Псково-Печерский монастырь, Спасо-Преображенский Соловецкий Ставропигиальный Мужской Монастырь и др.). Во многом именно религиозные святыни обусловили символику поселений, сегодня став центром образа города (так, актуальный и сегодня сакрализированный символ Костромы – Свято-Троицкий Ипатьевский монастырь – воспроизводит в своей легендарной истории двойственность урбанистического пространства и монастыря-крепости).

Итак, религиозная жизнь российских городов во многом организовывала пространство города, его символику и систему коммуникаций.

Серьёзный урон русским городам принесло нашествие татаро-монгол. Многие города во время нашествия оказались разрушенными, пришедшими в упадок или прекратившими своё существование. Возрождение русских городов относится к XIII-XIV векам, когда Русь была освобождена от иноземных захватчиков. На этот период приходится возникновение и развитие Рязани, Твери, Москвы. В целом, города того времени отличала большая обособленность и территориальная удалённость друг от друга.

В Средние века некоторые центральные города Руси стали приобретать черты торгово-хозяйственных региональных центров. Кроме того, особенностью этого периода урбанистического развития является и то, что до XVII века на Руси была симфония властей: светской и духовной, т.е. церковь во многом была субъектом городского управления, способствуя формированию города как сакрального пространства храма. Специфика освоения горожанином пространства своего бытия Средневековой Руси XIII-XIV веков характеризовалась возникновением прагматизма. Это проявилось,

например, в том, что князь Даниил Романович оценивал строительство города Холма с позиции удобства местного ландшафта.

На рубеже XVII-XVIII стала возрастать роль городов как центров производства, что в целом соответствовало укреплению государственности Руси. Связь развития городов на Руси с формированием и усилением государственного устройства позволяет сделать вывод, что крупные формы поселения изоморфны государству и олицетворяют его. Итак, символично-семиотическое пространство средневекового города Российского государства считалось сакральным, а главными субъектами его формирования выступали государство и церковь.

В XVIII веке освоение горожанином пространства своего бытия приобрело рационалистический характер, что обусловило начало смены вектора развития города: главную роль стало играть не производство, а профессионализация интеллектуального труда (в крупных городах (Москве, Новгороде, Пскове, Владимире) возникали художественные школы, ставшие своеобразными институтами профессионального воспроизводства образов русской культуры). Характер городского развития начал определяться средоточием образованных людей, что повлекло за собой и возникновение городского образа жизни. Важнейшим событием этого периода явилось возведение Санкт-Петербурга как новой столицы. Он стал первым российским городом, не ориентированным только на сохранение традиционного уклада и выступивший центром складывания Российской империи, однако при этом являясь столицей православия: сразу после возведения города, в 1703 году был освящён Петропавловский собор – новый храм, который по задумке Петра I должен был стать самым значительным сооружением столицы, находиться в самом сердце Петропавловской крепости и занимать главенствующее положение молодой столицы среди других российских городов.

В результате петровских реформ городская культура Петербурга оказалась направленной на западные ценности и культурные образцы. В это

время образуются первые клубные общности, выступившие пространствами циркуляции и трансформации актуальных смыслов той культуры. Петровские преобразования стали спусковым крючком их массового распространения и овладения ими городским населением. Основным инструментом этого процесса стала система государственных институтов (были созданы школы, училища, гимназии, Академия наук (1725 г.)), а также начавшие печататься светские книги, буквари, календари.

Как свидетельствуют историки¹, большинство городов в течение XVIII-XIX веков вели преимущественно натуральный уклад жизни. При этом именно в этот период, в результате принятия «Жалованной грамоты городам» в 1785 году город впервые приобрёл юридический статус. Согласно документу, города делились на заштатные, уездные, столичные и губернский. У каждого из них были документально зафиксированные права, герб, градостроительный план. Главной же символично-семиотической системой оставались площадные виды искусства и творчества – ярмарки и балаганы. Массовое гуляние быстро впитывало в себя элементы и формы различных традиций, быта культур и синтезировало их. Отметим, что во многом именно площадная культура характеризует город – место пересечения и диффузии самых разнообразных культурных потоков как главных инструментов коммуникации и конструирования ментальности урбанистического сообщества. Главным отличием столичной культуры от провинциальной в этот период явились, по мысли Ю.И. Пивоваровой, «уровень цивилизации и характер противопоставления дикой природе»².

Тенденция урбанизации как «исторического процесса повышения роли городов в развитии общества»³ в Российской империи стала отчётливо прослеживаться в XIX веке, после реформ 1861-1870 годов, что, с точки зрения формирования урбанистических образов, нашло выражение в

¹ См.: Велихов В.А. Основы городского хозяйства. – М.: Наука, 1996. – 466 с.

² Пивоварова Ю.И. Культурная среда русской провинции 1800-1860-х гг. (на материале Воронежской губернии) : автореф. дисс. ... канд.культурологии. – Ярославль, 2018. – С. 14.

³ Новая философская энциклопедия (под ред. В.С. Стёпина). – В 4 т. – М.: Мысль, 2011.

организации при земствах и попечительских советах праздничных комиссий, создании Общества разумных развлечений – центров координации досуговых занятий и интересов. Фактически они стали государственными институтами, деятельность которых была направлена на производство и контроль тех ценностей и смыслов, которые бы служили задаче укрепления и центрирования государственной власти. Для того чтобы быть понятыми и интериоризированными горожанами, эти смыслы и значения должны были быть выражены в доступных, зримых, ярких образах, символах и знаках. Ввиду этого в конце XIX – начале XX веков городская культура включала в себя черты повседневности и праздничности, сочетая уклад «низов» и «верхов», симбиоз цивилизованных форм и сельских традиций, профессиональное искусство и самодеятельное творчество. Город стал местом интенсивного и ежедневного пересечения торговых, профессиональных, культурных и иных потоков и прямой коммуникации их представителей (купцов, лавочников, торговцев, ремесленников, интеллигенции и т.д.).

В начале XX века Россия представляла собой слабоурабнизированное государство – доля горожан составляла всего 15%. Однако на рубеже веков оформились два города-миллионера – Москва и Санкт-Петербург. Среди городских поселений с численностью от 100 до 140 тыс. жителей были Казань, Саратов, Ростов-на-Дону, Тула, Астрахань.

После революции 1917 года быстрыми темпами начала осуществляться урбанизация: численность городского населения увеличилась более чем в 10 раз. Это было связано во многом с ускоренной индустриализацией, неизбежно привлекавшей людей в города, а также с коллективизацией, вынуждавшей сельских жителей покидать деревни. Этому процессу сопутствовало складывание совершенно нового, отличного от предшествующего периода городского сознания, способа освоения горожанином окружающей действительности и, следовательно, символично-семиотического пространства города. Формирование урбанистического

образа осуществлялось в рамках политико-просветительской работы и государственной идеологии. Послереволюционный период характеризуется также созданием клубов, изб-читален, народных домов, общедоступных библиотек, где основными средствами воздействия и приобщения населения к делу строительства нового советского государства стали митинги, общественные движения, культбригады.

В годы Великой Отечественной войны все силы и средства Советского союза были направлены на достижение победы, в достижении которой особо важную роль сыграла культурно-просветительская работа. Боевой дух в тылу и на фронте поднимали пронзительные песни, стихотворения, концерты в окопах и на передовой, агитационные плакаты, наполненные сильными образами.

Послевоенные годы характеризуются интенсивным индустриальным развитием, основной чертой которого явилось не только ускорение темпов роста городского населения, но и укрупнение больших городов, формирование городских агломераций и т.д. В целом в течение 40 лет (с 1950 по 1990-е годы) количество городов увеличилось в 877 до 1037 (в 1,2 раза), а доля горожан выросла с 45% до 74% (в 1,6 раза). Вследствие «расползания» городов главной задачей того времени стало преодоление различий и культурного разрыва между городом и деревней. Это определило и формы урбанизированного расселения – на смену компактному городу пришёл урбанизированный ареал, сочетавший в себе противоречивые тенденции городского сознания – тяготения к централизации и провинциальности, периферийности. Главным субъектом формирования урбанистического образа этого периода стала бурно развивающаяся в городах сеть учреждений культуры, выполнявшая главную роль в процессе идеологического воздействия на население. Другой особенностью урбанистической культуры этого периода стала также индивидуализация жизни горожан и индивидуализация как принцип освоения человеком пространства своего бытия. Как пишет А.В. Политов, в это время, во второй половине XX века

«городской житель (...) оказывается погружённым в калейдоскоп индивидуальных дел и проблем. Мегаполис периода застойного тоталитаризма и постсоветской эпохи оказывается не центром всеобщего единения, массовости, коллективизма и торжества общего, как в эпоху сталинского тоталитаризма, но становится ареной развертывания личностного жизненного мира человека, включается в хронотоп индивидуальной человеческой жизни»¹. Иными словами, общественные городские пространства стали восприниматься местным сообществом как свои собственные, будничные, привычные, наполненные текущими заботами и хлопотами.

Со второй половины 70-х годов происходит постепенная утрата интереса горожан к официальному политико-идеологическому дискурсу, претерпевающему кризис. Это стало причиной развития неорганизованной самодеятельности, неадекватных субкультур. Интересна мысль С.Т. Малахиной о том, что «попытка уничтожить индивидуальный мир человека привела к уничтожению городских дворов»², воплощавших в себе образ города и составлявших один из важных инструментов самоидентификации подавляющей части горожан. В то же время, к 1981 году города составляли половину всех поселений в СССР.

Начиная с 1993 года, рост числа крупных урбанизированных форм прекратился, в России наблюдалась тенденция снижения численности городского населения по причине социально-экономического кризиса. Но, несмотря на отсутствие новых городских поселений, продолжилось объединение малых поселений вокруг крупных российских городов (Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Казани, Самары, Челябинска, Омска, Ростова-на-Дону). Главной особенностью формирования урбанистических образов в 90-е годы явилось то, что акторами этого процесса стали не только органы государственной

¹ Политов А.В. Хронотоп отечественной городской культуры второй половины XX века // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 2. – С. 142.

² Малахина С.Т. Семиотика культуры повседневности. – М.: Алетея, 2009. – С. 202.

власти (как преимущественно это было в СССР), но и негосударственные структуры, общественные движения, различные инициативные группы населения.

В результате динамичного объединения городских агломераций вокруг крупного города и их значительного укрупнения в России возникли мегаполисы, численность населения которых превысила 1 млн человек.

Постсоветский кризис сознания, как общественного, как и индивидуального, обусловил культурную нелокальность, проницаемость социокультурных и этно-национальных границ города. Это привело к изменению городского сознания, его переходу на качественно новое состояние – мегаполисное. Возникновение мегаполиса как культурного феномена стало следствием этих процессов.

В научно-исследовательской литературе мегаполис зачастую рассматривается с точки зрения демографических и экономических параметров, представляя собой особую форму расселения с высокой плотностью населения свыше 1 млн человек и, следовательно, развитой и густой транспортной и инфраструктурной сетями, многочисленными каналами коммуникации, высокими торгово-экономическими связями и производственной оснащённостью.

Однако в рамках культурологического дискурса мегаполис представлен недостаточно полно и фрагментарно. Культурологические особенности мегаполиса во многом обусловлены обозначенными выше параметрами, поэтому можно предположить, что эта урбанизированная форма является сложной открытой самоорганизующейся системой с высокой скоростью символично-семиотического движения в социокультурном пространстве мегаполиса.

При обозначении российских мегаполисов и выявлении их социокультурных особенностей мы идем путем формализации, понимая, что численность населения в 1 млн человек – условный рубеж, поскольку речь идёт обо всех крупных урбанистических образованиях. Однако поскольку

принято говорить о мегаполисе как о городе, достигшем населения в 1 млн человек в результате слияния нескольких населенных пунктов, в настоящем исследовании, обращаясь к конкретным практикам сегодняшнего дня, мы ограничиваемся данной искусственной формализацией.

Согласно данным Росстата¹, на 1 января 2016 года в Российской Федерации насчитывалось 15 городов с численностью населения более 1 млн человек. В их число вошли следующие города:

- Москва,
- Санкт-Петербург,
- Нижний Новгород,
- Екатеринбург,
- Омск,
- Казань,
- Челябинск,
- Самара,
- Красноярск,
- Ростов-на-Дону,
- Уфа,
- Новосибирск,
- Волгоград,
- Пермь
- Воронеж.

По мысли Е.А. Власовой, мегаполис представляет собой особую культурную форму, которая обладает уникальными семантико-ценностными параметрами смыслового пространства»², возникшую в результате глобализации, всплеска постмодернизма как мировоззренческого феномена и

¹ Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям / Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3abf9ce (дата обращения: 09.03.2017).

² Власова Е.А. Мегаполис как семантико-символическая система : Дисс. ...кандидата философских наук. – М., 2013. – С. 3.

генезиса экранной революции, характерных для мегаполисного сознания. Так, скачок от городского сознания к мегаполисному обусловил возникновение мегаполисов как культурных феноменов, «авангардов культурной динамики».

Постсоветский кризис сознания, как общественного, как и индивидуального, обусловил культурную нелокальность, проницаемость социокультурных и этно-национальных границ города. Это привело к изменению городского сознания, его переходу на качественно новое состояние – мегаполисное. Возникновение мегаполиса как культурного феномена стало следствием этих процессов.

Таким образом, мировоззрение человека (его ценностные ориентации, отношение к внутреннему и окружающему миру, идеалы, убеждения и т.д.) определяет принципы и способы освоения горожанином пространства своего бытия, которые, в свою очередь, обуславливают формирование образа города как феномена культуры. Урбанистический образ имеет субстанциональные и функциональные элементы: субстанциональные составляющие городского образа – это постоянные элементы, служащие «телом» и сутью городской культуры; функциональные – характеризуют различные стороны и аспекты культурной деятельности в пространстве города, они изменчивы и зависимы от внешних условий. Изменение этих элементов приводит к другому урбанистическому образу.

Динамика образа города проистекает из смены принципов и особенностей освоения горожанином пространства своего бытия, поэтому каждый исторический период урбанистического развития в России отмечен своим образом города:

1) в языческой Руси в основе постижения окружающего мира лежало мифологическое сознание, одухотворение природы, а значит, пространственный (пока не городской) образ основывался на географических и климатических особенностях территории поселения. Главный принцип освоения человеком пространства своего бытия того языческой Древней Руси

условно можно охарактеризовать как «идущий от частного опыта человека к представлению об окружающем мире»;

2) после принятия христианства на Руси городское развитие оказалось обусловленным эволюцией религиозного общественного сознания. На смену мифологическому пришёл религиозно-символический принцип освоения пространства своего бытия человеком и особенно горожанином, т.к. именно города стали центрами религиозной жизни. Религиозная жизнь во многом организовывала пространство города, его символику и систему коммуникаций;

3) XIII-XIV веках города отличала большая обособленность и территориальная удалённость друг от друга;

4) в Средние века некоторые центральные города Руси стали приобретать черты торгово-хозяйственных региональных центров. Кроме того, особенностью этого периода урбанистического развития является и то, что до XVII века на Руси была симфония властей: светской и духовной, т.е. церковь во многом была субъектом городского управления, способствуя формированию города как сакрального пространства храма. Специфика освоения горожанином пространства своего бытия Средневековой Руси XIII-XIV веков характеризовалась возникновением прагматизма;

5) на рубеже XVII-XVIII стала возрастать роль городов как центров производства, что в целом соответствовало укреплению государственности на Руси;

6) в XVIII веке освоение горожанином пространства своего бытия приобрело рационалистический характер, что обусловило начало смены вектора развития города: главную роль стало играть не производство, а профессионализация интеллектуального труда. Характер городского развития начал определяться средоточием образованных людей, что повлекло за собой и возникновение собственно городского образа жизни;

7) в XIX веке, после реформ 1861-1870 годов, стала отчётливо прослеживаться тенденция урбанизации как исторического процесса

повышения роли городов в развитии общества в Российской империи. А в конце XIX – начале XX веков городская культура включала в себя черты повседневности и праздничности, сочетая уклад «низов» и «верхов», симбиоз цивилизованных форм и сельских традиций, профессиональное искусство и самодеятельное творчество;

8) в годы СССР урбанизация осуществлялась быстрыми темпами, что было связано с ускоренной индустриализацией, неизбежно привлекавшей людей в города, а также с коллективизацией, вынуждавшей сельских жителей покидать деревни. Этому процессу сопутствовало складывание совершенно нового, отличного от предшествующего периода городского сознания, способа освоения горожанином окружающей действительности и, следовательно, символично-семиотического пространства города. Формирование урбанистического образа осуществлялось в рамках политико-просветительской работы и государственной идеологии. В основе урбанистического образа лежал город как центр всеобщего единения, массовости, коллективизма и торжества общего. Однако в этот период советские города утрачивают свои уникальные культурные черты, что обусловлено новым отношением к социалистическим городам, формирующимся под влиянием совершающихся в стране событий;

9) во второй половине XX века особенностью урбанистической культуры стала индивидуализация жизни горожан, выступавшая принципом освоения человеком пространства своего бытия. В основе мировоззрения советской эпохи лежала идея, что мощью разума общество способно познать и покорить природу, построить счастливый мир. Это привело к возникновению образов советских городов, построенных на достижениях в области промышленности;

10) распад СССР повлёк за собой фрустрацию, ценностный вакуум российского общества, снижение интеллектуальных и эстетических запросов горожан. Это сказалось на том, что субстанциональная основа образа города оказалась лишена прежних, устоявшихся ценностно-смысловых констант.

11) постсоветский кризис сознания, как общественного, как и индивидуального, обусловил культурную нелокальность, проницаемость социокультурных и этно-национальных границ города. Это привело к изменению городского сознания, его переходу на качественно новое состояние – мегаполисное. Возникновение мегаполиса как культурного феномена стало следствием этих процессов.

Усложнение социокультурной, коммуникационной, информационной структуры российского города и трансформация в мегаполис востребует его анализ как символично-семиотическую систему.

1.2. Российский мегаполис как символично-семиотическая система

Для анализа мегаполиса как символично-семиотической системы рассмотрим понятие «символично-семиотические основания» и обозначим сущность «знака» и «символа».

Как полагал М.Ю. Лотман, ввиду социокультурной обусловленности символов при взаимодействии с культурным текстом они меняют свои смыслы, не утрачивая, однако, память о предшествовавших значениях¹. Именно символы выступают ведущими звеньями в коммуникации между прошлым и настоящим, обеспечивают трансляцию смыслов культуры и участвуют в воспроизводстве и присвоении ценностей культуры². Следовательно, символ можно трактовать в качестве способа бытия социальной и культурной памяти.

«Символическое» же предстаёт метафорическим отражением бытия, оно отражается в искусстве, речи, языке. Интегрировать разнообразные семиотические элементы в единое целое должен человек.

Говоря о знаке, следует сказать, что это понятие неразрывно связано с понятиями означаемого и означающего. Рассмотрение их специфической связи находится в центре исследований Р. Барта. Под знаками мыслитель понимает не только слова, но и вообще любые предметы, которые могут что-либо значить: фотографию, живопись, рекламу, ритуалы, какие-либо вещи и т.д.

Однако в ряде источников понятия «символ», «знак» и «образ» используются как взаимозаменяемые. Проблема анализа онтологической сущности каждого из них, выявления отличительных черт представлена исследованиями Э.М. Спировой, И.В. Фомина³. Важно отметить, что символ тесно связан с образом и имеет глубокое обобщающее содержание.

¹ Царева Е.А. Ю.М. Лотман: символический фактор в культурной динамике. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». – № 3. – М.: Изд-во МГОУ, 2010. – с. 101.

² См.: Там же. – С. 23-27.

³ Спирова Э.М. Знак и символ: психолого-философские аспекты. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2011. – 186 с.; Фомин И.В. Категория образа как средство изучения политической действительности (на примере образа Южной

П.А. Флоренский считал, что реальность – субъективно переживаемый окружающий мир – строится из символов, и поэтому познаётся с помощью них и через них. По мысли философа, символы представляют собой «органы нашего общения с реальностью. (...) Изображением мы видим реальность, а именем – слышим её»¹. Именно в этом заключается главное их отличие от знаков – овеществлённых носителей образа предмета, ограниченных его функциональным предназначением: знаки не участвуют в реальности, они лишь указывают на нечто, лежащее вне их самих, а символы – указывают именно на реальность – воспринимаемый нами мир, наполненный теми или иными смыслами. Как полагает Э.М. Спирова, значение символов заключается в том, что они раскрывают уровни реальности, «для которых символический язык не подходит»². Именно поэтому, в отличие от символов, знаки не имеют ценностной окраски, поскольку выступают объективными «заместителями» материальных предметов, явлений, событий. Знаки могут быть слуховыми (школьный звонок, сирена полицейского автомобиля), зрительными (сигналы регулировщика, светофора, буквы, числа), осязательными (рукопожатие), вкусовыми (кислые, сладкие, солёные вкусы), обонятельными (пометы территории животными). Таким образом, символ вещи составляет её смысл в целом, в то время как знак передаёт её единичный смысл.

Итак, используя понятие «символично-семиотические основания», мы говорим о семиосфере³ – системе ценностных смыслов культуры. При помощи знаков и символов человек осваивает пространство своего бытия. В контексте настоящего исследования они предстают «мостиком» между

Осетии в российском внешнеполитическом дискурсе) / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 40-65.

¹ Флоренский П.А. Итоги // Эстетические ценности в системе культуры. – М.: Ин-т философии АН СССР, 1986. – С. 122.

² Спирова Э.М. Знак и символ: психолого-философские аспекты. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2011. – С. 17.

³ Понятие «семиосфера», впервые введенное Ю.М. Лотманом в 1984 году, подробно объяснено и соотнесено с другими аспектами структурно-семиотической его теории культуры в работе «Внутри мыслящих миров» (Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб.: Искусство – СПб. – С. 150-389. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman_semiosphera.htm (дата обращения: 10.11.2015).

обусловленными мировоззрением принципами восприятия и толкования окружающего и внутреннего мира и образом пространства своей жизни.

Говоря о роли символично-семиотической системы, составляющей особый культурный текст, отметим, что он репрезентирует определённые ценности и смыслы, которые находятся, как полагает Ю.М. Лотман, в постоянном взаимодействии с внутренним миром человека¹. Это взаимодействие видится в том, что знаки являются своего рода языком культурного текста, выражением определённой идеи, представлением конкретного предмета, явления или действия, а символы – своеобразным «конденсатором всех принципов знаковости»², в то же время выходящим за её пределы знаковости. Эта мысль близка воззрениям А.М. Пятигорского и М.К. Мамардашвили, которые соотносят символы с пониманием и видят в них репрезентацию не столько многочисленных событий или предметов, сколько «осознанных посылок и продуктов сознания»³. Так, полагают мыслители, символ предполагает необходимость тонкого и непрямого общения с собой. Образ же выступает как концептуальное, ценностно-смысловое ядро этого процесса, средством трансляции символом и раскрытия их смысла в заданном контексте. Поскольку символы, по Лотману, проникают во все пласты культуры, при этом никогда не относясь к одному определённому срезу»⁴, постольку образы обладают интенцией к вечному в пространстве-времени личностного и общественного бытия, выходящему за границы конкретно-исторических условий и эмпирических процессов. Именно образ как идейный автопортрет культуры «оказывает воздействие на культурные тексты»⁵, однако, согласно учёному, он не может быть с ними отождествлён, иногда являясь «обобщением скрытых за

¹ Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 9.

² Там же. – С. 183.

³ Пятигорский А.М., Мамардашвили М.К. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – С. 99.

⁴ Царева Е.А. Ю.М. Лотман: символический фактор в культурной динамике. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». – № 3. – М.: Изд-во МГОУ, 2010. – С. 102.

⁵ Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 54.

текстовыми противоречиями структурных принципов»¹. Речь идёт о том, что культурные тексты обладают способностью генерировать новые смыслы и сохранять культурную традицию.

Чтобы обозначить место образа, символа и знака в семиосфере города, представляется интересным прибегнуть к следующей метафоре: Торстен Хегерстранд, шведский географ и автор теории пространственной диффузии инноваций, утверждал, что мир подобен гобелену, вытканному историей. Образ гобелена же интересен тем, что он соединяет в себе как представление о целом (т.е. рисунок, образ, целостность), так и семантику ткани, сотканной из линий. Думается, применительно к теме нашего исследования, мегаполис можно уподобить гобелену, представление о целом – урбанистическому образу, а семантику ткани – знаково-символическому пространству городской культуры. Рассмотрение символично-семиотических оснований культуры мегаполиса отрывает возможность выявить социокультурные особенности городского сознания (в том числе актуальное состояние, проблемы и перспективы) и городской коллективной идентичности его населения.

Итак, знаки, символы и образы в культурном пространстве мегаполиса тесно связаны между собой. Особенность их связи заключается в том, что они взаимно дополняют, совершенствуют, укрепляют друг друга и их связь носит системный характер. Осмысление мегаполиса как знаково-символической системы предполагает, прежде всего, его осмысление как пространства бытия горожан, среды существования и развития культуры и определённой духовно-культурной общности. Историко-культурный потенциал, по А.П. Маркову и Г.М. Бирженюку, составляет существенную характеристику любого региона (в т.ч. урбанизированных форм: села, города, мегаполиса и др.), поскольку она позволяет «достаточно отчётливо определить уникальность крупных региональных сообществ, которые

¹ Там же.

отличаются друг от друга как традициями, так и “образами мира”»¹. Мегаполис выступает сложным, многоуровневым социокультурным образованием, уникальность которого определяется влиянием социальных, инфраструктурных, культурных и иных факторов.

Переходя к анализу символично-семиотических оснований российских мегаполисов, отметим, что отличие российского мегаполиса от западноевропейского или восточноазиатского велико. Они лежат в широком контексте национально-цивилизационных, культурно-национальных особенностей. Поэтому следует искать свои, внутренне присущие российскому общественному сознанию процессы и выявлять свои законы развития урбанистической культуры.

Динамику развития российских мегаполисов как знаково-символических систем определяет множество факторов – движущих сил, причин, воздействующих на процесс урбанистического семиосиза. Среди них можно выделить общие факторы и частные факторы.

Общие обуславливают развитие символично-семиотического пространства всех российских мегаполисов. Так как мегаполисы представляют собой «самую полную фрактальную демонстрацию цивилизации как большего целого»², их культура фрактальна общегосударственной культуре. Иными словами, мегаполисы – сжатые модели государства с точки зрения универсального ценностно-смыслового содержания их культуры. Поэтому, думается, общим фактором российских мегаполисов как знаково-символических систем является, так сказать, «наднациональная» (цивилизационная³, духовная) российская культура. Она включает в себе «то общее, что есть у всех культур многонациональной России, наряду со всем своеобразным, различным, что в совокупности

¹ Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования. – СПб.: ИГУП, 1998. – С. 50.

² См.: Николаева Е.В. Фракталы городской культуры – СПб: Страта, 2014. – 264 с.

³ В контексте настоящего исследования под цивилизацией мы понимаем область присутствия человека в мире, освоенную и произведенную человеком (имманентную ему) сферу существования. Духовные центром (ядром) цивилизации является религия и язык, вокруг которого расположены ключевые цивилизационные оболочки: культура, государственность, технологии.

составляет многогранность и дифференцированность культур России как единой цивилизации»¹. Сущность российской культуры раскрывается в ценностных характеристиках, лежащих в её основе: духовных устремлениях к ценностному универсуму (абсолютной ценностно-смысловой системе), стремлении к бытийному, а не потребительскому способу жизни, неутилитарном отношении к миру. Говоря об уникальности и парадоксальности российского «цивилизационного кода», представляется уместным привести высказывание И.А. Ильина о русском человеке: «Без любви русский человек есть неудавшееся существо. Цивилизующие суррогаты любви (долг, дисциплина, формальная лояльность, гипноз внешней законопослушности) – сами по себе ему мало свойственны. Без любви он или лениво прозябает, или склоняется к вседозволенности. Ни во что, не веруя, русский человек становится пустым существом, без идеала и без цели. Ум и воля русского человека приводятся в духовно-творческое движение именно любовью и верою»². Российская «наднациональная», цивилизационная культура, «утверждаемая в виде моральных, религиозных, традиционных и правовых норм, воплощая в себе ценности добра, справедливости, истины, любви, веры, свободы, творчества, красоты, образует живую духовную реальность. Для неё характерно историческое многообразие этнокультурных предметных форм деятельности и универсальность иерархии, где задается целостное преобразование мира, окончательный смысл развития и предельные критерии совершенства. Важно отметить, что носителем этой культуры являются все народы России. Её осуществление направлено не на сиюминутные, конъюнктурные цели, а на конечные перспективы, интегрирует общество, осуществляя связь поколений и создавая наиболее прочный фундамент для всестороннего развития

¹ Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания. Коллективная монография (общ. ред. и сост. О.Н. Астафьева и О.В. Шлыкова). – М.: Согласие, 2019. – С. 69.

² Философия образования : журнал / ред. Н.В. Наливайко. – Новосибирск : СО РАН, 2013. – № 2(47). – 257 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141937>.

личности»¹, не уничтожая творчество, но, наоборот, формируя всех условия, обеспечивающие этнокультурное многообразие и самореализацию народов. По нашему мнению, уточняют и конкретизируют общие факторы духовные ценностные ориентации, составляющие «культурный код» российской цивилизации, названные русским философом и богословом А.С. Хомяковым «Семирамидой». К их числу относятся духовность, традиция (верность), патриотизм (державность), самобытность (экософность), культура, соборность (коллективизм), творчество (созидание).

Частные факторы типизации мегаполисов как знаково-символических систем определяются условиями функционирования конкретных мегаполисов. Сюда отнесём и исторические особенности развития города, и демографические показатели (в т.ч. этно-национальный состав населения, конфессиональные особенности), и характер межкультурных коммуникаций, и деятельность исторических лиц, связанных с тем или иным городом, и специфику географического и политического положения, и особенности местной и региональной политики, и другие обстоятельства, имеющие индивидуальную природу.

Социально-экономические, политические, исторические условия урбанистического развития влияют на субстанциональные и функциональные элементы образа мегаполиса, знаково-символическое насыщение городского пространства, поэтому при выявлении особенностей символично-семиотических оснований российских мегаполисов мы рассматриваем их, во-первых, в контексте ментальных особенностей российской культуры, а во-вторых, в сравнении с собственно городским развитием крупнейших мировых мегаполисов Запада.

По мнению советских и российских исследователей-урбанистов, отечественные крупные города обладают своей спецификой и особенностями развития. Они представлены в трудах исследователей в области социологии

¹ Закунов Ю.А. Метафизика русской идеи И.А. Ильина в контексте современного национально-государственного развития России // Культурологический журнал. – 2015. – № 4 (22). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cr-journal.ru/files/file/01_2016_12_23_14_1453119794.pdf (дата обращения: 01.07.2019).

города (А.С. Ахиезер, А.В. Баранов, Л.Б. Коган, О.Н. Яницкий и др.), подчёркивающих значение внешней и эстетической среды города для изучения урбанистических процессов; исследователей в области архитектуры и градостроительства (М.П. Березин, А.Э. Гутнов, Г.З. Каганов, А.В. Махровская, Г.Д. Платонов, В.Л. Ружже и др.), в центре внимания которых стоят планировочные и стилевые проблемы жилищ в отечественных городах; экономики (М.Я. Блинкин, А.В. Новиков, С.А. Тархов и др.), где рассматриваются транспортные, логистические, финансовые и иные аспекты урбанистического развития в России. Несмотря на обилие работ, посвящённых развитию отечественных урбанизированных пространств, специфика социокультурной реальности мегаполисов России, общие и частные факторы, обуславливающие развитие именно российских мегаполисов, в них представлены фрагментарно.

Наднациональные православные истоки отечественной культуры оказали влияние на развитие российских городов как символическо-семиотических систем. Особая ментальность городов России обусловлена христианскими корнями российской культуры (поскольку в основании всякой культуры лежит религия). Это связано тем, что для восточного христианства характерно познание через обращение к любви, к чувствам посредством образов, а для западного – с опорой на разум посредством логико-рациональных конструкций. Это повлекло за собой такие ментальные характеристики горожан, как обращённость вовнутрь, в душевно-духовный мир, минимизация утилитарных, земных ценностей, стремление к высшим ценностям, психологическая закрытость горожан, тяготение к коллективным формам бытия, нравственный закон внутри, который сильнее закона внешнего, консерватизм. При этом мегаполисы, в противоположность изложенному выше, воспроизводят экспансивную культуру, культуру потребления, способствуют размыванию чувства целостности личности горожан. На наш взгляд, это противоречие, которое особенно остро ощущает человек в крупнейших городах России, рождает уникальную особенность

ментальности российских мегаполисов. Потребность горожанина ощутить своё уникальное, неповторимое «я» на уровне ценностей и смыслов, реализовать свой творческий потенциал в условиях экспансивного, хаотичного мегаполиса способствует тому, что он стремится образно осмыслить мир. Это стремление жителя современного российского мегаполиса к образному осмыслению пространства своего бытия рождает уникальную специфику урбанистического культурного пространства России и служит одним из общих факторов развития российских мегаполисов как символично-семиотических систем.

Согласно исследованиям, специфика урбанизации в России заключается также и в том, что российские города во многом развивались скачкообразно, о чём пишет Л.Б. Коган¹. Они возникали как инструменты решения тех или иных административных, экономических, политических и иных задач (например, индустриализации в советские годы). То есть большинство городов (являющихся ныне одними из крупнейших в стране) не были органичным развитием пространства бытия местного населения, отражающим изменяющиеся потребности, жизненные ориентации жителей.

Иными словами, одной из ключевых особенностей российских городов стало то, что их развитие осуществлялось без развития собственно городской культуры.

Эта мысль близка воззрениям А.С. Ахиезера, полагавшего, что именно раскол (несоответствие желаемого и действительного) в самом общем виде пронизывает отечественную культуру в целом, «социальные отношения, личность, воспроизводственную деятельность»², отсюда генезис российских мегаполисов можно охарактеризовать, пользуясь терминологией А.С. Ахиезера, с приставкой «псевдо». Игнорирование раскола, по мысли учёного, может привести к дезорганизации общества, когда личность теряет

¹ Коган Л.Б. Города и политика: российские уроки. – Обнинск: Институт муниципального управления, 2003. – С. 77.

² Ахиезер А.С. Социально-культурные проблемы развития России: философский аспект. – М.: ИНИОН РАН, 1992. – С. 49.

глубинную связь с реальностью и вследствие этого обращается к мифам, образному объяснению мира. Это связано также и с тем, что массовое превращение городов в торговые, ремесленные, промышленные центры началось лишь в XVII веке, когда в России уже сложилось довольно централизованное, сильное государство. Поэтому государственность как доминантная на всех этапах развития России форма социальной интеграции была традиционно характерна для российских городских образований. Это подтверждает тот факт, что российским городам статус присваивался государством, в отличие, например, от европейских городов, которые становились городами на протяжении 5-8 веков: «чтобы исполнять свою историческую роль, город должен был в течение жизни многих поколений функционировать как самоуправляющаяся общность»¹, где все внутренние вопросы решались местным сообществом самостоятельно.

Таким образом, скачкообразное развитие городов, взаимопроникновение и смешение городской и сельской культуры с характерными для них типами ментальности в историческом ракурсе было характерно для современных российских городов.

Одной из важнейших детерминант мирового урбанистического развития в целом являются автомобили. Именно со скоростью этой самой передовой технологии современности, по мысли К. Ратти и М. Клодела, «менялись города в эпоху машин»²: массовое владение автомобилем повлекло стремительный рост количества машин, что неизбежно стало оказывать серьёзное влияние на городскую жизнь. «В конечном итоге, - пишут учёные, - на смену извилистым средневековым дорогам пришла организованная сеть сверкающих супермагистралей, созданных для скоростного автомобильного потока»³. Ярким примером автомобильного урбанизма стала столица Бразилии, Бразилиа, спроектированная Оскаром

¹ Сусоколов А.А. Культура и обмен: введение в экономическую антропологию. – М.: SPSSL – «Русская панорама», 2006. – С. 176.

² Ратти К., Клодел М. Город завтрашнего дня: Сенсоры, сети, хакеры и будущее городской жизни [Текст] / Карло Ратти, Мэтью Клодел; пер. с англ. Е. Бондал. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2017. – С. 149.

³ Там же.

Нимейером и Луисио Коста для максимизации скорости и эффективности. Объекты социальной и коммерческой инфраструктуры оказались разнесены друг от друга и связаны между собой только сетью автомагистралей. Другой заметной чертой Бразилиа является отсутствие тротуаров и светофоров, а перекрестки, напротив, представляют собой огромные клеверные развязки. Очевидная несоразмерность улиц человеку раскрывает философию этого города: пешеходов (в теории) не существует, поскольку люди передвигаются по городу со скоростью и в масштабе автомобиля. Присущая мегаполисам Запада (особенно США) XX столетия оптимизация для автомобилей и параллельно растущая популярность образа жизни, в основе которого находился автомобиль, стала оказывать влияние как на социально-экономические силы, так и на образ этих городов. Невероятный прорыв автомобильного оптимизма в дальнейшем повлёк за собой понимание, что неудержимое, ориентированное на автомобиль городское развитие имеет тяжёлые негативные последствия: от интенсификации дорожного движения, усугублению заторов, загрязнению окружающей среды до изменения образа самого города (увеличению асфальтовых покрытий, бетона, смога и т.п.) в сторону углубления социокультурного разрыва урбанистического пространства и социального напряжения. Как говорил Л. Мамфорд, «забудьте о машине и стройте города для любимых и друзей»¹.

В свою очередь, в это время в СССР не было такого засилья автомобилями, следовательно, транспортное развитие шло по иному пути. Несмотря на то, что сегодня многие проблемы, связанные с автомобилизацией крупнейших городов, с которым столкнулся западный мир в прошлом столетии, оказывают существенное влияние на современные российские мегаполисы, их пространства более человекообразны, о чём свидетельствует и развитие системы общественного транспорта, и увеличение количества выделенных для общественного транспорта полос при максимальном сужении остальной проезжей части, и создание

¹ Mumford L. The Highway and the City. – New York: Harcourt, Brace and World, 1957. – P. 238.

велодорожек, и расширение и пешеходных зон, тротуаров, и повышение тарифов на парковку, и т.п. Вследствие таких трансформаций, на наш взгляд, происходит интенсификация социальной коммуникации, снижение уровня напряженности в обществе и, в целом, повышение качества жизни горожан.

Таким образом, отличительной чертой урбанистического развития в России является стремление городской политики к соразмерности пространства человеку, что является общим фактором, обуславливающим развитие российских мегаполисов как знаково-символических систем.

Переходя к анализу частных факторов развития мегаполисов как знаково-символических систем, отметим, что они определяют особенности функционирования конкретных мегаполисов и заключают в себе самые разные обстоятельства, имеющие индивидуальную природу. К числу таких факторов относятся история становления и развития мегаполиса, и характер направленности в будущее, и планировка пространства, и визуальные ориентиры, и облик мегаполиса, и его событийная жизнь, и этно-национальный состав населения, включая специфику социального взаимодействия, и конфессиональные особенности, и многое другое. Об этом указано и в Основах государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года, где одним из важнейших факторов регионального развития обозначены социокультурные особенности регионов¹. Так, сохранение и продвижение уникальных культурных особенностей территорий является стратегической задачей государственной культурной политики.

Российские мегаполисы представляют собой поликультурные пространства, со своей уникальной историей, самобытной этнической и национальной культурой, конфессиональными особенностями, стратегией развития. Эти частные факторы являются теми акторами, которые

¹ Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждены Указом Президента Российской Федерации от 16 января 2017 г. № 13 / Официальный Интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201701160039> (дата обращения: 10.03.2017).

обуславливают дальнейшее развитие всего мегаполисного социума, задают тренды и векторы движения, конструируя смыслы и значения современного горожанина. Ввиду этого предпримем попытку типизировать современные крупнейшие российские города, обозначенные в предыдущем параграфе, на основании общих и частных факторов развития мегаполисов как символическо-семиотических систем.

Тринадцать российских мегаполисов представляют собой административные центры – столицы регионов (субъектов федерации) и два мегаполиса – города федерального значения, столицы России (г. Москва – официальная столица и г. Санкт-Петербург, служивший столицей в течение более двух веков и сегодня считающийся «северной столицей России»). Главной отличительной особенностью последних служит то, что они играют важнейшую политическую, экономическую, социальную и культурную роль как в жизнедеятельности всего государства, так и в международных отношениях. Москва и Санкт-Петербург – символические центры всего государства. По мысли Ж. Готтмана, столица государства является «связующим звеном между страной и внешним миром. взаимодействие которых может таить в себе потенциальный долговременный конфликт. Можно сказать, что столичный город одновременно является «плавильным котлом» и «пороховой бочкой» (А. Тойнби).

Другие же российские мегаполисы (Новосибирск, Екатеринбург, Казань и другие) являются столицами субъектов федерации, центрами (в том числе символическо-культурными) своих регионов. Они формируют территориальную коллективную идентичность жителей соответствующих областей, краев, республик, задают смыслы и ценности, распространяющиеся на периферийные территории в пределах региона, который ввиду этого в целом культурно однороден и, согласно Миллеру, включает традиции и фольклор, духовные ресурсы, служащие сохранению и развитию особого

сознания, присущего заданной территории¹ (Омской области, Пермскому краю, Республики Башкортостан и т.д.). Иными словами, культура этих мегаполисов является «своего рода ядром» культуры всего региона (субъекта федерации), поэтому они обеспечивают сохранение и воспроизводство коллективной социокультурной региональной идентичности и стабильность локальной культуры.

По Е.В. Николаевой, столичная культура фрактальна общегосударственной культуре, т.е. фрактальная структура таких мегаполисов предполагает наличие в ней самоподобных фрагментов наднационального, цивилизационного масштаба. Так, специфика символическо-семиотического пространства столичных мегаполисов – (городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга) в большей степени определяется общими факторами: духовными устремлениями к ценностному универсуму, неутилитарным отношением к миру. Частные факторы в знаково-символическом пространстве Москвы и Санкт-Петербурга обнаруживают себя в столичном пафосе служения гражданам и государству.

Города – центры регионального значения – в большей степени воспроизводят культурный код региона, т.е. культура мегаполисов, являющихся административными центрами субъектов Федерации, в большей степени фрактальна региональной культуре. В таких городах во многом благодаря частным факторам происходит становление уникального урбанистического образа, не похожего на образы других мегаполисов, образа, который лежит в основе самоидентификации горожан, способствует формированию коллективной городской идентичности, возникновению чувства глубинной сопричастности личности пространству бытия мегаполиса.

Таким образом, современные российские мегаполисы можно типизировать по тому, в какой степени их символическо-семиотическое

¹ Цит. по: Дворякина Е.Б., Кайбичева Е.И. Городские периферийные территории региона: понятие, сущность // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – № 4. – 2015. – С. 86-92.

пространство воспроизводит целостность культурного пространства России и вариативность региональной культуры.

Все крупнейшие города России имеют разную историю создания и развития, а значит, и культурная традиция, их культурно-исторические особенности, символично-семиотическое пространство ввиду исторического развития будут различными. Поэтому мы видим целесообразным типизировать российские мегаполисы как знаково-символические системы на основе такого частного фактора, как период возведения городов.

Три из пятнадцати российских мегаполисов насчитывают более девяти веков своего существования (Казань, Москва, Нижний Новгород), будучи основанными в середине IX – середина XV вв. Эти старейшие города были построены без конкретного плана, на берегах полноводных рек. Отличительной чертой их культурного пространства является обилие памятниками истории и культуры – культурными текстами с пластами самых разных эпох. Другой тип мегаполисов составляют города, образованные в период с середины XV по конец XVII вв., к их числу относятся Уфа, Самара, Воронеж, Волгоград и Красноярск. Они имеют полосовидную, или линейную, структуру, поскольку они возведены вдоль крупной реки или горных хребтов, препятствующих развитию городов вглубь территории. Почти половина всех современных российских мегаполисов насчитывает не более четырёх столетий истории, их возведение относится к эпохе Российской империи (конец XVII – начало XX вв.). Среди таких городов Санкт-Петербург, Омск, Екатеринбург, Пермь, Челябинск, Ростов-на-Дону, Новосибирск. Будучи основанными в период осуществления планомерной и жёстко централизованной государственной политики, эти города имеют строгую, шахматную планировку улиц.

Период возведения современных мегаполисов определяет, сколько историко-культурных напластований лежит в основе современного урбанистического текста, а значит, влияет на образность культурных пространств мегаполиса.

Итак, многозначность современных российских мегаполисов определяется множеством факторов. И в этих условиях множественности образов возрастает риск утраты горожанином чувства глубинной причастности к пространству своего бытия и разрывом городской коллективной идентичности. В свою очередь, становление и сохранение коллективной идентичности выступает основой стабильности, поступательного развития и национальной безопасности России, что обозначено в Основах государственной культурной политики¹.

Проблема множественности образов современных российских мегаполисов усложняется также и тем, что культурные ландшафты мегаполисов в силу своей сложности, гетерогенности, чрезвычайной насыщенности разнообразными информационными потоками, постоянной циркуляции знаков, символов и образов неоднородны: они направлены как на преумножение новационного, современного, так и на воспроизводство традиционной культуры (определённых, складывавшихся в течение долгого времени культурных образцов, норм, ценностей, идей и т.д.).

Особую остроту эта проблема соотношения и, что важнее, сочетания и динамики этих двух разнонаправленных векторов развития культуры приобретает в многозначном социокультурном пространстве российских мегаполисов, сочетающих в себе черты разных эпох. Так, культурный текст Екатеринбурга богат памятниками, отсылающими к древнерусским, византийским мотивам и культуре Российской империи (например, Каслинский чугунный павильон), заводскими постройками, напоминающими о соцреализме, гостиничными дома в стиле конструктивизма (например, здание гостиницы «Исеть») и т.д. наряду с современными площадками, продвигающими западную, новаторскую культуру.

Традиционная составляющая культурных ландшафтов российских мегаполисов проникает во все социокультурные системы и обеспечивает их

¹ Основы государственной культурной политики Российской Федерации. Утверждены Указом Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».

существование. Она образует «коллективную память» урбанистического сообщества и отдельных социальных групп, тем самым обеспечивая преемственность в их развитии, самотождественность. Новационная же составляющая выражает способность мегаполисного социума к адаптации к стремительно меняющемуся окружающему миру. Так, гармоничное развитие культуры российских мегаполисов обеспечивается за счёт одновременного гармоничного сохранения традиций, фундирующих урбанистическое сообщество и придающих бытию горожанина в мегаполисе чувство устойчивости, и ориентации на новое, современное, что способствует приспособлению человека и социума к происходящим социокультурным изменениям.

В этой связи важной проблемой является, согласно О.Н. Астафьевой, определение соотношения между задачами укрепления культурной традиции с её системой ценностей, ментально устойчивыми поведенческими практиками и модернизационными процессами, изменяющими образ жизни и систему ориентиров, моделей и практик людей в повседневной культуре¹.

Поскольку мегаполис представляет собой сжатое отражение всего государства, постольку, говоря о традиционной и новационной составляющих культуры урбанистического пространства, мы обозначим их такими понятиями, как «провинциальность» и «столичность» соответственно. Эти понятия близки категориям «центра» и «периферии», разработанным в трудах Ж. Деррида. В основе подхода учёного лежит идея, что всякое пространство (в том числе центр, а в контексте настоящего исследования – «столичность») определяется тем, что оно исключает или от чего дистанцируется (от периферии, «провинциальности»). Иными словами, «знаки создают значения только посредством противопоставления другим знакам, которые не артикулируются»².

¹ См.: Астафьева О.Н. Межкультурный диалог в контексте традиций и новаций: согласование индивидуальных и коллективных дискурсов // Россия: государство и общество в новой реальности: сборник статей. – М.: Проспект, 2016. – С. 133-138.

² Short J. Outside of Power? Or The Power of die Outside // Journal of social and political thought. – Vol. 1. – №. 2. – <http://www.yorku.ca/jspot/2/jshort.htm>.

Провинциальность – это феномен, фиксирующий отличие городского пространства от столичного, а в самом общем виде – центрального. Отметим, что в русском языке слово «провинция» появилось в качестве обозначения административно-территориальной единицы в результате реформ Петра I (нач. XVIII века). Несмотря на то, что она прекратила своё существование как элемент административного деления после 1780 года, понятие осталось, обретя несколько новые смыслы и значения. «Провинцией стали называть все то, что находилось за пределами обеих столиц, а провинциалом – человека не просто из этой территории, но с определенным типом ментальности, мировосприятия»¹. Зачастую понятие провинциального в пространстве культуры приобретает негативные коннотации и ассоциируется с захолустьем, местечковостью, патриархальностью. Так, по Т.В. Ивановой, «провинциальность – это мера исторического развития города, отражающая уровень общего развития города относительно других городов»². Также смысл понятия «провинция» составляет центр исследований М.Ф. Ершова. Он полагает, что семантическая неоднозначность понятия провинции связана с его культурной периферийностью. «Это не столица, но и не деревенский мир, – пишет исследователь. – Это некое очеловеченное пространство, связанное с городской жизнью»³, которое заимствует, сохраняет и трансформирует культурные смыслы. Ершов определяет провинцию как медиатора, незавершённое становление конкурентной среды, однако она шире города, поскольку стремится выйти за пределы города. Интересной представляется мысль учёного о нестабильности и постоянной смене образов провинции, поскольку последняя «нуждается в столичных оценках и (...) новациях»⁴. При этом, однако, пространство, наделённое чертами

¹ Пивоварова Ю.И. Культурная среда русской провинции 1800-1860-х гг. (на материале Воронежской губернии) : дисс. ... канд.культурологии. – Ярославль, 2018. – С. 22.

² Иванова Т.В. Социально-психологические проблемы городской ментальности : Дисс. ... доктора психологических наук. – Ярославль, 2004. – С. 9.

³ Ершов М.Ф. Социокультурная эволюция образов очеловеченного пространства: общетеоретические и конкретно-исторические аспекты. – Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2013. – С. 86.

⁴ Там же. – С. 88.

провинциальности, отличает культурная традиция и инерция, консерватизм, низкая способность к самообновлению, замкнутость. В то же время «провинциальность» как культурный феномен способна «репродуцировать оригинальное и неповторимое содержание культуры»¹, действительно проявлять себя в контексте сохранения ценностно-смыслового ядра локальной культуры, самобытности, культурной традиции пространства мегаполиса.

Понятие периферии тесно связано с понятием границы, которая отделяет её от центра и в то же время связывает с ним. Периферийная сторона определяется, по Лотману, как «не-наше», «не-своё», «не-гармонически организованное», а «хаотическое». Из этого следует, что периферийность характеризуется нестабильной коллективной идентичностью, утратой чувства причастности индивида к «месту». Важно отметить, что оппозиция «центр – периферия» носит, прежде всего, символично-семиотический характер: «на “периферии” семиотическое пространство оказывается “чужим” языком, не способным адекватно отражать лежащую под ним семиотическую практику»². Однако на периферии отношения семиотической практики и навязанного центром ей норматива делаются все более конфликтными.

Усиление интенсивности семиотических процессов в периферии связано с тем, что там происходят интенсивные вторжения извне, что неизбежно порождает столкновения. Последние, как полагает М.Ю. Лотман, в свою очередь, приводят к культурному выравниванию и созданию символично-семиотического пространства более высокого порядка, в которую и центр, и периферия включаются уже как равноправные.

Иначе говоря, феномен «провинциальности» социокультурного пространства России наделяется двумя коннотациями. С одной стороны, провинциальность ассоциируется с некой периферийной зоной, не успевающей за «центром», поэтому отсталой, захолустной, «унылой,

¹ Золотникова Т.С., Новиков М.В. Личность в современной русской культуре: стратегии социокультурного изучения. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2009. – С. 73.

² Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 204.

одинаковой» (в т.ч. в плане и характера застройки, и социокультурных событий, и т.д.), а провинциал понимается как человек чрезмерно наивный, простоватый, с узкими, ограниченными личностными горизонтами. С другой – провинциальность наполняется смыслами устойчивости, традиционности, самобытности, и в этом понимании провинциальный человек более гуманен, отзывчив.

Синтезируя данные подходы, в настоящем исследовании под провинциальностью социокультурного пространства современного российского мегаполиса (центра пересечения культурных потоков) мы понимаем социокультурное пространство, с относительно медленным темпом жизни, в котором консервируется определённая модель жизнеустройства и межличностного взаимодействия, субъективно ощущаемое местными жителями как «несовременное». И в этом отношении провинциальность всегда соизмерима со столичностью, т.е. противоположной, стремительно изменяющейся, новационной средой, узловым центром социокультурных процессов.

Согласно А. Овсянникову, «столичность» служит статусным атрибутом городского пространства, в котором расположены институты государственной, судебной и законодательной власти¹. Д.Н. Замятин полагает, что, начиная с древнейших времён, столичность связывалась с сакрализацией властного дискурса. Отсюда в культурологическом смысле «столичность» предполагает элементы сакральности, элитарности и здорового пафоса в жизни. Она ориентирована на сложность, т.е. нетождественность культурных, информационность и иных потоков, их разнообразие, пересечение, и взаимопроникновение. В этом заключается её главное отличие от провинциальности, характеризующейся гомогенностью, однородностью образа жизни, моделей поведения и восприятия индивидом себя и окружающей действительностью, унификацией и ценностной

¹ См.: Овсянников А.А. Социология столичности: смыслы и стратегии // Вестник МГИМО-Университета. – 2009. – № 5.

стандартизацией. Как пишет Л. Гудков, «провинциальность» лишена «модуса оригинальности, проблематичности»¹. Черты «провинциальности» в рамках мозаичного мегаполиса выступают как признаки единообразия и одинаковости мировоззрения горожан, ценностно-смыслового аспекта бытия мегаполисной среды, культурных практик, технологий и т.д. Главной сходной характеристикой «столичности» и «провинциальности» является то, что они имеют ментальное и символично-символическое содержание.

В брошюре «Механика Москвы. Исследование городской среды», подготовленной в 2015 году Московским институтом социально-культурных программ, на карте столицы представлены районы, которые составили группу «Периферия». К числу их отличительных признаков авторы исследования отнесли большое количество неосвоенных пространств (промышленных зон, неблагоустроенных лесопарков), что негативно сказывается на безопасности населения (эта группа лидирует по количеству совершаемых преступлений на 1000 жителей), низкое качество образования, плохая доступность образовательных учреждений, недостаток инфраструктуры сферы культуры, низкие показатели транспортной связанности. При этом интересен тот факт, что к этой группе относятся районы Москвы, расположенные как на окраине города (Лосиноостровский, Ховрино, Кунцево и др.), так и находящие в непосредственной близости от центра города (Бутырский, Нижегородский и др.)². Так, столичность и провинциальность социокультурного пространства мегаполиса не всегда напрямую связаны с их близостью к географическому/историческому центру города.

В этой связи в 2008 году во многих российских мегаполисах взят курс на культурную децентрализацию: в рамках этой стратегии предполагается показ спектаклей ведущих российских театров (здания которых

¹ Гудков Л. Амбиции и ресентимент идеологического провинциализма // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 3. – С. 369-370.

² См. об этом подробнее: Пузанов К., Степанцов П. Механика Москвы. Исследование городской среды. – М.: Московский институт социально-культурных программ, 2015. – 133 с.

располагаются в пределах географического центра городов) на культурных площадках спальных районов, что, в целом, направлено на повышение доступности культурных услуг для местного населения (особенно для маломобильных и малоимущих категорий граждан), преодоление «культурной анемии» уже имеющихся учреждений культуры, а также создание сети культурных центров, арт-резиденций, культурных кластеров в спальных районах и «сельских территориях» мегаполиса (недавно вошедших в черту города автономных округах (в Москве – Новая Москва¹)). В Москве примером такого культурного центра можно назвать созданный в 2012 году ГБУК города Москвы «Московский многофункциональный культурный центр». Он расположен в Ярославском районе, вдали от станций метро (до ближайшей станции метро «Бабушкинская» 3,8 км), в окружении многочисленных высотных жилых домов. Деятельность Центра направлена на «творческое развитие и интеллектуальный отдых»² всех возрастных и социальных категорий населения, формирование коллективной идентичности местного сообщества и, как следствие, поиск «культурного лица» спального района – урбанистического образа.

Так, динамика социокультурного пространства российских мегаполисов тесно связана с развитием «очагов культуры», которые включают в себя черты как провинциальности, так и столичности. Они не всегда выражены, как показывает наш анализ, географическим центром и периферией. Довольно точно эту диалектику обозначил Е. Евтушенко в своей поэме «Казанский университет»:

*Провинция, ты тем и хороша,
Что сохраняешь от распада личность,
А если в нас духовная столичность,
Провинциальность, право, не грешна...*

¹ См.: Официальный сайт Департамента культуры города Москвы / Официальный сайт Мэра Москвы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.mos.ru/kultura/function/o-departamente_1/missiia/ (дата обращения: 08.06.2018).

² Официальный сайт Московского многофункционального культурного центра. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://m-c-m-c.ru/about> (дата обращения: 08.06.2018).

Таким образом, провинциальность и столичность как ментальные и символично-семиотические характеристики социокультурного пространства российского мегаполиса изменчивы, всегда взаимозависимы, соизмеримы и обуславливают друг друга. Они не имеют прямой зависимости от географического центра или окраины города. Так, малые провинциальные города России, обладающие богатой культурой, историей, традициями (например, г. Саров Нижегородской области, г. Углич Ярославской области, г. Вышний Волочёк Тверской области), в этом отношении более «столичны», чем спальные районы современных мегаполисов.

Как за культурой стоит человек-творец, так и за провинциальностью и столичностью культурных ландшафтов современных российских мегаполисов стоит в целом городское сообщество и в частности личность горожанина, особенно «гения места» – творца, «чья жизнь или биография, работы или произведения связаны с определённым местом (...) и могут служить существенной частью образа места»¹, который словно «питает» место своей славой. По мысли Д.Н. Замятина и Н.Ю. Замятиной, гений места «трансформирует методы описания, видения, чувствования мест и пространств города, их дискурсов, предлагает новые образы, которые были невозможны прежде»², т.е. меняет принципы и способы освоения горожанином пространства своего бытия.

Итак, социокультурное пространство российских мегаполисов вбирает в себя черты как провинциальности, так и столичности. Они не имеют прямой зависимости от географического центра или окраины города, однако связаны с ментальностью урбанистического сообщества в целом и деятельностью знаковых исторических личностей – «гениев места» в частности.

Подводя итог изложенному в данном параграфе, отметим, что типизацию российских мегаполисов как знаково-символических систем

¹ Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии. – 2007. – С. 62.

² Там же. – С. 85.

определяют общие и частные факторы. Общие факторы обуславливают развитие символично-семиотического пространства всех российских мегаполисов. Общим фактором российских мегаполисов как знаково-символических систем является наднациональная (цивилизационная, духовная) российская культура, в основе которой лежат духовные устремления к ценностному универсуму (абсолютной ценностно-смысловой системе), стремление к бытийному, а не потребительскому способу жизни, неутилитарное отношение к миру, стремление жителей современных российских городов к образному осмыслению пространства своего бытия, стремление к соразмерности городского пространства человеку, что рождает уникальную специфику урбанистического культурного пространства России.

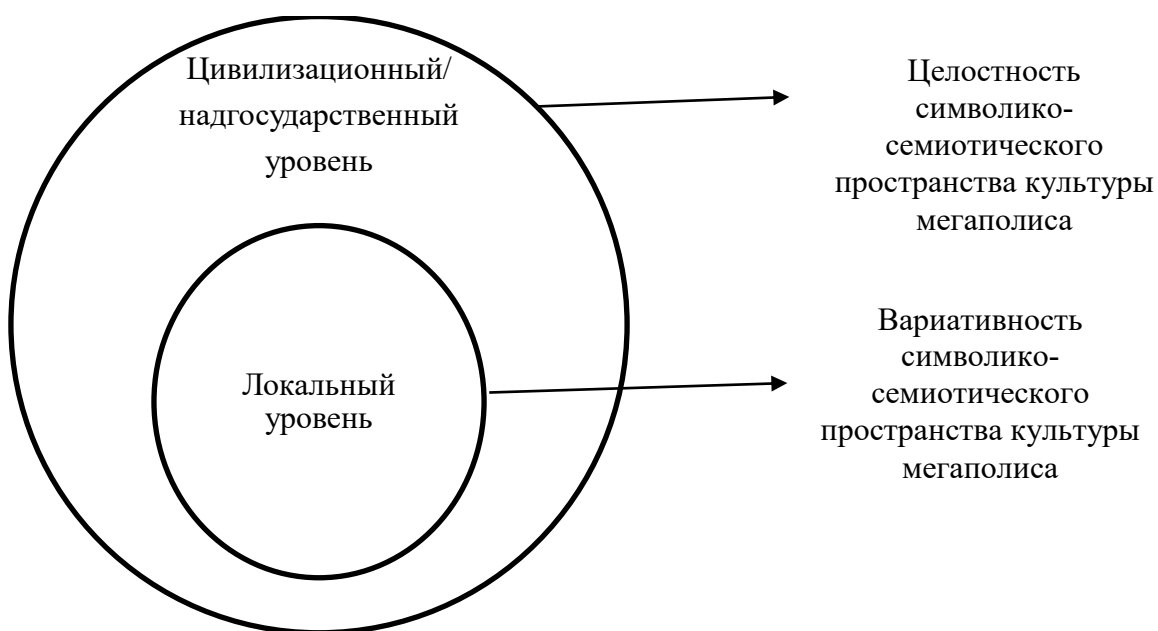
Частные факторы типизации мегаполисов как знаково-символических систем определяются условиями функционирования конкретных мегаполисов. К таким факторам относятся исторические особенности развития города (в т.ч. скачкообразное развитие городов, взаимопроникновение и смешение городской и сельской культуры с характерными для них типами ментальности), демографические показатели (в т.ч. этно-национальный состав населения, конфессиональные особенности), и характер межкультурных коммуникаций, и деятельность исторических лиц, связанных с определённым городом, и специфику географического и политического положения, и особенности местной и региональной политики, и другие обстоятельства, имеющие индивидуальную природу.

Так, общие факторы обеспечивают целостность культурного пространства России, упрочивают культурную самобытность государства, устойчивость личности горожанина в сложном, насыщенном, множественном пространстве современного мегаполиса. Частные факторы обеспечивают вариативность культуры, символично-семиотическое разнообразие культурного пространства регионов, придают урбанистической

культуре того или иного города свой уникальный колорит, формируют «лицо», идентичность мегаполиса.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что субстанциональные и функциональные элементы урбанистического образа, определённые в предыдущем параграфе, соответственно соотносятся с общими и частными факторами типизации мегаполиса как знаково-символической системы в качестве сути, механизма последних.

Таким образом, мы полагаем, что российский мегаполис как знаково-символическая система имеет два уровня: цивилизационный/надгосударственный (обеспечивается общими факторами) и локальный (обуславливается частными факторами), а их связь можно обозначить как отношения общего и частного соответственно. Соотношение и взаимовлияние уровней семиосферы российского мегаполиса схематично можно представить следующим образом:



В результате типизации современных российских мегаполисов по степени, в какой их символично-семиотическое пространство воспроизводит целостность культурного пространства России и вариативность региональной культуры, определено, что специфика символично-семиотического

пространства столичных мегаполисов – городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга – в большей степени определяется общими факторами: духовными устремлениями к ценностному универсуму, неутилитарным отношением к миру. Частные факторы в знаково-символическом пространстве Москвы и Санкт-Петербурга обнаруживают себя в столичном пафосе служения гражданам и государству.

Культура других мегаполисов, являющихся административными центрами субъектов Федерации, в большей степени фрактальна региональной культуре. В таких городах во многом благодаря частным факторам происходит становление уникального урбанистического образа, лежит в основе самоидентификации горожан, способствует формированию коллективной городской идентичности, возникновению чувства глубинной сопричастности личности пространству бытия мегаполиса.

Это порождает множественность образов современных российских мегаполисов как символично-семиотических систем, которая проблематизируется тем, что культурные ландшафты мегаполисов в силу своей сложности и гетерогенности неоднородны: они направлены как на преумножение новационного, современного, так и на воспроизводство традиционной культуры. В этих условиях возрастает риск утраты горожанином чувства глубинной причастности к пространству своего бытия и городской коллективной идентичности, основывающееся, во-первых, на чувстве принадлежности к своей стране, обеспечивающемся наднациональным, цивилизационным уровнем символично-семиотического пространства мегаполиса, и во-вторых, на ощущении тесной связи со своим городом, за которой стоит локальный уровень урбанистической символично-семиотической системы). Городская коллективная идентичность жителей мегаполиса, основанная на данных параметрах, обеспечивает устойчивость социального порядка и гармонизацию межкультурных коммуникаций в мегаполисе.

В этой связи возникает необходимость анализа того, как присутствует решение проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей мегаполиса на наднациональном/цивилизационном и локальном уровнях в рамках городской культурной политики, а именно в региональных практиках и федеральных нормативно-правовых документах.

Выводы по главе I

Таким образом, в первой главе исследования нами обосновано обращение к российскому мегаполису как культурологической категории.

Мировоззрение горожанина (его ценностные ориентации, отношение к внутреннему и окружающему миру, идеалы, убеждения и т.д.) определяет принципы и способы освоения им урбанистического пространства своего бытия, которые, в свою очередь, обуславливают формирование образа города как феномена культуры. Урбанистический образ имеет субстанциональные и функциональные элементы. Субстанциональные составляющие городского образа – это постоянные элементы, служащие «телом» и сутью городской культуры; функциональные – характеризуют различные стороны и аспекты культурной деятельности в пространстве города, они изменчивы и зависимы от внешних условий. Изменение этих элементов приводит к другому урбанистическому образу.

Динамика образа города проистекает из смены принципов и особенностей освоения горожанином пространства своего бытия, поэтому каждый исторический период урбанистического развития в России отмечен своим образом города:

1) в языческой Руси в основе постижения окружающего мира лежало мифологическое сознание, одухотворение природы, а значит, пространственный (пока не городской) образ основывался на географических и климатических особенностях территории поселения. Главный принцип освоения человеком пространства своего бытия того языческой Древней Руси условно можно охарактеризовать как «идуший от частного опыта человека к представлению об окружающем мире»;

2) после принятия христианства на Руси городское развитие оказалось обусловленным эволюцией религиозного общественного сознания. На смену мифологическому пришёл религиозно-символический принцип освоения пространства своего бытия человеком и особенно горожанином, т.к. именно

города стали центрами религиозной жизни. Религиозная жизнь во многом организовывала пространство города, его символику и систему коммуникаций;

3) XIII-XIV веках города отличала большая обособленность и территориальная удалённость друг от друга;

4) в Средние века некоторые центральные города Руси стали приобретать черты торгово-хозяйственных региональных центров. Кроме того, особенностью этого периода урбанистического развития является и то, что до XVII века на Руси была симфония властей: светской и духовной, т.е. церковь во многом была субъектом городского управления, способствуя формированию города как сакрального пространства храма. Специфика освоения горожанином пространства своего бытия Средневековой Руси XIII-XIV веков характеризовалась возникновением прагматизма;

5) на рубеже XVII-XVIII стала возрастать роль городов как центров производства, что в целом соответствовало укреплению государственности на Руси;

6) в XVIII веке освоение горожанином пространства своего бытия приобрело рационалистический характер, что обусловило начало смены вектора развития города: главную роль стало играть не производство, а профессионализация интеллектуального труда. Характер городского развития начал определяться средоточием образованных людей, что повлекло за собой и возникновение собственно городского образа жизни;

7) в XIX веке, после реформ 1861-1870 годов, стала отчётливо прослеживаться тенденция урбанизации как исторического процесса повышения роли городов в развитии общества в Российской империи. А в конце XIX – начале XX веков городская культура включала в себя черты повседневности и праздничности, сочетая уклад «низов» и «верхов», симбиоз цивилизованных форм и сельских традиций, профессиональное искусство и самодеятельное творчество;

8) в годы СССР урбанизация осуществлялась быстрыми темпами, что было связано с ускоренной индустриализацией, неизбежно привлекавшей людей в города, а также с коллективизацией, вынуждавшей сельских жителей покидать деревни. Этому процессу сопутствовало складывание совершенно нового, отличного от предшествующего периода городского сознания, способа освоения горожанином окружающей действительности и, следовательно, символическо-семиотического пространства города. Формирование урбанистического образа осуществлялось в рамках политико-просветительской работы и государственной идеологии. В основе урбанистического образа лежал город как центр всеобщего единения, массовости, коллективизма и торжества общего. Однако в этот период советские города утрачивают свои уникальные культурные черты, что обусловлено новым отношением к социалистическим городам, формирующимся под влиянием совершающихся в стране событий;

9) во второй половине XX века особенностью урбанистической культуры стала индивидуализация жизни горожан, выступавшая принципом освоения человеком пространства своего бытия. В основе мировоззрения советской эпохи лежала идея, что мощью разума общество способно познать и покорить природу, построить счастливый мир. Это привело к возникновению образов советских городов, построенных на достижениях в области промышленности;

10) распад СССР повлёк за собой фрустрацию, ценностный вакуум российского общества, снижение интеллектуальных и эстетических запросов горожан. Это сказалось на том, что субстанциональная основа образа города оказалась лишена прежних, устоявшихся ценностно-смысловых констант.

11) постсоветский кризис сознания, как общественного, как и индивидуального, обусловил культурную нелокальность, проницаемость социокультурных и этно-национальных границ города. Это привело к изменению городского сознания, его переходу на качественно новое

состояние – мегаполисное. Возникновение мегаполиса как культурного феномена стало следствием этих процессов.

При обозначении российских мегаполисов и выявлении их социокультурных особенностей мы идем путем формализации, понимая, что численность населения в 1 млн человек – условный рубеж, поскольку речь идёт обо всех крупных урбанистических образованиях. Однако поскольку принято говорить о мегаполисе как о городе, достигшем населения в 1 млн человек в результате слияния нескольких населенных пунктов, в настоящем исследовании, обращаясь к конкретным практикам сегодняшнего дня, мы ограничиваемся данной искусственной формализацией. На 1 января 2016 года в Российской Федерации насчитывалось 15 городов с численностью населения более 1 млн человек (расположены в порядке уменьшения численности населения): Москва, Санкт-Петербург, Самара, Новосибирск, Нижний Новгород, Казань, Екатеринбург, Омск, Челябинск, Уфа, Ростов-на-Дону, Волгоград, Воронеж, Пермь, Красноярск.

Осмысление российского мегаполиса как знаково-символической системы предполагает, прежде всего, его осмысление как пространства бытия горожан, среды существования и развития культуры и определённой духовно-культурной общности.

Динамику развития российских мегаполисов как знаково-символических систем определяет множество факторов – движущих сил, причин, воздействующих на процесс урбанистического семиосиза. Среди них мы выделяем общие и частные факторы, которые позволяют типизировать современные российские мегаполисы.

Общие факторы обуславливают развитие символично-семиотического пространства всех российских мегаполисов. Общим фактором российских мегаполисов как знаково-символических систем является наднациональная (цивилизационная, духовная) российская культура, в основе которой лежат духовные устремления к ценностному универсуму (абсолютной ценностно-смысловой системе), стремление к бытийному, а не потребительскому

способу жизни, неутилитарное отношение к миру, стремление жителей современных российских мегаполисов к образному осмыслению пространства своего бытия, стремление к соразмерности городского пространства человеку, что рождает уникальную специфику урбанистического культурного пространства России.

Частные факторы типизации мегаполисов как знаково-символических систем определяются условиями функционирования конкретных мегаполисов. К таким факторам относятся исторические особенности развития города (в т.ч. скачкообразное развитие городов, взаимопроникновение и смешение городской и сельской культуры с характерными для них типами ментальности), демографические показатели (в т.ч. этно-национальный состав населения, конфессиональные особенности), и характер межкультурных коммуникаций, и деятельность исторических лиц, связанных с определённым городом, и специфику географического и политического положения, и особенности местной и региональной политики, и другие обстоятельства, имеющие индивидуальную природу.

Так, общие факторы обеспечивают целостность культурного пространства России, упрочивают культурную самобытность государства, устойчивость личности горожанина в сложном, насыщенном, множественном пространстве современного мегаполиса. Частные факторы обеспечивают вариативность культуры, символично-семиотическое разнообразие культурного пространства регионов, придают урбанистической культуре того или иного города свой уникальный колорит, формируют «лицо», идентичность мегаполиса.

Субстанциональные и функциональные элементы урбанистического образа соответственно соотносятся с общими и частными факторами типизации мегаполиса как знаково-символической системы в качестве сути, механизма последних.

Мы полагаем, что российский мегаполис как знаково-символическая система имеет два уровня: цивилизационный/надгосударственный (обеспечивается общими факторами) и локальный (обуславливается частными факторами), а их связь можно обозначить как отношения общего и частного соответственно.

В результате типизации современных российских мегаполисов по степени, в какой их символично-семиотическое пространство воспроизводит целостность культурного пространства России и вариативность региональной культуры, определено, что специфика символично-семиотического пространства столичных мегаполисов – городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга – в большей степени определяется общими факторами: духовными устремлениями к ценностному универсуму, неутилитарным отношением к миру. Частные факторы в знаково-символическом пространстве Москвы и Санкт-Петербурга обнаруживают себя в столичном пафосе служения гражданам и государству.

Культура других мегаполисов, являющихся административными центрами субъектов Федерации, в большей степени фрактальна региональной культуре. В таких городах во многом благодаря частным факторам происходит становление уникального урбанистического образа, лежит в основе самоидентификации горожан, способствует формированию коллективной городской идентичности, возникновению чувства глубинной сопричастности личности пространству бытия мегаполиса.

Это порождает множественность образов современных российских мегаполисов как символично-семиотических систем, которая проблематизируется тем, что культурные ландшафты мегаполисов в силу своей сложности и гетерогенности неоднородны: они направлены как на преумножение новационного, современного, так и на воспроизводство традиционной культуры. В этих условиях возрастает риск утраты горожанином чувства глубинной причастности к пространству своего бытия и городской коллективной идентичности, основывающееся, во-первых, на

чувстве принадлежности к своей стране, обеспечивающемся наднациональным, цивилизационным уровнем символично-семиотического пространства мегаполиса, и во-вторых, на ощущении тесной связи со своим городом, за которой стоит локальный, региональный уровень урбанистической символично-семиотической системы. Городская коллективная идентичность жителей мегаполиса, основанная на данных параметрах, обеспечивает устойчивость социального порядка и гармонизацию межкультурных коммуникаций в мегаполисе.

В этой связи возникает необходимость анализа того, как присутствует решение проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей мегаполиса на наднациональном/цивилизационном и локальном уровнях в рамках городской культурной политики, а именно в региональных практиках и федеральных нормативно-правовых документах.

ГЛАВА II. СИМВОЛИКО-СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

2.1. Проблема формирования городской коллективной идентичности в фокусе культурной политики мегаполиса

Становление феномена идентичности связано со складыванием разнообразия – результата деятельности человека, с потребностью соотнесения внутреннего и внешнего мира. Упорядочивает такое разнообразие сам человек в процессе повседневной жизни при помощи собственных знаний, рационализации совершаемых действий, информации о ситуации. Так индивид обладает способностью осуществлять контроль за своим поведением, рефлексировать, реализовывать личные цели в социальном хронотопе. Следствием этого упорядочения является идентичность.

Проблемное осмысление феномена идентичности произошло в начале XX века. Развитие подходов к этому феномену прослеживается в трудах как зарубежных учёных в области социологии, психологии, философии и других наук, среди которых: Э. Фромм, К. Юнг, Ж. Пиаже, З. Фрейд, Дж. Мид, Ч. Кули, У. Джеймс, так и учёных современности, к числу которых относятся Р. Баумайстер, Э. Эриксон, Р. Мейли, А. Маслоу, Г. Олпорт, Х. Салливен, К. Роджерс, В. Хесле, Э. Шпрангер, К. Хорни, А. Гидденс. Осмысление идентичности нашло отражение также в трудах отечественных мыслителей, в числе которых М.М. Бахтин, Л.С. Выготский, Ю.М. Лотман, К.А. Альбуханова-Славская, Э.В. Ильенкова, А.Н. Леонтьев, И.С. Кон, С.Л. Рубинштейн, Б.Ф. Поршнев, В.С. Мерлин, А.Г. Спиркин и др.

Комплексное научное обоснование термин «идентичность» нашёл в 40-х гг. прошлого столетия в трудах американского психолога Э. Эриксона, который по праву считается основателем теории идентичности. По Эриксону, идентичность (от позднелат. *identicus* — тождественный, одинаковый) – это

чувство, основанное на понимании себя в качестве тождества и восприятии постоянности своего бытия в пространстве и времени.

Теоретик идентичности М.В. Заковоротная в своём исследовании «Идентичность человека: социально-философские аспекты» подчёркивает, что, несмотря на социальный характер идентичности (она формируется в результате взаимодействия с людьми и обусловлена социальными изменениями), существует два альтернативных подхода в рамках дискуссии о её природе. «Суть первого (примордиалистского) заключается в том, что идентичность рассматривается как базисная характеристика личности. Она есть нечто внутреннее, сохраняющееся на протяжении истории личной или коллективной. Идентичность – внутренняя тождественность и непрерывность бытия каждого человека. Индивиды тесным образом связаны с социокультурным окружением, поэтому формирующие исторический опыт элементы не могут быть изменены или отброшены. К данному направлению следует отнести: Э. Фромма, Э. Эриксона, К. Хорни, Р. Баумаистера, В. Хесле. Второй, инструменталистский, подход Дж. Мида, Э. Гоффмана, М. Серто предполагает рассмотрение идентичности как ситуативного и выбираемого феномена. Обретение идентичности – процесс, в котором индивидуальные и коллективные черты и способы самореализации могут изменяться в зависимости от ситуаций»¹. В контексте этих рассуждений, представляется, городская коллективная идентичность вбирает в себя черты обоих подходов, поскольку идентичность – базовая потребность личности (она даёт ответ на вопрос «кто я», позволяет не допустить утрату горожанином своего «я» в стремительно меняющемся мире), определяющаяся пространством её бытия.

Городская коллективная идентичность представляет собой «элемент самосознания, проявляющийся в процедурах ощущения, осмысления и реализации субъектом своей определённости и непрерывности в процессах

¹ Заковоротная М.В. Идентичность человека : Социально-философские аспекты : диссертация ... доктора философских наук : 09.00.11. – Ростов-на-Дону., 1999. – С. 68.

принятия и интериоризации в данном пространственно-временном континууме транслируемых значимыми, с его точки зрения, социальными институтами, общностями, группами, отдельными субъектами культурных моделей»¹. Смысл городской коллективной идентичности заключается в открытии в себе личностью горожанина глубинной включённости в общество, осознание себя как субъекта урбанистической культуры².

Как выявлено в предыдущем параграфе структура городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов представлена двумя уровнями: наднациональными/цивилизационными ценностями и смыслами и локальной/региональной спецификой урбанистического социокультурного пространства.

Стратегическое видение проблемы формирования наднационального/цивилизационного уровня городской коллективной идентичности жителей современного российского мегаполиса призваны определять стратегии и концепции государственной культурной политики. В этой связи рассмотрим, какой вектор в решении данной проблемы задаёт национальный проект «Культура»³, разработанный в рамках реализации президентского указа «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Реализация проекта началась 1 января 2019 года и рассчитана до 2024 года. В нацпроект включены три подраздела — федерального проекта: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура». Целями проекта являются:

1) обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры (федеральный проект «Культурная среда»);

¹ Шакурова М.В. Социокультурное пространство как условие становления социокультурной идентичности личности [Электронный ресурс]. URL: e-culture.ru/Articles/2007/Shakurova.pdf. (дата обращения: 01.09.2014).

² Джерелиевская И.К. Кризис социокультурной самоидентификации москвичей в зеркале государственной культурной политики // Социально-культурная идентификация жителей города Москвы: актуальные проблемы и пути их решения : м-лы науч.-практ. конф. МГУУ Правительства Москвы (20 декабря 2011 г.) / сост. и отв. за выпуск К.И. Вайсера. – М. : Моск.городск. ун-т управления Правительства Москвы, 2012. – С.24.

³ Национальный проект «Культура». Утверждён решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года / Официальный сайт Правительства России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/info/35562/>.

2) создание условий для реализации творческого потенциала нации (федеральный проект «Творческие люди»);

3) цифровизация услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры (федеральный проект «Цифровая культура»)¹.

Как видим, целеполагание проекта носит в большей степени инфраструктурный характер, не предполагающий по сути участие человека в реализации данных целей. Однако одной из указанных в паспорте проекта задач культурной политики является создание условий для укрепления гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации (пп «а» пункта 12 Указа Президента РФ от 7 мая 2018 № 204), что, тем не менее, нерелевантно обозначенным целям. Под гражданской идентичностью в нацпроекте понимается «осознание личностью своей принадлежности к сообществу граждан государства на общекультурной основе». Поскольку данный документ носит стратегический характер и определяет не только направление отраслевых преобразований, но и задаёт целевой вектор социокультурного развития России, думается, в определении гражданской идентичности необходимо обозначить, что подразумевается под «общекультурной основой», какие ценности и смыслы наднациональной российской культуры в ней заложены.

Также отметим, что Федеральный проект «Культурная среда», как указано в паспорте нацпроекта, направлен на повышение качества жизни граждан путём модернизации инфраструктуры культуры и реновации учреждений от национальных, имеющих мировое значение – до сельских организаций культуры. Все эти объекты, согласно документу, формируют культурное пространство нашей страны.

По нашему мнению, это вскрывает экономоцентристское отношение к культуре, которая в этом ракурсе видится совокупностью отраслевых учреждений культуры, но отнюдь не как ценностно-смысловая сфера бытия

¹ Там же.

личности и общества. Следовательно, формирование культурного пространства России не может и не должно осуществляться только лишь посредством модернизации инфраструктуры и её материально-технического обеспечения, за которой ввиду обозначенного отраслевого подхода стоят количественные показатели. Они не могут стать основой измерения повышения качества жизни граждан (скорее, речь идёт об уровне жизни), поскольку качество жизни представляет собой, в первую очередь, степень глубинной, субъектно-экзистенциальной удовлетворённости личностью пространством своего бытия, что востребует главным образом качественные показатели.

Возвращаясь к задаче укрепления гражданской идентичности, отметим, что она обозначена в двух федеральных проектах: «Культурная среда» и «Творческие люди».

В федеральном проекте «Культурная среда» инструменты её осуществления, как указано в документе, ограничиваются «совершенствованием нормативно-правовой базы и выделением средств на подготовку к вовлечению в хозяйственный оборот объектов культурного наследия, являющихся усадебными комплексами, возрождением и популяризацией усадеб». Во-первых, данная инструментализация по характеру ближе цели экономики, нежели культуры, и не учитывает участие граждан как субъектов культурной жизни. Во-вторых, поставленную задачу, связанную с актуализацией ценностно-смысловой системы российской культуры, невозможно решить данными средствами, поэтому нерелевантно ей. Более того, усадьбы являются отнюдь не единственными аккумуляторами культурной традиции российского народа, что не в полной мере отражает использование средового подхода к решению данной проблемы. Необходимо также отметить, что задача создания условий для укрепления гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации в списке задач федерального проекта расположена последней. Прочие задачи, обозначенные выше

рассматриваемой¹, носят исключительно инфраструктурно-отраслевой характер и направлены на утилитарные аспекты сферы культуры, её материально-техническое обеспечение.

В рамках федеральной программы «Творческие люди» рассматриваемая проблема решается путём организации творческих проектов исключительно некоммерческими организациями, проведения культурно-просветительских проектов для школьников, создания памятных мест, связанных с военной историей России, проведение военно-исторических лагерей, выставок в музеях субъектов федерации. По нашему мнению, такой подход в решении проблемы, носящей ценностно-смысловой аспект бытия граждан, существенно ограничивает данную проблему, сводя её решение до комплекса мероприятий, предполагающих только количественные показатели.

Отдельно также отметим, что федеральный проект «Творческие люди», как указано в документе, направлен на «поддержку творческих инициатив, способствующих самореализации населения, в первую очередь талантливых детей и молодёжи». Поскольку данный проект носит государственный и стратегический характер, думается, в нём необходим учёт развития творческого потенциала всех категорий населения, независимо от возраста, в том числе граждан преклонного возраста, трудоспособного населения. Ведь федеральный целевой документ – это главным образом инструмент мотивации к социальному творчеству, лежащему в основе коллективной

¹ В Федеральном проекте «Культурная среда» определены следующие задачи (приведены в порядке, обозначенном в документе):

1. Создать (реконструировать) культурно-образовательные и музейные комплексы, включающие в себя концертные залы, театральные, музыкальные, хореографические и другие творческие школы, а также выставочные пространства.
2. Обеспечить детские музыкальные, художественные, хореографические школы, училища и школы искусств необходимыми инструментами, оборудованием и материалами.
3. Создать (реконструировать) культурно-досуговые организации клубного типа на территориях сельских поселений, обеспечить развитие муниципальных библиотек.
4. Создать условия для показа национальных кинофильмов в кинозалах, расположенных в населённых пунктах с численностью населения до 500 тыс. человек.
5. Модернизировать региональные и муниципальные театры юного зрителя и кукольные театры путем их реконструкции и капитального ремонта.
6. Создать условия для укрепления гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации.

идентичности, что не находит отражение в данном проекте и, следовательно, ограничивает возможности гражданской самоидентификации населения.

Таким образом, на основании результатов анализа национального проекта «Культура», входящего в число двенадцати национальных проектов развития России, можно сделать вывод, что его потенциал в формировании наднационального/цивилизационного уровня городской коллективной идентичности жителей мегаполиса недостаточно высок, т.е. поставленные в нём цели и задачи, определённые инструменты реализации вскрывают экономико-отраслевое понимание культурной политики, не учитывают субъектно-экзистенциальные, бытийные потребности граждан.

Ввиду вышесказанного с целью раскрытия потенциала нацпроекта в решении задачи формирования коллективной идентичности россиян мы полагаем, что необходимо актуализировать в нём социокультурную составляющую, характеризующуюся триадой «личность-культура-общество», путём приоритетной ориентации его на преодоление выявленных нами проблем.

Переходя к анализу проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, отметим, что именно городская культурная политика определяет локальный уровень идентичности. Городская культурная политика обладает огромным потенциалом эмоционально-психического, аксиологического воздействия на человека: его внутренний мир, взгляды, социальные аттитюды, систему ценностей и прочее. Очевидно, человек чувствует свою принадлежность к определённому пространству, его культуре (т.е. идентифицирует себя с определённой территорией, населяющими её людьми, обычаями, традициями и т.д.) ярче, конкретнее и осознаннее тогда, когда он является субъектом его преобразования, когда в рамках культурной жизни пространства своего бытия он может реализовать свой творческий, созидательный потенциал. Представляется, только тогда у жителя современного российского мегаполиса формируется городская коллективная идентичность, когда он

является не просто пассивным участником урбанистической культурной жизни, но и её активным субъектом.

Таким образом, городская целевая программа в сфере культуры как документ, определяющий главный вектор развития культурной жизни мегаполиса, в том случае может способствовать формированию коллективной идентичности горожан и возникновению чувства общности в урбанистическом социуме, если в запрограммированных изменениях, ориентирах и направлениях деятельности проявлена социокультурная составляющая. Рассмотрим с этих позиций актуальную Государственную программу города Москвы «Культура Москвы». Выбор московской программы обусловлен столичным статусом мегаполиса, а значит, передовым и показательным опытом государственного программирования, осмысления в целевых нормативно-правовых документах актуальных проблем урбанистического развития.

Говоря о проблематизации программы рассматриваемый акт относит следующие:

- территориальные диспропорции культурной инфраструктуры города Москвы;
- слабые механизмы поддержки культурных инициатив и формирования конкурентной среды в сфере культуры;
- неэффективная коммуникация с аудиторией государственных учреждений культуры города Москвы;
- ограниченное использование возможностей государственно-частного партнерства в сфере культуры;
- несоответствие программы культурных мероприятий города Москвы современным запросам населения города Москвы;

- нехватка квалифицированных специалистов в сфере культуры, неудовлетворительное состояние материально-технического оснащения ряда учреждений культуры¹.

Сразу отметим, что социокультурная проблема несоответствия мероприятий запросам горожан решается не путём анализа столичной социокультурной ситуации (в т.ч. культурных потребностей москвичей), а посредством системного финансирования фестивалей и акций и адресного оповещения жителей. Решение другой социокультурной проблемы поддержки культурных инициатив предполагает лишь участие различных организаций и инициативных жителей в конкурсах на предоставление государственной поддержки в форме грантов. Подчеркнём, что иных механизмов личного участия жителя мегаполиса в качестве активного субъекта рассматриваемый документ не предполагает, что апостериори лишает представителей различных социальных групп (например, пенсионеров) возможности преобразовывать культурный облик Москвы в рамках Программы.

Становится очевидным, что указанные проблемы носят экономоцентричный характер, что вскрывает, в свою очередь, отраслевой подход к культурной политике Москвы в целом. Так, в документе отсутствует учёт форм поведения и взаимоотношений жителей и гостей столицы как проявлений культуры, что замыкает её феномен только на учреждениях культуры и городских акциях: их количестве, числе посетителей, платных услугах и т.п. Кроме того, проблемное поле неширокое и неглубокое, инфраструктурное.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что кризис городской коллективной идентичности и необходимость его формирования на базе единых ценностей не является для московского правительства проблемой, в

¹ Государственная программа города Москвы «Культура Москвы» (Постановление Правительства Москвы от 28.03.2017 г. № 139-ПП «О внесении изменений в постановление Правительства Москвы от 20 сентября 2011 г. № 431-ПП»). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://budget.mos.ru/381>.

Программе не учитывается необходимость проведения анализа особенностей коллективной идентичности горожан.

Целями актуальной Государственной московской программы «Культура Москвы»¹ являются:

- создание инструментов эффективного взаимодействия всех участников культурной жизни в городе Москве;
- обеспечение развития современной культурной жизни в городе Москве исходя из культурных практик и ожиданий жителей города Москвы;
- проведение комплексной модернизации государственных учреждений культуры города Москвы в целях повышения эффективности их работы, качества и доступности предоставляемых ими услуг.

Как видим, при всей неопределенности и неконкретности сформулированных целей нетрудно понять, что формирование глубинной сопричастности горожан пространству своего бытия и основанное на ней формирование городской коллективной идентичности не находится в фокусе внимания разработчиков программы.

Для достижения указанных целей Программа предлагает решение нескольких задач, ориентированных на:

- «формирование системы поддержки окружных программ и проектов, нацеленных на территориальное развитие посредством культуры;
- разработку механизма, который поощряет организацию культурных мероприятий, различных арт-проектов в публичных пространствах города;
- обеспечение долгосрочного планирования социокультурных мероприятий и фестивалей, разработку стратегии повышения их международного статуса;
- повышение качества системы экспертных и общественных консультаций;

¹ Государственная программа города Москвы «Культура Москвы» (Постановление Правительства Москвы от 28.03.2017 г. № 139-ПП «О внесении изменений в постановление Правительства Москвы от 20 сентября 2011 г. № 431-ПП»). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://budget.mos.ru/381>.

- способствование переходу к поддержке как частных, так и государственных инициатив в сфере культуры на конкурсной основе;
- создание необходимых условий развития государственно-частного партнерства в сфере культуры;
- старт проектов и программ, вовлекающих трудовых мигрантов в культурную жизнь города;
- внедрение инструментов, способных мотивировать субъекты столичной культурной жизни участвовать в значимых событиях международного уровня;
- разработку и внедрение действенной системы распределения на конкурсной основе средств государственного бюджета;
- внедрение принципа раздельного финансирования деятельности учреждений культуры и предоставления ими других культурных благ;
- разработку современной системы оценки эффективности деятельности учреждений и качества работы руководства с учетом их влияния на развитие среды города, качество коммуникационных программ, отношение посетителей и экспертные оценки»¹.

В результате соотнесения проблематизации программы и её целеполагания нельзя не отметить, что в своём большинстве поставленные задачи нерелевантны проблемному полю (например, проблема неэффективной коммуникации учреждений культуры с аудиторией не подкреплена конкретной целью\задачей по её устранению, что влечёт за собой отсутствие закреплённых в программе конкретных мер и механизмов, учитывающих её решение). Кроме того, необходимость реализации ряда из них никак не отражена в проблемном поле (например, запуск программ и проектов в сфере культуры, способствующих вовлечению трудовых мигрантов в жизнь Москвы; внедрение принципа раздельного

¹ Там же.

финансирования деятельности учреждений культуры и предоставления ими других культурных благ).

Прописаны также неизмеримые и методически недостижимые задачи (например, обеспечение развития современной культурной жизни Москвы исходя из повседневных культурных практик и запросов горожан в данной сфере), т.к. предварительно необходимо выявление потребностей граждан, комплексное изучение социокультурной ситуации в Москве (взаимоотношений граждан, форм поведения различных социальных групп, культурных запросов москвичей и др.). Представляется, учёт данного условия в Программе позволил бы выявить ценностные предпочтения горожан и явился позитивным аспектом в формировании городской коллективной идентичности москвичей.

Таким образом, Государственная программа «Культура Москвы» как локальная стратегия, определяющий вектор развития культурной жизни мегаполиса, может способствовать формированию коллективной идентичности москвичей и возникновению чувства взаимной сопричастности, если в предлагаемых изменениях обозначены принципы, механизмы и способы актуализации универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры с одной стороны и с другой – специфика московской урбанистической культуры. Однако в результате анализа мы видим, что потенциал программы в формировании городской коллективной идентичности москвичей недостаточно высок: отсутствие механизмов участия горожан в реализации столичной культурной политики показывает, что в документе не учитывается степень удовлетворения их субъектно-экзистенциальных, бытийных потребностей, что, в свою очередь, является одним из главных факторов, способствующих возникновению чувства общности в московском социуме.

Кроме того, в программе не находит отражение связь городской коллективной идентичности с урбанистическим образом. Образ мегаполиса отождествляется с его имиджем, создание которого закреплено только в

подпрограмме «Развитие межрегиональных и международных культурных связей» и видится путём поддержки культурных инициатив городского, общероссийского и международного уровня, в проведении крупных международных фестивалей в столице и социокультурных мероприятий, представляющих культуру Москвы за пределами государства, периодических международных научно-практических конференций ассоциаций библиотек, урбанистических форумов с привлечением иностранных экспертов и иных мероприятий, что лежит в фокусе технологии территориального брендинга.

В целом, становится очевидным, что брендинг территории в нормативно-правовых актах, регулирующих сферу культуры, становится главным инструментом городской культурной политики, способствующим решению многих проблем урбанистического развития: от привлечения инвестиций до увеличения туристического потока.

В этой связи выявим сущность технологии городского брендинга, рассмотрим его на примере региональных практик, чтобы определить степень его влияния на решение проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей мегаполиса на наднациональном/цивилизационном и локальном уровнях в рамках осуществления городской культурной политики.

Ряд исследователей, говоря об урбанистических образах, подразумевает брендинг территории¹. Основа брендинга видится исследователями по-разному и предлагается как путём создания туристско-рекреационных зон и новых центров принятия управленческих решений, так и в виде артикуляции уникальных природно-климатических условий, мифологизации знаменитых исторических фигур, организации культурных

¹ См., например: Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.; Важенникова И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : Дисс. на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Екатеринбург, 2004. – 409 с.; Лавров А.М. Региональный маркетинг: вопросы теории, методологии и практики : Дисс. на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Кемерово, 1994. – 262 с.; Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – 382 с.

событий. Однако маркетинговый аспект образа мегаполиса не выражает его онтологической сущности в силу того, что бренд – в первую очередь, категория экономическая и оперирует рыночными понятиями (объект, наделяемый теми или иными смыслами, – «продукт» – является составляющей торговой марки, т.е. изменяемого пространства). В контексте этого подхода образ становится объектом потребления, а значит, его конструирование опирается на максимальное использование культурных ресурсов, объектов культурного наследия, истории с целью получения максимальной экономической выгоды.

Применение этого подхода получило широкое распространение в практике российских бывших индустриальных городов после распада Советского союза, когда заводы были сокращены или закрыты, на протяжении десятилетий служившие градообразующим фактором. Сокращение производства и резкое уменьшение работающих на заводах людей повлекло за собой проблему смены парадигмы развития территории. Очевидно, это повлекло за собой и кризис идентичности горожан, социальную напряжённость, фрустрацию. Перед городами встала необходимость наполнения территории новыми актуальными смыслами и образами или актуализации существовавших ранее.

Показательным примером решения данной проблемы является культурная политика города Перми – крупного многоотраслевого промышленного центра Урала. С 2009 года в Пермском крае начались работы по формированию бренда «Пермь», характеризующие смену образов мегаполиса: с крупнейшего промышленного центра на регион новаторских инициатив в области управления и самоуправления – и опирающиеся на концепцию культурной политики края, получившей название «Пермский проект». Главным актором осуществляемых изменений стал Музей современного искусства PERMM во главе с Маратом Гельманом,

обеспечивающим пространство города объектами паблик-арта¹. В рамках проводимых изменений Пермь получила собственный логотип, представляющий собой красную букву «П» и транслировавшийся повсюду: в общественных пространствах, на канцелярских принадлежностях, на зданиях и т.д. Иными словами, был создан легко узнаваемый, всем понятный зрительный образ-знак. Кроме того, были реализованы инновационные культурных проекты (например, «Красные человечки», «Дизайнерские остановки», «Длинные Истории Перми», фестиваль «Живая Пермь» и др.), к участию в которых были привлечены европейские деятели современного искусства.

Так Пермь позиционировала себя как мегаполис проектов и экспериментов и, следовательно, инвестиционно привлекательная территория. Финансовая поддержка из регионального бюджета в рамках «Пермского проекта» осуществлялась преимущественно в отношении современных (в особенности скандальных) форм культурной деятельности, подражающих западным, в ущерб местной традиционной культуре. В итоге все новые проекты оказались политизированными, при этом не учитывающими специфики культуры региона, игнорировавшими местную интеллигенцию, насаждёнными извне.

Как считает председатель Пермской гражданской палаты И. Аверкиев, «политизировав культуру... они [местные власти и организаторы – *Н.К.*] “опустили” её, лишили объёма, многообразия и самооценности, нагроутили творческий акт не свойственными ему функциями. Культурное акторство в Перми стало делом суетным, бюрократическим и избыточно меркантильным»². Проведённые в Перми изменения стали предметом крупной коррупционной составляющей: на фестивале «Белые ночи» были

¹ Паблик-арт – искусство в городской среде, ориентированное на неподготовленного зрителя и подразумевающего коммуникацию с городским пространством.

² Марат Гельман и Пермский Культурный проект. Почему не получилось? // Интернет-портал о культуре и искусстве ArtandYou.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://artandyou.ru/category/practice/post/marat_guelman_i_proekt_permm_pochemu_ne_poluchilos (дата обращения: 08.04.2016).

выявлены хищения на сумму в 1 млн рублей – согласно финансовым документам, организаторы мероприятия по несколько раз оплачивали одни и те же работы¹. Создание культурных объектов, осуществление культурных акций, непонятных большинству жителей, а также сопровождающие это финансовые хищения стимулировали то, что «Пермский проект» прекратил своё существование, а его идейный вдохновитель, г-н Гельман, уволен. При этом сама задумка брендинга территории и её конкретное воплощение вызвали широкие дискуссии в Интернет-блогах: от представления «креативным классом» директора Музея PERMM визионером до серьёзной критики со стороны местного сообщества. Как ёмко выразился пермский художник О.Иванов, «в Перми не осталось ничего пермского»².

Думается, возникший негативный резонанс оказался связан с тем, что специалисты по городскому маркетингу всё больше стали конкурировать за деньги туристов и финансовые инвестиции, «продвигая образ города как центра культурных инноваций, включая модные рестораны, авангардные постановки и привлекательный архитектурный дизайн. Подобные культурные стратегии редевелопмента³ (...) часто выражают частные интересы застройщиков, политиков и представителей, нацеленных на захват новых пространств культурных институтов в ущерб потребностям местных сообществ»⁴. Можно сказать, что в обозначенных процессах культура выступала как инструмент социально-экономического развития региона, а «оживляемые» общественные пространства – как «товар, продукт потребления (...) Общественное пространство стало ассоциироваться с торговым, в нём стали продвигаться корпоративные, частнособственнические

¹ См. об этом: На фестивале Гельмана выявлены хищения в 1 миллион. // Интернет-сайт lifenews.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lifenews.ru/news/115560> (дата обращения: 08.04.2016).

² Марат Гельман и Пермский Культурный проект. Почему не получилось? // Интернет-портал о культуре и искусстве ArtandYou.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://artandyou.ru/category/practice/post/marat_guelman_i_proekt_permm_pochemu_ne_poluchilos (дата обращения: 08.04.2016).

³ Под редевелопментом (от англ. redevelopment) Ш. Зукин понимает «стратегию оживления пришедших в упадок городских районов, в т.ч. переопределения смысла и назначения определённой городской территории, благодаря чему, как предполагается, она станет более оживлённой». (Зукин Ш. Культуры городов. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – С. 17).

⁴ Зукин Ш. Культуры городов. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – С. 18.

ценности»¹. Между тем самое главное условие воспроизводства социальных отношений, по мысли В.С. Соловьёв, состоит в том, чтобы «область экономической деятельности не обособлялась и не утверждалась как самостоятельная, себе довлеющая»².

Думается, подобная ориентация на новизну нередко таит в себе риск утраты отношения к культуре как пространству человеческого бытия, гуманистических смыслов, при которых человек ощущает себя творческим субъектом урбанистического развития, а не инструментом инноваций.

Примером этому служит граффити распятого Гагарина на фасаде одного из пермских домов, появившееся 12 апреля 2015 года – в День космонавтики и православного праздника Пасхи³. Это свидетельствует о глубоком противоречии между привносимыми ценностями, моделями, способами жизнедеятельности и ценностными основаниями коллективной идентичности жителей, их традициями. По мысли В.В. Корнеева, «...знаковое отображение мира должно в каком-то смысле соответствовать миру, в противном случае разрушается культурная связь между сознанием и миром, теряется адекватность связи между человеком и миром. Поскольку обозначение меняющегося контекста должно быть оформлено через какие-то изменения, постольку остающиеся неизменными артефакты предполагают незыблемость контекста, который они означают»⁴.

В итоге, игнорирование как местной, региональной культурной традиции, так и ценностно-смыслового универсума российской наднациональной культуры и целенаправленный уход от неё в осуществлении культурной политики мегаполиса, ориентация на экономическую выгоду (прямую или косвенную), привнесение инородных символов и смыслов в урбанистическое социокультурное пространство

¹ Там же. – С. 361.

² Соловьёв В.С. Оправдание добра. – М.: Ин-т русской цивилизации: Алгоритм, 2012. – 648 с.

³ См. об этом подробнее: Итоги года – 2015. Самые громкие скандалы Пермского края. // Еженедельник «Аргументы и Факты». – № 49. – 01.12.2015.

⁴ Корнеев В.В. Традиции и власть (Памятники культуре). // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://kovit.narod.ru/other_themes/tradit_power.html#100 (дата обращения: 24.02.2016).

отнюдь не способствуют укреплению городской коллективной идентичности жителей, обретению ими новых устойчивых смыслов общественной деятельности.

Итак, как показывает наш анализ, за границами внимания федеральных документов и региональных практик остаётся осмысление сущностных основ наднационального/цивилизационного уровня формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, обнаруживающего себя, в частности, в пафосе служения, неутилитарном отношении к миру. В свою очередь, именно эти характерные особенности российской культуры определяют процесс «духовного, культурного, национального самоопределения» горожан, без которого невозможно «противостоять внешним и внутренним вызовам и добиться успеха в глобальной конкуренции»¹.

Ввиду этого, думается, акцент на ценностно-смысловой системе российской наднациональной культуры обладает колоссальным потенциалом воздействия на укоренение россиян в своей истории и культуре, в ценностях и традициях, что, безусловно, укрепит чувство единого народа и коллективную идентичность жителей российских мегаполисов на основе сопричастности судьбе страны.

Этот подход к формированию коллективной идентичности жителей российских мегаполисов лежит в логике формирующегося нового подхода к государственной культурной политике, согласно которому возникает социальный статус культуры, выступающей как инструмент трансляции культурно-нравственных ценностей, составляющих основу национальной самобытности².

Приобщение к аксиологической системе культуры возможно посредством знаково-символической деятельности, результатом которой

¹ Путин В.В. Выступление на заседании международного дискуссионного клуба «Валдай», Новгородская область, 19.09.2013.

² Основы государственной культурной политики Российской Федерации. Утверждены Указом Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».

выступает образ пространства бытия горожанина. Заложенные в этом образе цивилизационные, духовные основы («культурный код») российской культуры осваиваются в процессе глубинного контакта с объектами (предметами, явлениями, отношениями, феноменами, ценностями и художественными произведениями) отечественного культурного наследия. Этот контакт осуществляется в виде неутилитарного созерцательного восприятия объектов или их созидания. В любом случае, горожанин обретает возможность выхода за границы утилитарной зависимости, обусловленной конкретными жизненными обстоятельствами, ощущает свою причастность к духовным сферам бытия, переживает состояние личной свободы и полноты жизни.

Становится очевидно, что процесс формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на такой глубинной сопричастности горожан пространству своего бытия, не поддаётся количественной характеристике. Это соответствует новому подходу к государственной культурной политике, который акцентирует внимание на качественных показателях деятельности учреждений культуры, выражающих духовно-нравственное и эмоционально-интеллектуальное развитие личности.

Итак, во-первых, задача конструктивного влияния на горожанина и обнаружения позитивной динамики в его личности в процессе формирования городской коллективной идентичности является вызовом как для учреждений культуры, так и для системы управления в сфере культуры в целом. Во-вторых, формирование городской коллективной идентичности жителей мегаполиса, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому бытию, социальном доверии, предполагает творческое отношение горожан к окружающему миру, выход человека за свои пределы в форме целеполагания, конструирование некоего идеального образа личности, городского сообщества и мегаполиса в целом. Такое обращение к

идеальному образу лежит в основе самой культурной деятельности, смысл которой заключается в «улучшении» и преобразовании окружающего мира.

Это обуславливает необходимость осмысления путей оптимизации культурной политики современных российских мегаполисов на основе проектного подхода.

2.2. Оптимизация культурной политики на основе символично-семиотического проектирования мегаполисов

Проектирование в самом общем виде представляет собой творческую деятельность по преобразованию окружающего мира исходя из некой воображаемой идеальной модели, образа «должного». Проблемное поле проектирования заключается в несоответствии между реальностью и идеальными представлениями, задаваемые, в свою очередь, конкретной культурой, в пространстве которой осуществляются преобразования. Это говорит о проблемно-целевом характере проектирования. Оно может быть направлено на разнообразные объекты: социальные отношения, общественные институты, духовный мир человека, предметный мир, здания и сооружения и т.п.

В контексте настоящего исследования особый интерес представляет проектирование, объектом которого выступает знаково-символическое пространство современного российского мегаполиса. Категория «символическое» указывает на то, что проект обращён на некий образ, имеющий собственное содержание и одновременно представляющий в обобщенной, неразвернутой форме некоторое иное содержание. В свою очередь, «семиотическое» определяет то, что в проекте знак является средством культуры, с его помощью осуществляется фиксация и оценка индивидуальной и общезначимой информации о человеке. Следовательно, «символично-семиотическое» фиксирует содержательные границы проектных решений и обозначает сферы проектирования.

Символы и знаки являются неотъемлемой частью культуры, выступая «выразителями» последней. В этой связи отметим, что мы рассматриваем идеальный мир культуры, выступающий своеобразным образцом проектирования, поле смыслов, закреплённых в знаково-символической форме. Это составляет символично-семиотическое основание проектирования.

Так, проектирование знаково-символического пространства современных российских мегаполисов, фиксируя некое идеальное состояние личности горожанина, урбанистической культуры и городского общества, оказывается вынесенным за пределы реального бытия и задает мировоззренческую и онтологическую перспективу жизни.

Символико-семиотическое проектирование – это технология решения проблем наполнения пространства теми или иными образами, символами и знаками, их циркуляции в условиях максимальной неопределённости и вариативности.

Образы, знаки и символы в культурном пространстве мегаполиса существуют как субъективные характеристики, определяемые городским социумом в целом и личностью в частности. Символико-семиотическое пространство мегаполиса – это, во-первых, выраженный в метафоричной форме результат освоения и отражения человеком окружающего мира, то, какими личностными смыслами он наполнен для горожанина, результат интерпретации человеком фактов своего бытия (и в этом заключается «внутренний» образ), а во-вторых, это то, каким мегаполис воспринимается человеком «извне» на уровне эмоций, чувств, устойчивых словесных клише-характеристик и т.д. (в этом суть «внешнего» образа мегаполиса). «Внутренний» и «внешний» образ представляет собой результат интеграции личностью символико-семиотических элементов урбанистического пространства в свой субъективный образ.

Зачастую в научной литературе (Н.М. Залуцкая, Н.М. Старинщиков, И.С. Важенина, Т.В. Мещеряков¹ и др.) восприятие человеком урбанистического пространства бытия, позитивно окрашенное эмоциональное отношение к нему, трактуется понятием «имидж

¹ Залуцкая Н.М. Маркетинг и имиджевая политика города / Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – № 6; Старинщиков Н.М. Формирование и продвижение имиджа города / Деловая имиджелогия. – 2009. Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru/article/413/> (дата обращения: 22.07.2019); Важенина И.С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде / Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 82-98; Мещеряков Т.В. Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории / Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (30). Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2663> (дата обращения: 22.07.2019).

территории». Под ним понимается планирование развития города, пропаганда разнообразных сторон его жизни, особенности качества местной продукции и услуг, яркие проявления сотрудничества с другими регионами и странами и т.д. Имидж города, по мысли Н.М. Залуцкой, представляет собой «разноплановый, эмоционально окрашенный, искусственно создаваемый образ, складывающийся в сознании людей»¹.

Цели урбанистической имиджевой политики направлены на получение разного рода выгод: экономических, инвестиционных, торговых, репутационных, туристических, миграционных и иных. Иначе говоря, инвестиционная привлекательность и экономическая выгода территории как цель городской имиджевой политики свидетельствуют о том, что используемый в терминологии этого подхода «образ города» включает в себе отношение к местным культурными особенностям, обычаям, традициям, социальным отношениям, коммуникациям, идентификации и др. как способам «монетизации», объектам рыночным отношений.

Становится очевидно, что в понятии «имидж территории» речь идёт о привлекательности ограниченного земельного пространства (именно так определяет «территорию» толковый словарь С.И. Ожегова). Привлекательность же заключается в способности объекта (в нашем случае мегаполиса) приковывать к себе позитивное внимание, вызывать интерес, желание повторить контакт и является категорией экономической. Можно сделать вывод, что имидж территории является частью городского маркетинга.

Исходя из этого, инструментом формирования территориального имиджа является создание таких объектов, предметов, событий и т.д., которые вызывают интерес у людей. В этой связи задумаемся, какую функцию выполняло помещение огромных размеров саквояжа известной торговой марки на Красную площадь в Москве в 2013 году? Вряд ли только

¹ Залуцкая Н.М. Маркетинг и имиджевая политика города / Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – № 6.

для привлечения внимания и рекламирования французского дома моды. Это было интересно и возмутительно (для одних) и восхитительно (для других). Павильон-сундук не только преградил исторические панорамы в силу своих размеров (9 метров в высоту и 30 метров в длину), но и стал инородным в культурном тексте сакрального, наполненного глубоким историческими смыслами места, являющегося объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО. Так, произведение рекламного искусства, вызвавшее безусловный интерес как у граждан и туристов, так и у властей, оказалось чужеродным в символическо-семиотическом пространстве Красной площади. В результате широкого общественного резонанса этой постмодернистской акции (а налицо и деконструкция текста культуры, и полистилистика, и смешение знаков и символов, свойственные постмодернизму) в Интернете появилось огромное количество «фотожаб», пародирующих фотографии с этим саквояжем на Красной площади (чемодан с узнаваемым логотипом то трансформировался в мавзолей, то на месте гигантской сумки вдруг возвышалась не меньших размеров клетчатая хозяйственная сумка-баул и др.), что и вовсе породило массовую иронию за счёт множественных отсылок к другим культурным событиям-явлениям-текстам, неприемлемую, однако, по отношению к историко-культурному месту. Красная площадь, ставшая пространством сложной художественной и семиотической коммуникации, порождённой указанным арт-объектом, оказалась, по терминологии Е.В. Николаевой, подвержена виртуализации. В результате такое пространство «становится все более «сложнопересеченным», смешивающим «реальную» и виртуальную реальности и то и дело перебрасывающим зрителей/участников из одной реальности в другую»¹. Подобное смешение брендов-символов (Красной площади как сакрального символа России и саквояжа как популярного символа массовой культуры и рекламы, выполненного к тому же в определенной фирменной стилистике) порождает социокультурную

¹ Николаева Е.В. Арт-объект и его коммуникативные пространства // Культурологический журнал. 2013. № 1 (11). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cr-journal.ru/rus/journals/190.html&j_id=13 (дата обращения: 31.10.2018).

энтропию и свидетельствует о культурном паразитировании. Следуя идеям Я.С. Голосовкера об интересном, получившим развитие в философии творчества, согласимся с утверждениями его последователей: «Этическое заложено в самом даре творческого мышления в способности через внутреннюю потрясенность и открывающуюся в ней любовь во-отразить себя на месте другого, т.е. в способности представить себе внутренний образ другого человека, других людей»¹.

Таким образом, интересное в пространстве урбанистической культуры – сильнейший стимулятор, способный переформатировать культурные предпочтения и усиливать воздействие на вкусы горожан, привлекать внимание к тем или иным местам, побуждать к участию в конкретных событиях, возбуждая их любопытство. Однако интересное выступает символическим ресурсом культуры, способной, как указано в Основах государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года², способствовать укреплению коллективной идентичности горожан, формированию у них чувства причастности к физическому и социокультурному пространству их жизни.

Являясь инструментом имиджевой политики, «интересное» при этом, с другой стороны, находясь на границе фактического и фантастического, придаёт урбанистической культуре внутреннюю напряжённость и динамику. Оно не охватывает наличное бытие, а образует область потенциального. В силу этой устремлённости выйти за границы фактического к некому возможному образу, думается, «интересное» можно считать главным индикатором и показателем символично-семиотического проектирования городов и мегаполисов, которое представляет собой инструмент городской культурной политики, где знаки и символы посредством культурных практик

¹ Рашковский Е.Б. Яков Эммануилович Голосовкер: философия в поисках человека // Яков Эммануилович Голосовкер / под ред. Е.Б. Ражковского; сост. Е.Б. Ражковский, Н.В. Брагинская. М.: Политическая энциклопедия, 2017. С. 21.

² Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждены Указом Президента Российской Федерации от 16 января 2017 г. № 13 / Официальный Интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201701160039> (дата обращения: 10.03.2017).

проектируют социальную реальность, моделируют общественные отношения и индивидуальные способы жизнедеятельности, преломляясь во внутреннем мире личности горожан. Основной технологией символическо-семиотического проектирования служит формирование образов в пространстве урбанистической культуры. Как звук камертона помогает настраивать музыкальные инструменты, так и «интересное» позволяет формировать культурное пространство города, соразмерное развитию урбанистического сообщества.

Не случайно растет количество разнообразных рейтингов наиболее интересных городов России, Европы, мира, самых интересных мест и т.п., составляемых и туристическими изданиями, и Интернет-ресурсами, и просто самими людьми, посетившими ряд городов, стран и иных мест. Одни берут за параметр, определяющий «интересность», самобытную историю места, обусловившую уникальную архитектуру, градостроительную политику, другие – тесное переплетение светского и сакрального, религиозного в пространстве культуры города, и т.п. Так, например, во многих рейтингах самых интересных городов России лидирующие позиции занимает Санкт-Петербург («Петербург, Петроград, Ленинград, его столько раз переименовывали, но он всегда оставался городом Петра и всегда занимал особое место в сердце России. Город трёх революций, белых ночей, разводных мостов, расположенный практически на островах, его исторических, культурных и архитектурных сооружений не перечесать...»¹), Красноярск как «самый благоустроенный город России», Ростов-на-Дону – «южная столица России» и др.

Становится очевидно, что в основе всех этих рейтингов лежит следующее: в символическо-семиотическом пространстве этих городов кроется сильнейшая внутренняя динамика. Наличный факт, что в городе богатая архитектура, возведены церкви, проложены самые длинные дороги и т.п.

¹ Красивые города России / 12 самых красивых городов России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://svoipravila.ru/otdih/interesno-otdyhaem/samie-krasivie-goroda-rossii.html> (дата обращения: 28.11.2018).

корреспондирует с устремлённостью этого факта выйти за свои границы в область невозможного, что достигается за счёт богатейшей мифологизации мест, исторических легенд, обрядов, впечатляющих перспектив развития. Всё это, безусловно, возбуждает любопытство как горожан, так и туристов, что служит мощным инструментом брендинга территорий, их «оживления» и, как следствие, привлечения самых разнообразных ресурсов.

Сегодня нам известно множество примеров, подтверждающих эту мысль. Порой она представляется в городском пространстве в постмодернистской стилистике симулякра: от Эйфелевой башни в Париже до «Эйфелевой башни» в Нагайбакском районе Челябинской области (мачты сотовой связи оператора «Уралсвязьинформ», выполненной в виде символа Франции в масштабе 1:5); от дольменов Краснодарского края до экскурсий по «Булгаковской Москве».

Становится очевидно, что интересное является центральной категорией для развития урбанистической среды.

Таким образом, усиливая нелинейность и фрактальность городского пространства, «интересное» способно существенным образом влиять на культурную среду города и на восприятие его текста в целом. С одной стороны, стягивая его в целостность, к примеру, за счет историко-культурного наследия, вписывающегося в современное пространство городской территории с его архитектурой и событийно-коммуникативным рядом. С другой, инициируя появление «интересного» от обратного – от проблемной среды города к «интересному», как стимулу к разнообразию, где не последнее место занимают постмодернистские приемы тиражирования симулякров и усиления влечения к ним. В обоих случаях метафизика города распадается на мелкие фрагменты, усиливая эклектичность среды.

Итак, говоря о символично-семиотическом проектировании мегаполиса, мы намеренно уходим от понятия «имиджевая политика», при этом понимая: несмотря на то, что цели имиджевой политики и символично-семиотического проектирования разные, их инструменты (средства), касающиеся

стимулирования социальных коммуникаций, формирования «интересного» в культурном пространстве мегаполиса, могут быть схожи.

В знаково-символической форме человек осуществляет интерпретацию фактов бытия путём преломления реальности в духовно-ценностном мире личности в образах. Так, в понятии «символико-семиотические основания» кроется колоссальный эвристический потенциал, поскольку в нём закреплена культурная традиция, память, ценности и нормы местных жителей. Знаки, символы и образы в пространстве культуры являются важным средством воспроизводства человечности, сохранения социального порядка, гармонизации социальных коммуникаций. Поскольку знаки и символы оказывают воздействие на внутренний мир индивида, постольку субъекты культурной жизни того или иного географического пространства (местные власти, представители интеллигенции и творческих профессий, учреждения культуры т.п.) наделяют символическими смыслами элементы физического пространства, проектируя социальные отношения, формы поведения, модели жизнедеятельности, т.е., по Г.Э. Говорухину, символизируя его. «Вне этой символизации пространственные объекты (...) не являются элементами социального бытия»¹.

Исходя из вышесказанного, образы не могут существовать вне личности, культуры и общества, а значит, их проектирование в пространстве урбанистической культуры – это, в самом общем виде, проектирование социальных отношений и межкультурных коммуникаций.

Ввиду этого символико-семиотическое проектирование мыслится нами разновидностью социокультурного проектирования. Однако отметим, что обозначение отношений обозначенных проектирований как «разновидности» носит условный характер, поскольку при символико-семиотическом проектировании объект социокультурного проектирования, с одной стороны, сужается от отношений (и их форм) социума и культуры (в рамках

¹ Говорухин Г.Э. Символическое конструирование социального пространства осваиваемого региона: социологический анализ : Автореферат дис. ... доктора соц. наук. – М., 2009. – С. 20-21.

социокультурного проектирования культура рассматривается как духовная и материальная среда обитания человека) до их знаково-символических отражений, но, с другой стороны, и расширяется, поскольку в образах фиксируется некое идеальное состояние культуры, динамичное и не всегда улавливаемое рациональным пониманием. Можно сказать, что символично-семиотическое проектирование – это проектирование другого культурного порядка.

Будучи видом социокультурного проектирования, символично-семиотическое проектирование как проектирование знаково-символического пространства мегаполиса, опирается на принципы первого (в определении данных требований большинство специалистов единодушны¹). Однако экстраполяция этих принципов на управление символично-семиотическим разнообразием современного российского мегаполиса задаёт новые способы их действия.

Рассмотрим данные принципы в контексте их применения в процессе символично-семиотического проектирования.

1. Принцип «критического порога модификации»

Его смысл в контексте настоящего исследования заключается в том, что символично-семиотическое проектирование предполагает не жёсткое управление процессами создания, воспроизводства и циркуляции тех или иных образов, знаков и символов в пространстве мегаполиса, но поддержку самоорганизующейся системы его культуры.

Иначе говоря, в процессе символично-семиотического проектирования мегаполиса крайне важно учитывать то, что культурные практики стимулируют творческое сознание горожан, побуждают их к активному действию, запуская тем самым процессы социальной самоорганизации и спонтанность. Так, проблема взаимоотношений самоорганизационного и

¹ Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования. – Калуга, 2000. – 248 с.; Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. – СПб.: Издание Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, 2005. — 398 с.; Луков В.А. Социальное проектирование. – М.: Издательство Московской гуманитарно-социальной академии, Издательство «Флинта», 2003. – 240 с

проективного начал в культурной жизни мегаполиса рассмотрена в статье французских исследователей Т. Риффо (T. Riffaud) и Р. Рекура (R. Recours) на примере стрит-арта¹. Используя предложенный С. Лемуаном и С. Уарди термин «артивизм»², авторы противопоставляют активность представителей арт-кластеров в созидании общественного пространства, их самостоятельность в выборе мест и форматов творчества «кооператизму», подчеркивающему сотрудничество художников с сильными мира сего. В результате анализа авторы приходят к выводу, что стрит-художники, претендующие на право выражать свое мнение, «воруют», присваивают общественные пространства, разрисовывая их в соответствии со своим мировидением, делая это иногда и незаконно. Н. Бей называет это «поэтическим терроризмом»³, бросающим вызов местному правительству, которое целенаправленно занимается конструированием городских общественных зон, подчёркивая однако, что такой «артивизм» вскрывает основополагающую роль самих горожан в «создании города». В ответ на это учреждения культуры (чаще всего музеи) выделяют стены своих зданий и принадлежащие им территории для творчества стрит-художников, заранее согласовывая тематику и направленность стрит-арта, но не ограничивая их в форме выражения. Таким образом, по мысли Т. Риффо и Р. Рекура, возникает сотрудничество. Однако такая институционализация городского творчества имеет тенденцию уменьшать потенциал протеста – важного аспекта, побуждающего стрит-художников создавать арт-объекты в общественных пространствах.

Д. Харви назвал это общественным правом на город, противопоставив его индивидуальному доступу к городским ресурсам. Реализация этого права на город представляет собой некий символический стимул к рефлексии, необходимой для развития как горожанина, так и урбанистического

¹ Riffaud T., Recours R. Le street art comme micro-politique de l'espace public: entre «artivisme» et coopératisme // Cahiers de Narratologie [En ligne]. – № 30. – 2016. URL: <http://narratologie.revues.org/7484> (consulté le 05.10.2016).

² См.: Lemoine S., Ouardi S. Artivisme: art, action politique et résistance culturelle. – Paris, Alternatives, 2010.

³ Bey H. L'art du chaos: stratégie du plaisir subversif. – Hambourg, Nautilus, 2000.

пространства его бытия, провоцирует заметить уникальное в обыденном, найти потенциальное в забытом и опустевшем. Реализация городским социумом этого права – это образное обозначение актуальной, конфликтной темы в мегаполисе. Чем более горожане ощущают себя субъектами городской жизни, тем активнее проявляется их творческое отношение пространству своего бытия, динамичнее развивается культура. Однако, чтобы «право на город» не превратилось в его символический захват контркультурными группами, необходимо целенаправленное, систематическое, опирающееся на культурную традицию, согласованное с реалиями урбанистического развития символично-семиотическое проектирование мегаполисов.

2. Принцип оптимизации «зоны ближайшего развития» личности

Данный принцип предполагает, что центральным звеном процесса символично-семиотического проектирования является создание условий для комфортной, интересной жизни горожанина в мегаполисе, его самоидентификации с пространством своей жизнедеятельности, обретения им устойчивости и целостности своей личности. Развитие личности, по мысли Л.С. Выготского, осуществляется через овладение ею собой посредством знака и текста культуры¹, т.е. социокультурным контекстом жизни человека. Иначе говоря, то, каким представляется мегаполис его жителю, влияет на человека.

Значительную роль в оптимизации «зоны ближайшего развития личности» играет городской транспорт. Идея связи и взаимозависимости транспортного сообщения и развития мегаполиса обусловила возникновение теории транспортного детерминизма. Транспорт не только способствует более интенсивным внутригородским коммуникациям, развитию урбанистической инфраструктуры, структурирует пространство, но и символизирует соединение и взаимопроникновение центрального и периферийного, сакрального и профанного, элитарного и массового.

¹ См.: Выготский Л.С. Мышление и речь. – СПб.: Питер, 2016. – 431 с.

Ярким примером этому служит Московский метрополитен, представляющий собой произведение искусства (монументальные станции, их высокохудожественное оформление, культурно-идеологический смысл убранства в течение многих десятилетий находят живой отклик среди исследователей и горожан), и культурные общественные пространства. Показательной практикой того, что столичное метро, близкое и известное почти всем горожанам, способствует развитию личности, являются акции, регулярно проводимые в «подземке»: «Музыка в метро» – сервисная программа Московского метрополитена, предоставляющая места для выступлений городским музыкантам и качественную живую музыку пассажирам¹; курсирование по разным веткам метрополитена тематических поездов, среди которых можно отметить следующие: поезд «Курская дуга» (посвящено бронепоезду «Московский метрополитен», который участвовал в боях на Курской дуге), поезд «Красная стрела» (запущенный в честь 75-й годовщины первого фирменного поезда Москва – Ленинград «Красная стрела»), ретропоезд «Сокольники» (стилизован под поезда типа А, перевозившие пассажиров с 1935 по 1975 годы), поезд «Акварель» (снаружи оклеен цветной плёнкой с изображениями цветов, фруктов, рек и деревьев), поезд «Полосатый рейс» (приурочен к главному экологическому празднику Приморья — «Дню амурского тигра»), поезд «Поэзия в метро» (посвящён 120-летию со дня рождения поэта Сергея Есенина; в вагонах размещены стикеры со стихами, а также фотографии и уникальные фрагменты рукописей поэта) и др. Так, каждый пользующийся услугами Московского метрополитена приобщается к историко-культурному богатству национального и регионального (мегаполисного) уровня, что при этом способствует формированию урбанистического образа.

Рассматриваемый принцип символично-семиотического проектирования находит отражение и в эстетизации общественного пространства мегаполиса, в т.ч. посредством арт-объектов. Наглядной иллюстрацией этому служит

¹ См. об этом подробнее на официальном сайте Московского метрополитена: <http://music.mosmetro.ru>.

представленная осенью 2016 года на Красной площади г. Москвы экспозиция, представляющая собой огромные светящиеся ворота (со стороны ул. Тверская), увенчанные колоссальных размеров золотым изображением славянского бога Солнца Сварога. Символизм этого арт-объекта раскрывается в том, что у «всех народов мира исчезающее вечером и как бы умирающее, но утром возрождающееся солнце почиталось одним из самых первых и наиболее важных божеств. Тепло и свет, оживление и пробуждение природы, исходящее от солнца, делали его символом бесконечности»¹. В христианской славянской культуре солнце выступало «ликом, оком или словом Бога либо оконцем, через которое Бог смотрит на землю»². Так, представленный в культурном тексте Красной площади архаичный символ (элемент архаики) становится художественным знаком «документальности». Такая «документальность» служит одной из культурных практик символическо-семиотического воспроизводства традиционного, устойчивого в разноликой культуре мегаполиса. Отметим, что это лишь один из способов «прочтения» этого образа в культурном тексте мегаполиса. Важно то, что горожанин, выстраивая свою жизнь в таком насыщенном «документальном» пространстве, так или иначе осмысливает арт-объекты, их образы, отсылающие как фактам исторического прошлого.

Соседей со светящимися воротами в черте Садового кольца и разноцветные зеркала размером в человеческий рост, выставленные в ходе акции «Москва – зелёный город». В рамках акции возможность (и даже часто неизбежность) увидеть своё отражение в этих зеркалах среди разноцветных пластмассовых и пенокартонных фигур людей и изображённых на фоновом стенде деревьев с фиолетово-синей кроной (урбанизированных условных знаков флоры) призывало «найти себя» в мире живой природы, стать причастным ей, тем самым стимулировав проходящего мимо человека «заглянуть в себя» (слоган акции, написанный на красных и синих «людях»).

¹ Бокова В. Солнце и солнечные эмблемы // Сокровища мировой цивилизации. Символы. Знаки. – М.: Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2012. – С. 38–47.

² Там же.

Здесь представляется важным отметить, что, проектируя знаково-символическое пространство мегаполиса посредством арт-объектов, важно учитывать, будут ли они верно поняты и интерпретированы горожанами, каковы механизмы их культурной репрезентации.

Говоря о «зоне ближайшего развития личности», мы имеем в виду непосредственное пространство её бытия. Наряду с пространствами, касающимися частной, личной жизни человека (так называемыми зонами комфорта, интимной территорией, необходимой для того, чтобы он чувствовал себя психологически комфортно, спокойно и защищенно) жизнь горожанина разворачивается и в общественных городских пространствах, оптимизация которых составляет сущность рассматриваемого принципа символично-семиотического проектирования мегаполисов.

В целом, общественные пространства российских мегаполисов осуществляют функцию культурной репрезентации, в знаково-символической форме они выражают культурную картину мира урбанистического сообщества, его духовно-ценностные основания и ориентиры. Множественно структурируя мегаполис, они порождают уникальный симбиоз, наложение самых разных культурных текстов и, вследствие этого, оригинальную урбанистическую культуру.

Моделью, наиболее полно выражающей эту множественность и сложность как специфическую черту мегаполисной культуры, может служить центральная площадь. Она «...ограниченная в пространстве с четырёх сторон, являет собой самую совершенную интерпретацию общественной жизни, когда-либо созданную градостроительным и архитектурным гением Человека»¹. Площадь исторически служила центром городской жизни. И сегодня на ней происходят главные события социального устройства: торговля, праздники, религиозные процессии и т.д. Ввиду этого данное общественное пространство является урбанистическим информационно-коммуникативным центром. «Площадь, – пишет Сета М.

¹ Лоу С.М. Пласа: политика общественного пространства и культуры. – М.: Strelka Press, 2016. – С. 53.

Лоу, – это физическое, социальное и символическое пространство для публичных дебатов о государственном управлении, культурной идентичности и гражданственности»¹. Так, центральные площади большинства российских мегаполисов имеют регулярную прямоугольную планировку (Площадь Революции – в Челябинске, Площадь 1905 года – в Екатеринбурге, Площадь Совета в Ростове-на-Дону), что является воплощением идеи порядка, организованности, рациональности и сильной государственной власти. Такой тип площади, по мысли Н.Л. Шайгардановой, соотносится с идеалом объединённого пролетариата². Усиливают заложенный политико-идеологический символизм крупные скульптуры советских вождей и деятелей революции, расположенные в центре площадей, что может быть интерпретировано как обретение ими особого статуса, при котором происходит отождествление всего народа с личностью вождя. При этом нелинейно посаженные и растущие на площади деревья, зелёные скрытые ограждения, зонировующие пространство, множественные места для уединения, водоёмы, характерные для площадей эпохи Возрождения, способствуют развитию индивидуальности, свободы, чувств. Примерами таких общественных пространств служат, например, площадь сада Тюильри в Париже, площадь Жандарменмаркт в Берлине, площадь Испании и Пьяцца-ди-Санта-Мария-ин-Трастевере в Риме, площадь Дам в Амстердаме.

Помимо политического символизма и эстетизации пространства, площадь как общественное пространство обладает и социокультурным измерением, поскольку она играет важную роль в повседневной жизни горожан, пространственно репрезентируя структуру урбанистического сообщества и локальную культуру. Именно пространственная репрезентация культуры, предполагающая физическую, историческую и концептуальную локализацию социокультурных отношений и практик, должна учитывать, по мысли С.М. Лоу, «условия социального производства и социального

¹ Там же. – С. 54.

² Шайгарданова Н.Л. Парк культуры и отдыха как явление культуры и воплощение советского идеологического проекта : Дис. ... кандидата философских наук. – Екатеринбург, 2014. – 151 с.

конструирования пространства, а также действующие силы и социальных агентов, которые конструируют свою реальность и символические значения»¹.

В этой связи думается, что принцип оптимизации общественных пространств как непосредственного пространства бытия горожан в процессе символично-семиотического проектирования определяет необходимость учёта того, что жизнь горожан наполняется позитивными смыслами во многом тогда, когда создаются локальные культурные зоны, составляющие символическую и эмоциональную базу поддержания городской коллективной идентичности. Вследствие вернакуляризации в культурном ландшафте мегаполиса создаётся масса пространственных маркеров, которые являются не только мнемонической системой, задающей определённый исторический контекст территории, но и сокровищницей повседневных культурных практик, жизненного опыта, накопленного жителями.

3. Принцип персонифицированности процесса и результатов проектирования

Сущность символично-семиотического проектирования заключается в создании и насыщении урбанистического символично-семиотического пространства теми или иными образами, символами и знаками, за которыми стоят определённые ценности, смыслы и значения. Как нами выявлено, они носят субъективный характер и во многом определяются личностью и обществом. Поэтому субъектами символично-семиотического проектирования выступают сами горожане, городские сообщества и общество в целом. Исходя из этого, рассматриваемый принцип в контексте символично-семиотического проектирования означает восприятие себя субъектами как органичной и неотъемлемой части культурного мира мегаполиса, глубинную сопричастность субъектов проектируемым символично-семиотическим процессам и программируемым изменениям, творческое начало этой деятельности, интериоризацию субъектом ценностей, традиций, моделей

¹ Лоу С.М. Пласа: политика общественного пространства и культуры. – М.: Strelka Press, 2016. – С. 169.

миропонимания культуры – особого духовного мира, наполненного значимыми для человека образами, знаками и символами, в рамках которой осуществляется проектирование.

Чтобы человек ощущал свою субъектность, был в гармонии с собой и окружающим миром, был сопричастным ему, созидал, а не разрушал его, необходимо обращение к ценностно-нравственным основам личности. К тем или иным значениям человека отсылают соответствующие знаки и символы, поскольку последние «всегда ценностны, сопринадлежны личности (...), имеют характер духовно-практического освоения (...) коллективного и личного опыта»¹, обеспечивая воспроизводство культурных ценностей². Так, например, символические вынос флага России на Олимпиаде или звучащий на стадионе в честь победы спортсмена государственный гимн пробуждают патриотизм, гордость за свою страну, воодушевляют. Исходя из этого, крайне важным в символично-семиотическом проектировании видится акцент на трансляции высоких смыслов и вечных ценностей, закреплённых и выраженных в знаках и символах, на создании соответствующего культурного контекста, при котором «декодирование» знаков и символов индивидом не нивелирует и не размывает смысл. Как подчёркивает П.А. Сорокин, «одинаковое понимание символов, объективирующих душевные состояния»³ участников культурной коммуникации являются важным условием успешных, глубоких и прочных взаимодействий – символы всегда выходят за рамки настоящего времени к вечности и пространства и в этом плане соотносятся с трансценденцией личности – её постоянным прорывом за пределы наличного бытия для обретения новых возвышающих смыслов. Так, человеческое бытие, пишет В. Франкл, «всегда ориентировано вовне на нечто, что не является им самим»⁴.

¹ Кулагина Н.В. Символ и символическое сознание // Культурно-историческая психология. – № 1. – 2006. – С. 3-10.

² Царева Е.А. Ю.М. Лотман: символический фактор в культурной динамике. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». – № 3. – М.: Изд-во МГОУ, 2010. – с. 101.

³ Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – С. 50.

⁴ Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 2012. – С. 36.

Развитие личности, ориентированной, по П.А. Сорокину, на безграничное созидание, ведёт к обретению ей субъектности, устойчивости социальных отношений, которые определяются «качеством общественных связей, наполненностью сотрудничеством, солидарностью, альтруизмом»¹. Именно в гармонизации общественных отношений, в основе которой лежит ценностно-смысловая направленность бытия личности, заключается символично-семиотический смысл проектирования. Так как фундаментом формирования общего смысла для социальных субъектов, по мысли И.К. Джерелиевской, выступает культура², в основе символично-семиотического проектирования должна лежать актуализация ценностно-смысловой сферы личности, направленность на обретение человеком внутренней устойчивости и целостности своей личности, на гуманизацию общественных отношений.

Как утверждали представители экзистенциализма во главе с Ж.-П. Сартром, человек – всегда «проект», сущность которого – в переходе от того, чем он является в настоящее время, к тому, чем он ещё не был, отрываясь от прошлого к будущему, открытому для его свободы и творчества³. Однако нерегулируемые индивидуальные устремления практически исключают возможность устойчивых и гармоничных социальных взаимодействий в той же мере, в какой конструирование социокультурного пространства приобретает характер принуждения, если оно не опирается на ценностно-смысловую сферу личности и её субъектность, включённость как базовую характеристику.

В качестве главного субъекта генерирования новых смыслов (а значит, и символично-семиотического проектирования) Л.В. Лесков утверждает творческого индивида. «Новые смыслы, – пишет учёный, – это тот триггер, «спусковой крючок», стимул, который запускает в действие новый цикл

¹ Сорокин П.А. Моя философия – интегрализм // СОЦИС. – № 6. – 1999.

² Джерелиевская И.К. Личностные основания социального порядка: аксиологический аспект. – М.: Изд-во МГОУ, 2009. – С. 31.

³ Сартр Ж.-П. Бытие и ничто. – М.: Республика, 2000. – С. 93.

исторического процесса»¹, а роль творческого индивида заключается в том, что он «обеспечивает поступление нелинейных импульсов, расширяющих границы многомерного (...) пространства эволюции социума»². Иначе говоря, развитие творческого начала личности, основанного на актуализации её ценностно-смысловой сферы, является движущей силой социокультурного развития, ведь, с точки зрения синергетики, случайности начинают играть фундаментальную роль, когда человек и общество в целом стоят в точке бифуркации. Так, динамика такого развития определяется отношениями между «второстепенными» малыми нелинейностями (индивидуальным творчеством, спонтанностью) и рационалистическим, строго детерминированным характером эволюции, то есть между конструктивизмом и самоорганизацией. По Лескову, при подходе к свободе как возможности выбора, где чувство ответственности за него становится неотъемлемой частью самоорганизационных процессов, идеальный образ «можно будет включить в арсенал поиска способов преодоления очередной, исторически неизбежной бифуркации и путей перехода к новому аттрактору устойчивого развития»³.

Именно творческая личность горожанина, ориентированная на созидание и преобразование окружающего мира, осознающая ответственность за последствия своего выбора, способна проектировать образы, опирающиеся на культурную традицию и устремлённые в будущее, которые будут направлены на устойчивое развитие мегаполиса.

4. Принцип оптимальной ориентации на традицию и новацию

Данный принцип определяет культурную динамику, соразмерность процессов сохранения традиционных для той или иной культуры образов и символов и их изменения, трансформации. Являясь особой формой организации культурной деятельности, проект способствует привлечению

¹ Лесков Л.В. Человек в ритмах истории и проблема современного человека как исторического субъекта // Мир психологии. – № 1 (33). – 2003. – С. 264.

² Там же.

³ Там же.

новых, альтернативных ресурсов, децентрализации культурной политики, установлению и поддержанию партнёрства государственных структур, общественных организаций и бизнес-сектора. Ввиду этого проект представляет собой современную, эффективную модель управления в сфере культуры. Проектно-ориентированный подход позволяет достичь соразмерности новационного и традиционного в символично-семиотическом пространстве мегаполиса, устойчивости, целостности и культурного разнообразия.

Раскроем необходимость учёта данного принципа в процессе символично-семиотического проектирования на примере уже затронутой нами культурной жизни города Перми.

Образ того или иного пространства включает в себе то, чем гордятся местные жители, что составляет центральное, уникальное в их культуре. В Перми таким образом, составляющим урбанистический культурный ландшафт, является пермская хореографическая школа. Эвакуированный из Ленинграда в Молотов (ныне Пермь) в годы Великой Отечественной войны Ленинградский Академический театр оперы и балета имени С.М. Кирова (ныне Мариинский театр оперы и балета) стал тем учреждением, которое сформировало в уральском городе самобытную и уникальную балетную школу, основанную на русской классической балетной традиции, прославившую его не только на всю Россию, но и на весь мир. Иными словами, пермская хореографическая школа, являющаяся частью русской национальной школы и поэтому органично «привнесённая», легла в основу культурной памяти пермского мегаполиса, под которой Я. Ассман понимает «непрерывный процесс, в котором всякая культура, всякий социум или общественная группа формирует и стабилизирует свою идентичность благодаря воссозданию собственного прошлого»¹. Однако балет, значимый символ культурной памяти Перми, наполненный высокими эстетическими

¹ Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.

смыслами и высокохудожественными ценностями, вытесняется «инородными» образами, символами и знаками, чуждыми пермской и, главное, российской культуре (что рассматривается в предыдущем параграфе). Это влечёт за собой нарушение устойчивой ментальной связи горожанина и мегаполиса, утрату человеком чувства сопричастности бытию своего города, деформирование коллективной локальной социокультурной идентичности и, как следствие, угрозу устойчивого развития урбанистического культурного ландшафта. Итак, ввиду необходимости соразмерности традиционного и новационного в культурном пространстве мегаполиса становится очевидной проблема поддержания культурной памяти города, заключённой в его символично-семиотическом поле, посредством актуализации культурной традиции.

5. Принцип проблемно-целевой ориентации

Принцип заключается в выявлении имеющихся проблем символично-семиотического пространства мегаполиса, корректной, актуальной ситуации проблематизации, адекватном целеполагании и инструментализации, отвечающей поставленным целям и задачам.

Символично-семиотическое проектирование направлено, в первую очередь, на решение проблем, связанных с деструктивным воздействием образности мегаполиса на его социокультурную сферу. Рассмотрим это на конкретном примере.

По мысли современного канадского учёного Г. Мерсье, урбанистические образы представляют собой «матрицу значений (*une matrice des significations*), где выстраивается интерпретация города, даже дух города (*une morale de la ville*), поскольку они обуславливают, в каком состоянии находится город, каким он должен быть, и что нужно делать, чтобы он таким стал»¹. В этой связи проблемная ситуация заключается в том, что, как считает канадский исследователь С. Паке, под весом собственного образа город

¹ Mercier G. La ville du patrimoine mondial face au défi politique de sa propre image // *Géographie et culture* «Image et espace public». – № 73, 2010. – P. 2.

начинает разрушаться, т.е. утрачивать свою историко-культурную самобытность¹. Это приобретает особую актуальность для так называемых «городов всемирного наследия». Справочно отметим, что конвенцией ЮНЕСКО об охране мирового природного и культурного наследия, принятой в 1972 г., статус «всемирное наследие» был закреплен за несколькими городами². В настоящее время данным статусом обладают свыше 200 городов, входящих в состав Организации городов всемирного наследия (ОГВН) со штаб-квартирой в Квебеке (Канада)³.

Образы городов всемирного наследия массово циркулируют по всему миру, и, будучи стереотипными и широкоизвестными, такие города приковывают к себе огромное внимание населения. Это порождает постоянный и колоссальный поток туристов. Помимо высокой туристической активности, происходит своего рода подстраивание или приспособление города под запросы туристической индустрии. Ввиду этого существует риск утраты такими пространствами своей культурной уникальности и, следовательно, приватизации городов всемирного наследия, приравнивающей их в этом случае в глобальном масштабе к Диснейлендам.

Как считает современный французский философ, социолог А.-П. Жеди, под воздействием глобализационных процессов такие города отныне становятся «частью одной большой выставки, где каждый такой город соответствует единому, всем знакомому и известному образу»⁴. Это вскрывает глубокий разрыв между урбанистическим образом как устойчивым, ценностно и культурно обусловленным, сформировавшимся на протяжении многих лет конструктом и тем отяжелевшим, коммерческим, исключительно имиджевым образом, который создаёт туристическая индустрия.

¹ Paquet S. Violence d'un médium ou tyrannie paysagère // Cahiers de géographie du Québec, vol. 53. – № 150, 2009. – P. 441-454.

² Список городов всемирного наследия см.: Liste du patrimoine mondial. // Site officiel de l'UNESCO. [Ressource électronique]. Régime de l'accès: <http://whc.unesco.org/fr/list> (consulté le 26.02.2016).

³ См. подробнее об этом: Города всемирного наследия. // Авторский сайт об архитектуре, градостроении и путешествиях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infoisto.ru/goroda/> (дата запроса: 26.02.2016).

⁴ Jeudy H.-P. La machine patrimoniale. – Paris: Circé, 2008. – 121 p.

Поэтому в процессе символично-семиотического проектирования крайне важно не допустить, чтобы мегаполис, продуцирующий во вне сильный и завораживающий образ, представлял угрозу сам для себя. Если город привлекает внимание большого количества людей и вызывает всеобщее восхищение, необходима особая защита его социокультурного пространства. Проблема возникает тогда, когда из-за этого поклонения урбанистический образ становится исключительно коммерческим проектом. Это актуализирует проблему ценностно-смыслового измерения образа современного мегаполиса.

Этот пример показателен тем, что при создании и реализации проектов и программ социокультурного-проектирования необходимо адекватное городским реалиям определение круга проблем и выстраивание дальнейшего целеполагания и инструментализации в строгом соответствии с ними.

В соответствии с данными принципами и опираясь на концепцию В.М. Капицына¹, можно предположить следующий управленческий механизм символично-семиотического проектирования: конкретный объект проектируемого пространства (городской социум, горожанин, социальные коммуникации, события, сооружения, памятники и т.п.) наделяется определёнными чертами; тем самым создаётся образ, связывающий объект с идеей (места памяти, достижений в настоящем, проектов будущего и т.п.). При соответствующей интерпретации формируется символично-семиотическое пространство, опирающееся на отличительные признаки проектируемого места, способные консолидировать сообщество, бытие которых связано с этим местом.

Результатом символично-семиотического проектирования российских мегаполисов видится формирование урбанистического образа. Поскольку мегаполис возник в результате преобразовательной деятельности человека, направленной на пространство своей жизнедеятельности, реализацию

¹ См.: Капицын В.М. Прошлое, настоящее и будущее в символической политике моногорода / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 110-127.

человеком своей жизни и утверждения им себя как социально-духовного существа, постольку смена видов деятельности в рамках урбанистической среды, характера и содержания отношений горожан влечёт за собой смену пространственно-временных отношений бытия как людей, так и сообществ. В свою очередь, смена событий, их направленность задают мегаполисному социальному пространству и времени определённую протяжённость и длительность, ритмику бытия социумов и индивидов. Наиболее полно это отражается в «системе взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих географическое пространство»¹, т.е. в образах мегаполиса. В культурологическом аспекте они являют собой «обобщенное представление о состоянии жизненного пространства, способах бытия и стиля поведения, сложившееся в индивидуальном представлении каждого человека, социальной группы, общества, вбирающее переработанные сознанием людей очевидные и только намечающиеся противоречия или проявления кризиса в социокультурной реальности, разрывающие систему сложившихся нравственных императивов. На основе этого образа формируются новые культурные практики и альтернативные модели освоения мира, предлагаются способы реализации жизненных целей и стратегий»². Другими словами, горожанин предстаёт, с одной стороны, как творец урбанистического образа, а с другой – как объект его непрерывного изменения. Конструируя целостную картину мира, индивид идентифицирует себя в окружающем мире, обретая при этом состояние сопричастности и целостности себя как члена общества.

Онтологическую сущность образа мегаполиса можно представить в виде следующей цепочки: во-первых, мегаполис как объект воздействует насубъекта (горожанина, туриста), во-вторых, субъект подвергается

¹ Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. – СПб.: Алетейя, 2003. – С. 48.

² Астафьева О.Н. Теория и практика культурной политики: смыслы – образы – действия. // Научно-политический журнал «Государственная служба». – № 1 (87). – 2014. – С. 74.

действию объекта (так происходит субъективное конструирование образа мегаполиса), затем субъект воздействует на объект, т.е. конструирует свои представления, поведение в соответствии с образом, и, в-четвёртых, объект (мегаполисное пространство) подвергается действию субъекта, преобразуется. При этом для того, чтобы субъект смог преобразовать культурное или социокультурное пространство, он должен выйти за его границы, в пространство другой, более высокой культуры, т.е. обрести иные смыслы и ценности, на основе которых он смог бы преобразовать пространство и привнести в него человеческое начало. Сам процесс воздействия субъекта на объект можно обозначить как формирование образа – отражения, взятого в аспекте его целостности. Урбанистический образ предполагает как опору на социокультурный контекст мегаполиса и формы организации общественной жизнедеятельности, так и влияние личности воспринимаемого, наполнение горожанином окружающей его действительности личностными смыслами. Поэтому то, какими смыслами «заряжен» образ (укоренённость в смысложизненных идеалах, устойчивость, потенциал развития или же, наоборот, его опора на утилитарные смыслы бытия горожан, сиюминутность)), определяется ценностями, транслируемыми местной политикой (программами развития, конкретными действиями, политическими лидерами и т.д.), и культурой самих горожан (в т.ч. их поведением, активностью, коллективной идентичности).

Будучи наполненным гуманистическими ценностями и смыслами, образ способен укреплять культурную традицию и национально-культурную самобытность мегаполиса, коллективную идентичность горожан. В противном случае, возможны распад культурного пространства мегаполиса, актуализация внутренних конфликтов в социуме, отчуждение, равнодушие, утрата чувства причастности к общему созиданию и бытию мегаполиса.

Образ мегаполиса (его ценностное наполнение, формы его выражения и др.) обладает огромным воздействием на личность горожанина и способствует включению индивида в процесс улучшения и сохранения

урбанистической среды. Включая позитивные смыслы сохранения высокой культуры личности в образ мегаполиса в процессе его моделирования, можно и нужно влиять на характер поведения городского социума. Так, задаваясь вопросом, в состоянии ли местное правительство и само население создавать места, рождающие у горожан хорошие идеи, Л. Холлинс считает, что главное место в решении этой задачи принадлежит формированию общности и доверия. При этом, подчёркивает исследователь, необходим первоочерёдный учёт повседневных форм проявления культуры городского сообщества, т.е. там, «где находится большинство людей»¹, так как мегаполис, будучи сложной системой, «создаётся снизу, а не сверху»², а «жизнь улицы и является подлинным мерилom его [мегаполиса – *Н.К.*] жизненной силы»³. Доверие – одно из проявлений человечности, включающей в себя доброту, альтруизм, сострадание, уважение к себе и ближнему. Поэтому, думается, главным условием и «сверхзадачей» моделирования образа современного мегаполиса должен быть вызов чувства причастности горожан друг к другу, формирование указанных свойств и качеств личности.

Доверие, чувство сопричастности, ответственность за пространство своего бытия лежат в сфере высших ценностей, которые закреплены в ценностно-смысловом универсуме отечественной культуры. В этой связи мы полагаем, что методологически символично-семиотическое проектирование включает два уровня, отражающихся в целеполагании конкретных практических проектов и программ. Первый и общий уровень – цивилизационный/надгосударственный, обеспечивающий сохранение и развитие российского «культурного кода» в знаково-символической форме. Он является главным условием развития и совершенствования не только личности, но и общества. Наднациональные ценности, закреплённые в традиционных образах, способствуют укоренению личности в структуре корневой национальной культуры, помогают воспринимать традицию не

¹ Холлинс Л. Города вам на пользу: Гений мегаполиса. – М.: Strelka Press, 2015. – С. 50.

² Там же.

³ Там же.

столько как культурный феномен, а сколько как сложное социальное отношение, посредством которого человек осуществляет коммуникацию в обществе. В программировании этот уровень может быть представлен в виде актуализации символов служения, бытийных ценностей, русского языка как государственного.

Второй (и более частный) уровень символическо-семиотического проектирования – локальный/региональный. Он направлен на «высвечивание» культурных, социальных, исторических и иных особенностей того или иного мегаполиса.

Человек, приобщаясь к урбанистическому пространству своего бытия (на наднациональном и локальном уровнях, т.к. они вместе формируют целостное восприятие мегаполиса), восстанавливает «свою собственную духовную культуру как систему духовно-нравственных ценностей»¹. В свою очередь, именно духовная культура, духовность, как полагает Т.В. Лазутина, «задаёт объективно правильный вектор развитию человеческой личности и конституирует человека в качестве субъекта социальных отношений»². Благодаря восстановлению и развитию личностью горожанина своих субъектных свойств и способностей он приобретает мотивацию к узнаванию, освоению и преобразованию действительности, т.е. творческое отношение к ней.

Чем больше горожанин знает о том, что его окружает и где он живёт, тем большую причастность пространству своего бытия он испытывает, т.е., по образному выражению О.А. Лавреновой, оказывается связанным с местом обитания «узами любви»³. Верно и обратное: сопричастность месту своей жизни порождает у человека стремление узнать о нём. Как полагает А.В. Никитина, благодаря культурному ландшафту возможно преодолеть отчуждение человека от культурной среды, избежать деструкции. Чем

¹ Лазутина Т.В. Духовная основа социального творчества личности : автореферат дис. ... кандидата философских наук. – Красноярск, 2010. – С. 8.

² Там же.

³ Лавренова О.А. Образ места и его значение в культуре провинции // Геопанорама русской культуры: провинция и её локальные тексты. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 422.

разнообразнее его репрезентация в текстах культуры, тем «полнокровнее человеческое существование»¹.

В созидательном отношении к окружающему миру, в созидательных непосредственных поступках горожанин чувствует единение с жителями своего города в акте со-творчества, что и лежит в основе социального творчества – процесса актуализации духовного потенциала личности в социальных отношениях. Так, когда личность открывает в себе глубинную включенность в общество, осознавая себя субъектом урбанистической культуры, формируется городская коллективная идентичность. Иначе говоря, итоговой фазой самоопределения человека как жителя того или иного мегаполиса является применение им освоенного «ценностно-культурного багажа» в предметно-практической деятельности в рамках уранического пространства. Такая деятельность целесообразна, целенаправленна и общественно полезна.

Чувство причастности к горожанам возникает у индивида во многом тогда, когда он становится активным участником проводимых в мегаполисе изменений и начинает разделять их смыслы и ценности, придающие возвышающий смысл его бытию в конкретной среде и пространстве. В свою очередь, «энергия, возникающая из близости, смешения и взаимодействия, рождает будущее города»². Именно в этом акте творчества человек становится «непосредственно причастным процессу самопознания духа города»³. Ввиду того, что в этом процессе он мысленно устремляется к некому идеальному состоянию мегаполиса, т.е. выходит за пределы наличного бытия, указание на которое присутствует в бытии окружающего его мира, можно предположить, что такая творческая субъектность горожанина трансцендентна.

¹ Никитина А.В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта : Дисс. ... канд. философских наук : 24.00.01. – Казань, 2013. – С. 8.

² Там же. – С. 137.

³ Горнова Г.В. Феномен города в духовном мире человека : Автореф. дисс. ... кандидата философских наук. – Омск, 2005. – С. 16.

Этот аспект символично-семиотического проектирования включает в себя ориентацию на коллективные формы творчества жителей. Как заметил Н.А. Бердяев, «самая большая... нравственная истина, до которой должен дорасти человек, – это – что нельзя спастись индивидуально»¹, что предполагает «спасение других, моих близких, всеобщее спасение, спасение всего мира...»². То есть только рождаемая в процессе коллективного действия горожан синергия является той силой, благодаря которой индивид может ощутить свою роль, значение, субъектность в развитии мегаполиса. При этом именно культура, как заметил М.С. Каган, «формирует общее ценностно-смысловое пространство, выступающее основой взаимодействия и взаимопонимания людей»³.

Организационные формы этих процессов есть культурные формы, а потому согласуемые в обязательном порядке с культурной традицией, представляющей собой механизм поддержания, сохранения устойчивости культурных норм, ценностей, образцов и заключающейся в «непосредственной передаче тех или иных форм культуры от поколения к поколению»⁴. Так, по мысли М.Ю. Лотмана, наличие истории – обязательный параметр работы семиотической системы⁵. Культурная традиция в контексте исследуемой проблемы выступает стержнем социальной самоорганизации урбанистического сообщества, позволяет удерживать его целостность и устойчивость. Как писал Д.С. Лихачёв, «подлинно новая культурная ценность возникает в старой культурной среде»⁶. Роль культурной традиции в процессе конструирования образов мегаполиса, динамично развивающейся, непрерывно изменяющейся среды, усиливается тем, что «инновация только тогда приживается в социуме, когда

¹ Бердяев Н.А. Экзистенциальная диалектика божественного и человеческого. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2011. – С. 515.

² Там же.

³ Каган М.С. Философия культуры. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1996. – С. 105.

⁴ Человек и общество. (Культурология) Словарь-справочник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 544 с.

⁵ Лотман М.Ю. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 321.

⁶ Лихачёв Д.С. Экология культуры // Памятники Отечества. – 1980. – № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hram-puchkovo.me-ga.ru/articles/98/> (дата обращения: 22.01.2018).

вписывается в систему имеющихся значений социокультурного опыта, согласуется с уже имеющейся традицией»¹. «Основная функция человеческой памяти состоит в обеспечении целостности личности, социальной группы и человечества»², что, по Ю.А. Закунову, позволяет определить культурную традицию и социальную память как «важнейший эволюционный механизм сохранения духовной культуры и ее борьбы с социальной энтропией»³.

Таким образом, символично-семиотическое проектирование предполагает стимулирование социального творчества горожан (в т.ч. создание соответствующих социокультурных условий) на базе сохранения культурно-исторических традиций, смыслов и ценностей мегаполиса. Как справедливо утверждал Д.С. Лихачёв, несмотря на то, что мир – это естественная целостность и единство, трудно сказать, что «это единство настолько совершенно, что его нельзя улучшать. Прообраз этой деятельности человека — художественное творчество»⁴, составляющее основу культуры.

Поскольку образ города неразрывно связан с преобразовательной деятельностью горожан, постольку ценностно-смысловое ядро образа определяется человеческим началом, степенью внутренней вовлечённости жителей в бытие города. Это проявляется в культуре повседневной жизни, социальном доверии, искренности, доброте и честности в межличностных отношениях, готовности к самоограничению во имя блага ближнего и общества в целом. Можно предположить, что существует тесная связь между уровнем человечности в городском социуме и ценностно-смысловым содержанием образа мегаполиса. Чем выше культура горожан, тем сильнее образ мегаполиса в контексте объединения разных элементов культурной жизни и, следовательно, более целостным становится культурное

¹ Рухтин А.А. Политическая культура как интегративная характеристика политической жизни общества : диссертация ... кандидата философских наук. – Волгоград, 2011. – 169 с.

² Закунов Ю.А. Метафизическое измерение социальной памяти в наследовании ценностей // Журнал института наследия. – № 1 (8). – 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/15/118.html> (дата обращения: 06.07.2017).

³ Там же.

⁴ Лихачев Д.С. Русская культура. — М.: Искусство, 2000. – 440 с.

пространство мегаполиса. Однако что лежит в основе воспроизводства гуманности городского социума и какие механизмы при этом моделируют целостный образ мегаполиса?

По мысли Э. Фромма, существуют социальные строи, способствующие развитию гуманистического начала общества, положительных качеств личности, её духовных начал, обретению индивидом духовной («позитивной») свободы, и строи, закрепощающие дух человека, сужающие его восприятие себя и мира до уровня сугубо утилитарных смыслов, препятствующие трансценденции личности. Фромм пишет о том, что «позитивная свобода состоит в спонтанной активности всей целостной личности человека»¹. Под спонтанной активностью учёный понимает «единственный способ, которым человек может преодолеть страх одиночества [наряду с отчуждённостью изначально характеризующий крупные урбанистические формы, такие как города и мегаполисы – *Н.К.*], не отказываясь от полноты своего Я, ибо спонтанная реализация его сущности снова объединяет его с миром – с людьми, природой и самим собой»². Только тогда, когда индивид проживает и осознаёт свою духовную глубину и душевное богатство, он безоговорочно признаёт уникальность другого. Отсюда следует, что воспроизводство человечности базируется на раскрытии уникальности каждой отдельной личности, обретении ею целостности. В свою очередь, это порождает глубинную и устойчивую причастность людей к пространству их бытия, они чувствуют большую ответственность за него и, следовательно, нацелены на его созидание.

Таким образом, думается, как деятельность, способная порождать новые идеи, самого человека-творца, творчество, творчество представляет собой спонтанную активность горожанина и потому лежит в основе образа мегаполиса, органично отражающего как ценностно-смысловой универсум российской наднациональной культуры, так и региональную

¹ Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Издательство АСТ, 2016. – С. 249.

² Там же.

социокультурную самобытность, как историко-культурное прошлое культурного пространства мегаполиса, так и его будущее развитие.

Исходя из определённых методологических уровней символично-семиотического проектирования (цивилизационного/наднационального и локального/регионального), мы полагаем, что в процессе символично-семиотического проектирования российских мегаполисов необходим учёт факторов, обеспечивающих устойчивость и целостность урбанистического культурного пространства (условно обозначим его как «фактор устойчивости») и его многоликость (фактор «разнообразия»).

Символично-семиотическое проектирование можно рассматривать как технологию, суть которой в том, что знаки и символы проектируют социокультурную реальность, моделируют общественные отношения и индивидуальные способы жизнедеятельности, преломляясь во внутреннем мире личности. Основным инструментом символично-семиотического проектирования служит формирование образов в пространстве урбанистической культуры. В основе символично-семиотического основания проектирования мегаполисов лежит идея символического воспроизводства культурного пространства урбанизированных форм через культурные практики. В рамках этого вида социокультурного проектирования образ мегаполиса выступает культурно-символическим конструктом, порождающим смыслы в индивидуальном и коллективном сознании, преломляясь в духовно-нравственном мире личности горожанина. В свою очередь, символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов предполагает ценностно-смысловое воспроизводство их культуры.

Во избежание углубления разрыва культурного пространства России необходима выработка единых принципов и общих механизмов формирования урбанистических образов, которые должно опираться на:

- стимулирование социального творчества горожан и их субъектности в жизни мегаполиса,

- формирование и укрепление городской коллективной идентичности населения,
- вовлечение жителей и туристов в культурную жизнь мегаполиса,
- укрепление локальной/региональной культурной традиции.

Цель символично-семиотического проектирования кроется в актуализации универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры при стимулировании развития (при учёте) местного, регионального колорита мегаполиса посредством формирования и реализации различных проектов.

Таким образом, оптимизация культурной политики видится в русле символично-семиотического проектирования, учитывающего в процессе осуществления проектов и программ факторы устойчивости и разнообразия. Мы полагаем, что символично-семиотическое проектирование в рамках культурной политики российских мегаполисов должно получить закрепление в федеральных документах в сфере культуры (в частности, в национальном проекте «Культура») путём

- актуализации в социокультурной составляющей, характеризующейся триадой «личность-культура-общество»,
- приоритетной ориентации на преодоление проблем разрозненности символично-семиотического пространства современных российских мегаполисов,
- включения в инструментализацию программ развития сферы культуры комплекса мероприятий, направленных на обеспечение устойчивости, целостности урбанистического культурного пространства России и его культурной многоликости.

Говоря о региональных практиках культурной политики, мы констатируем необходимость создания и реализации практикоориентированных проектов и программ, направленных на создание оптимальных условий для формирования городской коллективной идентичности жителей на основе актуализации ценностно-смысловой сферы

наднациональной российской культуры и социального творчества в пространстве урбанистической культуры.

Выявление необходимости символично-семиотического проектирования российских мегаполисов, нацеленного на актуализацию универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры при стимулировании развития местного, регионального колорита мегаполиса, предполагает осмысление символично-семиотического механизма культурных практик жителей современных российских мегаполисов.

Выводы по главе II

Таким образом, во второй главе исследования нами определено символично-семиотическое проектирование как инструмент культурной политики российского мегаполиса, обосновано направление оптимизации культурной политики российского мегаполиса на основе символично-семиотического проектирования.

Смысл городской коллективной идентичности заключается в открытии в себе личностью горожанина глубинной включённости в общество, осознание себя как субъекта урбанистической культуры. Структура городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов представлена двумя уровнями: наднациональными/цивилизационными ценностями и смыслами и локальной/региональной спецификой урбанистического социокультурного пространства.

Проведённый нами анализ показал, что за границами внимания федеральных документов сферы культуры и региональных практик остаётся осмысление сущностных основ наднационального/цивилизационного уровня формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, обнаруживающего себя, в частности, в пафосе служения, неутилитарном отношении к миру. В свою очередь, именно эти характерные особенности российской культуры определяют процесс духовного, культурного, национального самоопределения горожан, без которого невозможно противостоять внешним и внутренним вызовам и добиться успеха в глобальной конкуренции.

Ввиду этого мы полагаем, что акцент на ценностно-смысловой системе российской наднациональной культуры обладает колоссальным потенциалом воздействия на укоренение россиян в своей истории и культуре, в ценностях и традициях, что способствует укреплению чувства единого народа и городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов на основе сопричастности судьбе страны.

Процесс формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на такой глубинной сопричастности горожан пространству своего бытия, не поддаётся количественной характеристике. Это соответствует новому подходу к государственной культурной политике, который акцентирует внимание на качественных показателях деятельности учреждений культуры, выражающих духовно-нравственное и эмоционально-интеллектуальное развитие личности.

Задача конструктивного влияния на горожанина и обнаружения позитивной динамики в его личности в процессе формирования городской коллективной идентичности является вызовом как для учреждений культуры, так и для системы управления в сфере культуры в целом. Формирование городской коллективной идентичности жителей мегаполиса, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому бытию, социальном доверии, предполагает творческое отношение горожан к окружающему миру, выход человека за свои пределы в форме целеполагания, конструирование некоего идеального образа личности, городского сообщества и мегаполиса в целом. Такое обращение к идеальному образу лежит в основе самой культурной деятельности, смысл которой заключается в «улучшении» и преобразовании окружающего мира, что обуславливает необходимость осмысления путей оптимизации культурной политики современных российских мегаполисов на основе проектного подхода.

Проектирование знаково-символического пространства современных российских мегаполисов, фиксируя некое идеальное состояние личности горожанина, урбанистической культуры и городского общества, оказывается вынесенным за пределы реального бытия и задает мировоззренческую и онтологическую перспективу жизни.

Символично-семиотическое пространство мегаполиса – это, во-первых, выраженный в метафоричной форме результат освоения и отражения человеком окружающего мира, то, какими личностными смыслами он наполнен для горожанина, результат интерпретации человеком фактов своего

бытия (и в этом заключается «внутренний» образ), а во-вторых, это то, каким мегаполис воспринимается человеком «извне» на уровне эмоций, чувств, устойчивых словесных клише-характеристик и т.д. (в этом суть «внешнего» образа мегаполиса). «Внутренний» и «внешний» образ представляет собой результат интеграции личностью символично-семиотических элементов урбанистического пространства в свой субъективный образ.

Необходимо отличать символично-семиотическое проектирование от имиджа территории как технологии городского маркетинга.

Усиливая нелинейность и фрактальность городского пространства, «интересное» способно существенным образом влиять на культурную среду города и на восприятие его текста в целом. С одной стороны, стягивая его в целостность, к примеру, за счет историко-культурного наследия, вписывающегося в современное пространство городской территории с его архитектурой и событийно-коммуникативным рядом. С другой, инициируя появление «интересного» от обратного – от проблемной среды города к «интересному», как стимулу к разнообразию, где не последнее место занимают постмодернистские приемы тиражирования симулякров и усиления влечения к ним. В обоих случаях метафизика города распадается на мелкие фрагменты, усиливая эклектичность среды.

Говоря о символично-семиотическом проектировании мегаполиса, мы намеренно уходим от понятия «имиджевая политика», при этом понимая: несмотря на то, что цели имиджевой политики и символично-семиотического проектирования разные, их инструменты (средства), касающиеся стимулирования социальных коммуникаций, формирования «интересного» в культурном пространстве мегаполиса, могут быть схожи.

Символично-семиотическое проектирование мыслится нами разновидностью социокультурного проектирования. Однако это обозначение носит условный характер, поскольку при символично-семиотическом проектировании объект социокультурного проектирования, с одной стороны, сужается от отношений (и их форм) социума и культуры (в рамках

социокультурного проектирования культура рассматривается как духовная и материальная среда обитания человека) до их знаково-символических отражений, но, с другой стороны, и расширяется, поскольку в образах фиксируется некое идеальное состояние культуры, динамичное и не всегда улавливаемое рациональным пониманием. Мы полагаем, что символическо-семиотическое проектирование – это проектирование другого культурного порядка.

Будучи видом социокультурного проектирования, символическо-семиотическое проектирование как проектирование знаково-символического пространства мегаполиса, опирается на принципы первого. Однако экстраполяция этих принципов на управление символическо-семиотическим разнообразием современного российского мегаполиса задаёт новые способы их действия. К числу принципов символическо-семиотического проектирования мы относим:

1. принцип «критического порога модификации» (символическо-семиотическое проектирование предполагает не жёсткое управление процессами создания, воспроизводства и циркуляции тех или иных образов, знаков и символов в пространстве мегаполиса, но поддержку самоорганизующейся системы его культуры);

2. принцип оптимизации «зоны ближайшего развития» личности (центральным звеном символическо-семиотического проектирования является создание условий для комфортной, интересной жизни горожанина в мегаполисе, его самоидентификации с пространством своей жизнедеятельности, обретения им устойчивости и целостности своей личности);

3. принцип персонифицированности процесса и результатов проектирования (сущность символическо-семиотического проектирования заключается в создании и насыщении урбанистического символическо-семиотического пространства теми или иными образами, символами и знаками, за которыми стоят определённые ценности, смыслы и значения; они

носят субъективный характер и во многом определяются личностью и обществом, поэтому субъектами символично-семиотического проектирования выступают сами горожане, городские сообщества и общество в целом);

4. принцип оптимальной ориентации на традицию и новацию (определяет культурную динамику, соразмерность процессов сохранения традиционных для той или иной культуры образов и символов и их изменения, трансформации);

5. принцип проблемно-целевой ориентации (выявление имеющихся проблем символично-семиотического пространства мегаполиса, корректной, актуальной ситуации проблематизации, адекватном целеполагании и инструментализации, отвечающей поставленным целям и задачам).

Доверие, чувство сопричастности, ответственность за пространство своего бытия лежат в сфере высших ценностей, которые закреплены в ценностно-смысловом универсуме отечественной культуры. В этой связи мы полагаем, что методологически символично-семиотическое проектирование включает два уровня, отражающихся в целеполагании конкретных практических проектов и программ. Первый и общий уровень – цивилизационный/надгосударственный, обеспечивающий сохранение и развитие российского «культурного кода». Он является главным условием развития и совершенствования не только личности, но и общества. Наднациональные ценности, закреплённые в традиционных образах, способствуют укоренению личности в структуре корневой национальной культуры, помогают воспринимать традицию не столько как культурный феномен, а сколько как сложное социальное отношение, посредством которого человек осуществляет коммуникацию в обществе. В программировании этот уровень может быть представлен в виде актуализации символов служения, бытийных ценностей, русского языка как государственного. Второй (и более частный) уровень символично-семиотического проектирования – локальный/региональный. Он направлен

на «высвечивание» культурных, социальных, исторических и иных особенностей того или иного мегаполиса.

Человек, приобщаясь к урбанистическому пространству своего бытия, восстанавливает свою личную духовную культуру, представляющую собой духовно-нравственную систему. Благодаря восстановлению и развитию личностью горожанина своих субъектных свойств и способностей он приобретает мотивацию к узнаванию, освоению и преобразованию действительности, т.е. творческое отношение к ней.

В процессе символично-семиотического проектирования российских мегаполисов необходим учёт факторов, обеспечивающих устойчивость и целостность урбанистического культурного пространства (условно обозначим его как «фактор устойчивости») и его многоликость (фактор «разнообразия»).

Символично-семиотическое проектирование можно рассматривать как технологию, суть которой заключается в том, что знаки и символы проектируют социокультурную реальность, моделируют общественные отношения и индивидуальные способы жизнедеятельности, преломляясь во внутреннем мире личности. В основе символично-семиотического основания проектирования российских мегаполисов лежит идея символического воспроизводства культурного пространства урбанизированных форм через культурные практики, актуализации универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры при стимулировании развития местного, регионального колорита мегаполиса посредством формирования и реализации различных проектов.

Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов представляет собой организационную и управленческую деятельность субъектов городской культурной политики, нацеленную на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия.

Оптимизация культурной политики видится в русле символично-семиотического проектирования, учитывающего в процессе осуществления проектов и программ факторы устойчивости и разнообразия. Мы полагаем, что символично-семиотическое проектирование в рамках культурной политики российских мегаполисов должно получить закрепление в федеральных документах в сфере культуры путём

- актуализации в социокультурной составляющей, характеризующейся триадой «личность-культура-общество»,
- приоритетной ориентации на преодоление проблем разрозненности символично-семиотического пространства современных российских мегаполисов,
- включения в инструментализацию программ развития сферы культуры комплекса мероприятий, направленных на обеспечение устойчивости, целостности урбанистического культурного пространства России и его культурной многоликости.

Говоря о региональных практиках культурной политики, мы констатируем необходимость создания и реализации практикоориентированных проектов и программ, направленных на создание оптимальных условий для формирования городской коллективной идентичности жителей на основе актуализации ценностно-смысловой сферы наднациональной российской культуры и социального творчества в пространстве урбанистической культуры.

Выявление необходимости символично-семиотического проектирования российских мегаполисов, нацеленного на актуализацию универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры при стимулировании развития местного, регионального колорита мегаполиса, предполагает осмысление символично-семиотического механизма культурных практик жителей современных российских мегаполисов.

ГЛАВА III. КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ СИМВОЛИКО-СЕМИОТИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ МЕГАПОЛИСОВ

3.1. Символично-семиотический механизм культурных практик российских мегаполисов

Практика в самом общем виде представляет собой любую деятельность человека, в узком смысле – его предметную деятельность. Согласно признанному пониманию структуры практики как философской категории, она обладает следующими элементами: целью, целесообразной деятельностью, средствами практики, объектом практического действия и результатом действия.

Практика всегда целесообразна, она рождена несоответствием между наличным бытием и потенциальным, к которому стремится субъект (личность, общество). Это стремление может быть направлено на достижение не только конкретного предмета, но и абстрактного, идеального состояния или образа, не ограничивающегося внешними пределами. Характер, глубина, широта цели определяется тем, в какой степени субъект практики наделяет личностными смыслами проблемную область. Эта устремлённость выйти за границы фактического к некому возможному образу придаёт практике внутреннюю напряжённость и динамику.

Действия и силы человека и общества, прикладываемые к достижению цели, составляют второй структурный элемент практики – деятельностный. Эта деятельность представляет собой символ цели.

Инструменты, с помощью которых субъект практики осуществляет деятельность, составляют её третий структурный элемент – средства, которые в зависимости от цели и желаемого образа могут быть как материальными, так и нематериальными (духовными, интеллектуальными, творческими и иными).

Будучи деятельностью, практика имеет пространственно-временное измерение, т.е. она развёртывается во времени и пространстве и состоит из решения практических задач, направленных на достижение цели (идеального образа). Эстафета последовательных действий составляет деятельную жизнь субъекта.

Результат действия – элемент, увенчивающий структуру практики, – позволяет обобщить полученный опыт. Во многом от осмысления и интерпретации субъектом полученных результатов зависит понимание, достигнута ли цель, произошло ли приближение к идеальному образу или состоянию. В последнем случае полученные результаты поднимают субъекта на новый уровень осмысления и видения проблемной ситуации, определяющей исходную цель, расширяет её горизонты и углубляет её.

Практика имеет множество форм, обусловленных разнообразием человеческой деятельности. Так, практики бывают экономическими, политическими, языковыми, социальными и т.п. В контексте настоящего исследования мы будем анализировать культурную практику, структура и сущность которой, однако, определяется общим, присущим всем формам практики как философской категории.

Сущность культурных практик в самом общем виде заключается в процессе приобретения и воспроизводства личностью социокультурного опыта путём инкультурации (освоения и присвоения ценностно-нормативной системы той или иной культуры). В этом смысле можно сказать, что культурные практики, являясь способом реализации бытия человека в пространстве культуры, раскрывают его представления о самом себе, окружающем мире, отражают его самоидентификацию. Иначе говоря, культурные практики заключают в себе символическое отражение мировоззрения личности, способы и принципы освоения ею окружающей действительности.

В контексте настоящего исследования поиск решений рассматриваемой нами проблемы формирования городской коллективной идентичности

жителей современных российских мегаполисов, основанной на их глубинной причастности урбанистическому развитию и пространстве своего бытия, востребует уточнения типов культурных практик.

С этих позиций представляется необходимым типологизировать культурные практики в соответствии с этапами формирования городской коллективной идентичности. Обозначим, что понятие «культурные практики» характеризует процесс инкультурации – «освоения символического пространства, связанного с этим статусом, и всей организации общественных отношений, её исторической детерминированности, выраженной в национальной культуре»¹. Мы полагаем целесообразным обозначить следующие культурные практики российских мегаполисов:

- культурные практики узнавания,
- культурные практики освоения,
- культурные практики преобразования.

Остановимся подробнее на каждом типе данных культурных практик и выявим их специфику.

Культурные практики узнавания

Культурные практики узнавания связаны с сознательной деятельностью горожан, в ходе которой происходит «считывание» городского культурного текста, знакомство с «деталью» урбанистической культуры. Исследование таких элементов ткани мегаполисной культуры находится в фокусе внимания микроурбанизма (О. Брендникова, О. Запорожец²) – подхода, предполагающего концептуальное, детализированное исследование урбанистического пространства, его отдельных аспектов, частей и культурных практик – словом, его «микрооптику». Деталь, по

¹ Выгузова Е.В. Элитарные клубы в культурном пространстве России конца XVIII-начала XX вв. : диссертация ... кандидата культурологии. – Екатеринбург, 2005. – 173 с.

² Микроурбанизм. Город в деталях / Сб. статей; под отв. редакцией О. Брендниковой, О. Запорожец. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 352 с.

мысли авторов подхода, «отсылает нас к творческому производству города»¹, способствуя стимулированию мотивации горожан узнавать свой мегаполис – пространство своей жизни. Однако микроурбанизм применяется исследователями только по отношению к тем деталям, которые представляют собой материальные объекты (любовные замочки, блошиные рынки, граффити и др.). Это, на наш взгляд, существенно ограничивает данный подход, поскольку также значимыми частями культурного пространства мегаполиса являются концерты, фестивали, мастер-классы, флешмобы, культурные акции, даже ароматы и запахи, витающие в том или ином месте города и т.д. – словом, социокультурные мероприятия, выступающие важнейшими культурными практиками мегаполиса.

Для примера рассмотрим такую важную микроурбанистическую деталь городского культурного пространства, как его цветовой рисунок: цвета зданий, колористику элементов культурного ландшафта и т.д. Цветовое исполнение города видится одним из способов визуальной коммуникации человека и мегаполиса: каждый цветовой знак имеет разные по глубине уровни значения, которые раскрываются в зависимости от места и времени. Как полагает Ю.А. Грибер, цветовая репрезентация по своей сути динамична, поскольку «смыслы и значения, характерные для цветовых знаков, подвижны, со временем испытывают существенные смещения и, как следствие, обретают новые интерпретации»². Именно поэтому большинство цветовых образов минувших лет уже забыты: не обладая сейчас некогда актуальными смыслами, они не могут производить прежнего впечатления. Даже если реставратор с высокой точностью воспроизводит цвет архитектурного объекта, последний уже не выглядит так, каким он был для современников. Восстановленный таким образом цвет утрачивает главные качества, и мы получаем лишь образ, в котором с течением времени

¹ Там же. – С. 24.

² Грибер Ю.А. Теория цветового проектирования городского пространства. – М.: Согласие, 2017. – С. 39.

изменилось самое главное – «его смысл, концепт, его идея»¹. Ярким примером, подтверждающим тесную связь цветовых символов и ценностей определённого исторического типа культуры, служит факт, что большинство государственных зданий в городах России преимущественно жёлтого цвета (например, до перекраски таким был петербургский Эрмитаж, что породило образ «жёлтого Петербурга» Достоевского): именно этот цвет замещал золотой – символ божественного начала – и связан с образом «короля-солнца». Традиционно именно жёлто-золотые оттенки метафорически артикулировали значимость достигнутого Российской Империей.

Кроме того, значение цвета в процессе символично-семиотического проектирования раскрывается и в том, что Петербург в XVIII веке был призван стать новой столицей, возведённой по европейскому образцу, и для этого в качестве основного материала было выбрано не привычное дерево, а камень. Связанное с этим цветовое решение города было глубоко символичным: контрастно выделяя Петербург на фоне «деревянной» Руси и в то же время сближая его с городами Западной Европы, цвет камня должен был стать символом обновления, прогресса и развития.

Цвет способен наполнять городской культурный ландшафт теми или иными смыслами и значениями, в зависимости от заданной социокультурной ситуации, а значит, он выступает инструментом проектирования урбанистического образа. Так, цвет в мегаполисе способствует формированию интереса горожан к городу (его истории, традициям, мифам и т.д.), становясь важным элементом культурных практик узнавания (например, краеведческих экскурсий и квестов).

Культурные практики узнавания имеют не только пространственные формы (визуальные элементы ткани городской культуры), но и временные и пространственно-временные. К числу последних относится практика посещения городских социокультурных мероприятий, событий, акций, фестивалей и т.п.

¹ Там же. – С. 44.

Городские культурные события (например, фестивали классической музыки), выполняющие определённые воспитательные, эстетические и аксиологические функции, также направлены на привлечение граждан к жизни мегаполиса, поэтому зачастую включают в себя сопутствующие мероприятия, которые вызывают особый интерес людей к определенным исполнителям, группам и/или событию в целом. Такими мероприятиями служат и различные тематические мастер-классы, и открытые уроки, и конкурсы, и викторины, и иные мероприятия, объединённые одной темой и сверхзадачей.

В качестве примера можно привести цикл культурных события Года П.И. Чайковского в России, приуроченного к 175-летию композитора, прошедшего в 2015 г. Он стал знаковым проектом, который был одобрен на федеральном уровне. По сути, данный проект явился музыкальным массовым празднеством национального типа, включающим в себя множество региональных событий-фестивалей, культурных акций, отсылающих аудиторию к юбилейной дате. Осуществление данного проекта можно назвать серьезным фактором, способствующим вовлечению граждан в культурную жизнь и в конечном итоге укреплению их национального самосознания. Идея этого масштабного мероприятия была закреплена в 2012 г. на Указом Президента Российской Федерации «О праздновании 175-летия со дня рождения П.И. Чайковского».

Тем «интересным», привлёкшим огромную аудиторию к празднованию Года П.И. Чайковского и культурной жизни России и своего города, стали самые разнообразные мероприятия, в т.ч. гастроли концертных организаций, усиливших популярность творчества гениального русского композитора. «Интересное», будь то исполнители мирового уровня, либо форматы и исполнительские интерпретации участников концертов, послужило фактором, который способствовал активизации общественной и культурной жизни многих урбанистических пространств России. В свою очередь это оживило культурное пространство, способствовало формированию

социального единства. Кроме того, цикл проведённых мероприятий, вызывающих интерес у слушателей (российских и зарубежных), активизировал региональную экономику, способствовал созданию туристически привлекательного его образа.

Другим примером, раскрывающим фестивальную деятельность как культурную практику узнавания, является международный оперный фестиваль «Rossini Opera Festival», который проводится в Пезаро, городе в итальянском регионе Марке. Фестиваль проводится, как правило, в августе и продолжается в течение двух-трёх недель. Он имеет общегосударственное значение: 13 августа 1993 года итальянский парламент единогласно принял закон № 319 о поддержке оперного Фестиваля Россини Министерством культуры, тем самым признавая творчество композитора неотъемлемой частью итальянского культурного наследия. Фестиваль опирается на научное сотрудничество Фонда Россини и является членом Opera Europa¹. Фестивальная программа постоянно пополняется редко исполняющимися постановками произведений Россини. Кроме того, на фестивале проходят вокальные вечера (*concerti di belcanto*). Последние годы в афише мероприятия появляются такие шедевры духовной музыки, как «Маленькая торжественная месса», «Stabat Mater», «Messa di Gloria». С момента основания художественное руководство оперного фестиваля осуществляет Альберто Дзедда, выдающийся итальянский дирижер и музыковед, признанный во всем мире эксперт творчества Россини. Высокий уровень исполнения музыкальных шедевров, солидный и статусный состав талантливых участников и организаторов – всё это наряду с качественным инфраструктурным обеспечением фестиваля создаёт условия для приобщения горожан к мировому музыкальному культурному наследию и одновременно к своему городу, его культурной жизни.

¹ Официальный сайт Rossini Opera Festival. / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rossinioperafestival.it> (дата обращения: 24.06.2016).

Итак, культурные практики узнавания имеют множество форм и проявляются как в визуальных образах-знаках текста городской культуры, так и в культурных событиях разного уровня и направленности.

Однако в этой связи важно отметить, что такие культурные практики должны быть насыщены понятными, ясными и в то же время глубокими с точки зрения ценностного содержания образами, вызывающими у жителей мегаполиса эмоционально-чувственный отклик. Эти образы должны нести информационно-просветительский компонент (транслировать, например, историю государства и региона, этнографические особенности, фольклор народов России и местный фольклор, городские мифы и истории, городские символы, знаковые места и др.), который содействует пополнению знаниевого багажа горожан. Такие культурные практики, вызывающие внимание жителей и вовлекающие их в жизнь мегаполиса, обладают ресурсом закрепления ассоциации не только с национальной культурой в целом, но и с пространством организации мероприятия. Так, культурные практики становятся частью образа мегаполисного пространства.

Культурные практики освоения

Смысл культурных практик освоения горожанином урбанистического пространства своего бытия заключается в том, что процесс осмысления им образности и знаковости пространства своего бытия близок его саморефлексии: чем большими символами и знаками наполнено для человека то или иное пространство, тем глубже и устойчивее его самоидентификация с ним. Поэтому освоение связано с наполнением человеком пространства своей жизни личностными смыслами, эмоциональной включённостью в окружающий мир. Такие культурные практики могут включать в себя посещение музеев, выставок, социальные и межкультурные коммуникации (как в реальном, так и в виртуальном пространстве) и т.д. Таких культурных практик множество. Пространством их развёртывания и следствием освоения урбанистического пространства в современных мегаполисах становятся

культурные ландшафты. Они наиболее полно выражают идею освоенности природы человеком и его присутствия в ней.

Культурный ландшафт в самом общем виде представляет собой земное пространство, включающее все присущие ему природные и антропогенные компоненты. Исследование его феномена восходит к началу XX века. Родоначальником этого понятия принято считать Л.С. Берга, обозначившего им в 1915 году все ландшафты, подвергшиеся целенаправленному изменению человеком или искусственно им созданные. На сегодняшний день в географических, филологических, социальных, политических науках существует немало определений этого феномена. С точки зрения культурологии, интересным также представляется взгляд В.Л. Каганского, считающего, что культурный ландшафт представляет собой «земное пространство, жизненную среду довольно большой социальной группы, если это пространство одновременно цельно и дифференцировано, освоено утилитарно, семантически и символически»¹. Идея символического освоения пространства также находит отражение в трудах О.А. Лавреновой, считающей, что «постижение ландшафта как сложного понятия происходит через метафоры (...) Ландшафт может выступать как концепт, структурирующий целый ряд абстрактных фреймов (гештальтов) в ментальности культуры»². Иначе говоря, формирование культурного ландшафта мегаполиса осуществляется вследствие осуществления горожанами культурных практик освоения (например, создание граффити и стрит-арт). Личностные ценности, смыслы и значения жителей мегаполиса развёртываются в культурных ландшафтах, формируя тем самым живое символическо-семиотическое пространство урбанистической культуры.

Благодаря соединению разных стилей и символических антиномий в целом в культурном поле мегаполиса и общественном пространстве в частности (традиционные формы – современные, дерево – цемент и т.д.)

¹ Каганский В.Л. Ландшафт и культура // Общественные науки и современность. — 1997. — № 1. — С. 134 – 145.

² Лавренова О.А. Культурный ландшафт как метафора // Философские науки. – 2010. – № 6. – С. 92.

рождается метафорика и образность современного мегаполиса, символически репрезентирующая сложность урбанистической культуры. Эти различия конструируют локальный образ, являются причиной дифференциации и упорядочивания его элементов.

Культурные практики преобразования

Культурные практики преобразования направлены на стимулирование творческого сознания горожан, побуждение их к активному действию, запуская тем самым процессы социальной самоорганизации, спонтанность. При таком конструировании реальности проектировщиками используются проективные методики, предполагающие конкретные результаты (например, изменения в самоидентификации горожан, моделях и способах жизнедеятельности, социальных взаимодействиях и т.п.). Однако знаки и образы, транслируемые в культурных практиках, могут быть интерпретированы горожанами по-разному в силу смыслопорождающего характера культуры. Это, в свою очередь, способно войти в противоречие с теми смыслами, которые изначально были заложены, что может привести к недоверию социума к власти и проводимым преобразованиям, росту протестных движений, конфликтов внутри общества и расшатыванию основ самоидентификации индивида как горожанина. Так, поскольку спонтанность – это, с позиций синергетической модели, всегда «бифуркация в семантическом топосе, прорыв к новым смыслам»¹, результаты её не всегда однозначны. Момент творческого вдохновения, рождаемый спонтанностью и рождающий её, как писал Ю.М. Лотман, есть «сильно неравновесная ситуация, исключая однозначную предсказуемость развития»². Ввиду этого при осуществлении культурных практик преобразования необходимо, с одной стороны, тщательное осмысление и предугадывание возможных способов «прочтения» моделируемого текста культуры горожанами и городским сообществом в целом, а с другой – закладывание конкретных,

¹ Лесков Л.В. Человек в ритмах истории и проблема современного человека как исторического субъекта // Мир психологии. – № 1 (33). – 2003. – С. 263.

² Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – С. 166.

непротиворечивых смыслов, направленных на актуализацию ценностно-смысловой сферы личности.

В целом, посредством культурных практик этого типа человек выражает своё творческое отношение к окружающей действительности, он становится творцом и субъектом урбанистической культуры, реализуя себя в обществе и созидая во имя его. Среди культурных практик преобразования – творческая деятельность в рамках различных видов искусства (в том числе и на самодеятельном уровне), активное участие (в том числе в статусе организатора) городских акций и культурных событий, действия по улучшению окружающей среды, и многие другие.

Показательным примером этого служит осуществляющаяся в 2018-2019 годах реконструкция Казанской набережной в Туле, где сейчас на месте унылой промзоны и ветхой застройки исторического центра города создано общественное пространство, включающее сохранение вековых тополей вдоль русла реки, современную брусчатку для прогулочной зоны, обустройство интерактивных площадок и уютного парка, возведение целого музейного квартала и организацию безопасной пешеходной зоны вдоль Тульского Кремля по улице Metallistov. Этот центр притяжения местного сообщества и гостей города выступил драйвером развития всей территории Тулы: здесь проводятся разнообразные музыкальные концерты, культурные и спортивные акции и т.д. Огромный интерес граждан к обновлённой современной набережной подтверждается большим количеством постов с фотографиями и обширными комментариями в социальных сетях с хэштегом #ТульскаяНабережная. Подобные примеры уже не столь единичны, даже по сравнению с десятилетием назад.

Можно сказать, что в основе культурных практик преобразования лежит социальное творчество, превращение деятельности горожан в пространстве мегаполиса «из репродуктивной предметно-вещной манипуляции орудиями и предметами труда в креативно-инновационный

процесс»¹ благодаря наполнению горожанином деятельности высшими смыслами духовного бытия.

С этой позиции мы согласны с позицией Н.П. Царёвой, которая полагает, что социальное творчество по природе своих действий побуждает личность к самоанализу, преодолению в себе тех качеств, которые мешают её саморазвитию. Кроме того, оно способствует углублению и расширению ценностно-смысловых сфер личности, что создаёт оптимальные условия для самореализации человека². Иными словами, «социальное творчество представляет собой преобразование окружающей среды и активное отношение к действительности»³.

Необходимо отметить, что представленная типология культурных практик является условной и примерной, она не жёстко структурирована и допускает взаимопересечения, так как одна и та же культурная практика для разных людей, обладающих разным мировосприятием, жизненным опытом, культурным багажом, будет иметь разное значение (к примеру, для школьника посещение краеведческого музея – это шаг на пути постижения родного города, а для сотрудника – культурная практика преобразования). Главное отличие в проявлении и закреплении культурных практик – это доминанты социокультурного пространства, способствующие и порой и обуславливающие формирование городской коллективной идентичности. Данная типология культурных практик является условной и примерной.

Рассмотренные культурные практики, как мы обозначили выше, направлены на формирование городской коллективной идентичности жителя российского мегаполиса, опирающейся на субъективный образ горожанина урбанистического пространства своего бытия. Ввиду этого представляется

¹ Лазутина Т.В. Духовная основа социального творчества личности : автореферат дис. ... кандидата философских наук. – Красноярск, 2010. – С. 8.

² Царёва Н.П. Социальное творчество как современная форма реализации идей коммунарской педагогики // Карминские чтения-2013: Материалы международной научно-практической конференции «Философия, психология, педагогика развития социальной активности и творчества личности» 5-7 ноября 2013 г. – СПб.: Айсинг, 2013. – С. 77-83.

³ Еремина Л.И. Влияние групповой креативности на социальное творчество студентов в Поволжском регионе: монография. – Ульяновск: ФГБОУ ВПО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова», 2014. – С. 30.

интересным проанализировать средства проектирования урбанистической образности (символико-семиотического пространства), которые одновременно являются и средствами культурных практик узнавания, освоения и преобразования. Эти средства мы условно разделяем на шесть групп в зависимости от сфер их применения и реализации:

- ландшафтные,
- топонимические,
- исторические,
- литературные,
- культурологические,
- средства массовой информации.

Ландшафтные ресурсы направлены на наполнение территории мегаполиса определёнными смыслами. Главную роль здесь играет рельеф и природные особенности местности (так приобрели всем известный символизм «каналы Петербурга», «венский лес», «лондонские туманы»). Например, природный ландшафт крупного российского города Саратова интересен с нескольких точек зрения: во-первых, рельеф определил исходную планировочную структуру города, а во-вторых, гидрография, почвы и растительность заложили ресурсную базу городского организма. Выразительность рельефа, порождающая образ города у полноводной реки в окружении гор, нашла отражение в произведениях литературного и изобразительного искусства. Становится очевидным, что ландшафтный символико-семиотический ресурс является первичным и поэтому он влияет на все остальные виды инструментов формирования образности урбанистического пространства.

Обширную группу составляют топонимические ресурсы российских мегаполисов, символико-семиотический потенциал которых кроется в географических названиях, их происхождении, значении, развитии, написании и произношении. То, как топонимы, находящиеся в логическом дисбалансе между собой, формируют нецелостное символико-семиотическое

пространство мегаполиса, идентификация горожанина с которым как результат имеет препятствия, можно проследить на примере Казани. Так, Петербургская и Ленинградская – это две разные улицы; остановка общественного транспорта «1 Мая» располагается далеко не на площади 1 Мая; Парк Победы находится так же не на проспекте Победы. Интересно и то, что в Казани четыре дамбы, считая от Волги: первая – «Кировская», вторая – «Ленинская», третья – «Миллениум», четвертая же называется «Третья». Неясным является и то, что в Московском районе этого мегаполиса расположена улица Вахитова, а в Приволжском – площадь Вахитова, на которой памятник самому Вахитову отсутствует (он находится на площади Тукая). Думается, такая символично-семиотическая неструктурированность пространства в топонимическом ресурсе тесно связана с историческим ресурсом формирования образности города, поскольку история задаёт урбанистической культуре, кто является идеальным «героем» – лицом времени и места.

Наиболее яркое воплощение исторический символично-семиотический ресурс приобретает, как правило, в официальной символике, транслирующейся на многочисленных культурных мероприятиях, афишах и т.д. Так, например, герб города Москвы, отсылающий нас к мифическо-историческому событию, основополагающему для Москвы, размещается на всех атрибутах мероприятий, организованных «при поддержке Правительства Москвы».

Исторические этапы развития города совпадают, по мысли Ю.В. Ключковой¹, с развитием образа города в литературе (литературном символично-семиотическом ресурсе). Проследим эту мысль на примере Екатеринбурга. Он впервые упоминается в текстах, датированных XVIII веком в качестве комментариев к картам и чертежам, техническим описаниям, письмам, рукописям и проч. В них отражается особенность

¹ См.: Ключкова Ю.В. Образ Екатеринбурга/Свердловска в русской литературе (XVIII – середина XX вв.) : Дисс. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2006. – 243 с.

становящегося города как завода-крепости, описывается становящееся по заранее определённом плану поселение. В этих текстах закреплены основные символы Екатеринбурга: завод, камень и золото. Первой попыткой перевода объективной реальности Екатеринбурга в художественный образ явилось произведение А. Лоцманова «Негр, или Возвращенная свобода» (1823), в котором город иносказательно представлен как Бразилия, где невольники добывают алмазы на приисках. Широкий спектр представлений о Екатеринбурге в середине XIX века отражён и в произведениях Д.Н. Мамина-Сибиряка, где на первый план выходят проблемы борьбы уникально-специфического и провинциального в образе города.

Одну из динамично развивающихся групп символично-семиотических ресурсов представляют собственно культурологические ресурсы, к числу которых относятся разнообразные культурные акции и события, социокультурные мероприятия, обрядово-праздничная культура, различные формы организации культурной жизни населения, культурные проекты и программы и др., направленные на формирование образа городского пространства.

Наглядно эту мысль иллюстрирует образ Северной столицы как «культурной столицы России», закреплённый в государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы, где указано, что первоочерёдной задачей культурной политики мегаполиса является формирование имиджа культуры как основного конкурентного преимущества региона. Реализация этого предполагается в рамках соответствующей подпрограммы («Имидж Санкт-Петербурга»), основным инструментом которой выступает, как обозначено в программе, проведение крупномасштабных мероприятий общенационального и международного значения, посвящённых значимым событиям отечественной и мировой культуры, а также мероприятий по развитию международного и межрегионального сотрудничества в сфере

культуры¹. В их число входят общедоступные классические концерты на центральных площадках города, детские программы, программы для молодёжи в виде концертов современных исполнителей, рок-программы, а также специальные программы для горожан старшего поколения, семейные программы и др. Одними из главных брендовых петербургских мероприятий, привлекающих как жителей многих российских городов, так и зарубежных гостей, являются общегородской фестиваль «Музыка на Неве», Санкт-Петербургский речной карнавал, ежегодный праздник выпускников петербургских школ «Алые паруса», Санкт-Петербургский международный писательский форум «Литературная Евразия» и др. Важно отметить, что благодаря символам и знакам, заложенным в концептуальном образе мероприятия, наиболее действенно осуществляется приобщение горожан к культурному достоянию региона, стимулирование социального творчества, создание условий для раскрытия творческого потенциала жителей, увеличение туристического потока в мегаполиса. Однако, думается, символы и знаки в рамках конкретного образа культурного мероприятия должны быть непротиворечивыми, укладываться в единую, целостную ценностно-смысловую канву, восходить к высшим основаниям человеческого бытия, способствовать раскрытию лучшего в человеке.

Отдельную группу символично-семиотических ресурсов образуют средства массовой коммуникации и информации: телевидение, радио, газеты, журналы, Интернет. Именно они наделяют определёнными смыслами те или иные факты бытия жителей и гостей мегаполиса, интерпретируя события по-своему. Отдельно отметим, что ввиду цифровизации, активно осуществляющейся сегодня в сфере культуры, появляется множество новых форм культурных практик с использованием информационных технологий и виртуализации городского пространства. Так, мультимедийные выставки в

¹ Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы (утв. постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 17 июня 2014 года № 488) // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gov.spb.ru/law?d&nd=822403595&nh=0>.

общественных пространствах мегаполиса, световые шоу, воспроизводящие на знаковых архитектурных объектах и сооружениях исторические события, современную городскую жизнь, будущее, оцифровка книг и музейных коллекций и т.д. обладают колоссальным потенциалом воздействия на городское сообщество, способствуют мотивации горожанина к узнаванию и освоению пространства своего бытия в мегаполисе.

Средства массовой информации и коммуникации в большей степени, нежели другие символическо-семиотические ресурсы, способны транслировать городскому социуму образ будущего, который в значительной степени определяет конструирование наших представлений о прошлом. Согласованный в сознании общества образ своего будущего помогает глубже заглянуть в собственную историю и извлечь из нее конструктивные уроки, так как критерии прошлого всегда таятся в будущем. Образ будущего общества не может быть выведен ни политически, ни экономически, поскольку он имеет отношение к ценностным устоям самого общественного бытия, и в этом смысле определяет и политику, и экономику. Более того, можно думать, он способен содействовать преодолению социальной апатии и формированию душевного отклика и на значимые исторические события с помощью трансляции символов и знаков, побуждающих жителя мегаполиса к наполнению пространства его бытия личностными смыслами.

Актуализирует ту или иную совокупность символическо-семиотических ресурсов характер и сфера, целевая установка той или иной культурной практики в рамках хронотопа конкретного мегаполиса.

Итак, культурные практики обусловлены городской коллективной идентичностью жителей российских мегаполисов, их сопричастностью урбанистическому развитию. С одной стороны, данные практики выражаются в способах жизнедеятельности горожан в мегаполисе и их социальной коммуникации. В узком смысле в контексте представленной типологизации культурных практик на практики узнавания, освоения и преобразования мегаполисного пространства они нацелены на развитие

целостной, гармоничной личности. С другой стороны, культурные практики выражают всю совокупность сложившихся в городском социуме в конкретный исторический период устойчивых знаково-символических форм и практических действий, формирующих особое символично-семиотическое пространство мегаполиса.

Это определяет символично-семиотический механизм культурных практик, служащих в этом понимании главным и органичным инструментом символично-семиотического проектирования российских мегаполисов. В этой связи культурные практики как инструменты символично-семиотического проектирования призваны способствовать повышению вовлеченности горожан в урбанистическое пространство их бытия.

Однако каковы особенности этих культурных практик с позиций учёта наднационального/цивилизационного и локального/регионального уровней городской коллективной идентичности? Попытка ответить на этот вопрос лежит в центре внимания следующего параграфа.

3.2. Особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов

В целях формирования городской коллективной идентичности, направленной на воспроизводство человечности и социального доверия, мы полагаем, что культурные практики узнавания, освоения и преобразования (социального творчества) урбанистического пространства должны иметь две главные целевые ориентации («сверхзадачи»): во-первых, это обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры, и, во-вторых, способствование символично-семиотическому разнообразию урбанистического пространства. Они определяются наднациональным/цивилизационным и локальным/региональным уровнями городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов.

Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов – деятельность организационного и управленческого характера, направленная на изменение символично-семиотического пространства культуры города в целях формирования устойчивой городской коллективной идентичности жителей, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому пространству своего бытия. Символично-семиотическое проектирование как инструмент городской культурной политики осуществляется посредством культурных практик (способов человеческого бытия в урбанистической культуре): их управления и инициирования тех из них, которые направлены на формирование субъектного, творческого, созидательного отношения личности к окружающей деятельности.

В условиях сложности, противоречивости и открытости культурного пространства современного мегаполиса обретение горожанином устойчивости и целостности своей личности видится путём актуализации в

культурных практиках высоких образов российской культуры, в которых преобладают бытийные ценности добра, служения ближнему, доверия, неутилитарного отношения к действительности, и символов локальной, региональной культуры, «приближающих» человека к культурному коду урбанистического пространства своего бытия.

Акцентирование этих компонентов должно пронизывать все структурные элементы культурной практики: и её цель, и деятельность, и средства, и практические действия, и результат (здесь особую роль приобретает система критериев реализации символично-семиотического проектирования).

Актуализация ценностно-смысловой системы российской культуры в культурных практиках узнавания, освоения и преобразования, т.е. приобщение к аксиологической системе отечественной культуры может быть представлено как акт эстетической деятельности, результатом которой выступает эстетический опыт человека. Он понимается как «совокупность неутилитарных интуитивных отношений субъекта к действительности, имеющих созерцательный, игровой, выражающий, изображающий, декорирующий и т.п. характер. Он помогает человеку обрести свое место в Универсуме, ощутить себя частью природы, не сливающейся с ней, но обладающей своей личностной самобытностью и свободой в общей структуре бытия»¹. Иными словами, духовные основания российской культуры осваиваются в процессе глубинного контакта с её объектами: предметами, явлениями, отношениями, феноменами, ценностями и художественными произведениями. Этот контакт осуществляется в виде неутилитарного созерцательного восприятия объектов или их созидания. В любом случае человек обретает возможность выхода за границы утилитарной зависимости, обусловленной конкретными жизненными обстоятельствами,

¹ Бычков В.В. Эстетическая аура бытия. Современная эстетика как наука и философия искусства. – М.: Изд-во МБА, 2010. – С. 255.

ощущает свою причастность к духовным сферам бытия, переживает состояние личной свободы и полноты жизни.

Одной из основных сфер, обеспечивающих реализацию горожанином культурных практик, закрепляющихся в творческих актах, досуге, отдыхе и т.п., является социально-культурная деятельность, которая осуществляется в её институционализированных формах – учреждениях культуры.

Неоспоримой заслугой учреждений культуры является то, что они обеспечивают общедоступные, мобильные формы удовлетворения многообразных культурно-творческих потребностей жителей современных российских мегаполисов, формируя при этом базисную культуру личности в качестве некой целостности, которая включает в себя наиболее приемлемые устремления и ориентации, качества и свойства. Они позволяют личности развиваться гармонически, в соответствии с общечеловеческими ценностями. Социальная устойчивость личности зиждется на этом фундаменте базовой культуры личности. Однако для совершенствования и реализации своего творческого потенциала в урбанистическом социуме и в обществе в целом, горожанину важно в течение всей жизни получать новые навыки, приумножать свои знания, заниматься «творчеством» себя самого и окружающего мира, в котором социально-культурная деятельность представляет человеку широкие возможности для самообразования, творческой самореализации и духовного роста. Важная роль в самореализации и самообразовании, как полагает М.А. Ариарский¹, принадлежит непрерывному просвещению как целенаправленному, систематическому процессу привлечения личности к отечественному и мировому культурному наследию. В рамках настоящего исследования, представляется, главное внимание в культурных практиках символично-семиотического проектирования должно быть уделено социокультурному просвещению как основе формирования городской коллективной идентичности и способствования возникновению чувства общности горожан

¹ Ариарский М.А. Прикладная культурология. – СПб.: Эго, 2001. – 287 с.

на базе общего российского цивилизационного ценностно-смыслового поля. Однако очевидно, что данную проблему только лишь освоением и распространением знаний об истории, культуре, традициях и т.д. мегаполиса среди жителей решить не представляется возможным. Этот процесс должен выстраиваться на деятельностно-творческой основе самих горожан. Социально-культурная деятельность как общественно мотивированная деятельность по созданию, освоению, сохранению и распространению культурных ценностей позволяет сформировать эту основу, поскольку в её инструментарии имеется множество методов, способов, форм и средств стимулирования социальной активности как отдельной личности, так и городского социума в целом.

Исходя из того, что городская коллективная идентичность жителей мегаполиса складывается в результате знания истории, культуры, традиций своей страны и своего города, верности определённым исторически сложившимся духовным ценностям и традициям и т.д., отметим, что состояние коллективной идентичности достигается через созданную самим социумом социокультурную сферу, куда входит семья, субкультуры, дошкольные учреждения, школьные, средне-специальные, высшие учебные заведения, учреждения дополнительного образования, культурно-просветительные и культурно-досуговые и культурно-досуговые учреждения, средства массовой информации и проч. Формирование коллективной идентичности отдельного урбанистического сообщества возможно в достаточно короткий срок, в свой очередь, достижение социокультурной интеграции жителей мегаполиса в целом – длительный процесс, требующий усилий представителей всех этносов и национальностей, проживающих на территории российских крупнейших городов.

Принятие идеи формирования городской коллективной идентичности означает в нашем видении создание единого культурного, информационного и образовательного пространства на базе эстетической деятельности и

единых для всех наднациональных, цивилизационных ценностей и смыслов, в котором личности будет комфортно, она будет способна к проявлению межконфессиональной межкультурной и толерантности.

Целевой компонент культурных практик узнавания, освоения и преобразования, определяющихся эстетической деятельностью горожан в процессе символическо-семиотического проектирования, является определяющим, связывающим весь процесс формирования урбанистической коллективной идентичности. Цель заключается в формировании городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов путём формирования урбанистического образа: распространения знаний о мегаполисной культуре и российских цивилизационных культурных ценностях и возникновения эмоциональной причастности горожан к ним. Цель, в свою очередь, обуславливает разработку совокупности функций, принципов и задач.

Свойства и предназначенность эстетической деятельности к определённым конструктивным действиям, реализующей культуросозидающие возможности общества и стимулирующей культуротворческое развитие личности ярко проявляется в её функциях. В процессе формирования городской коллективной идентичности она нацелена на реализацию следующих функций:

- транслирующей (отвечающей за обеспечение целостности цивилизационных символов их воспроизводство);
- образовательно-воспитательной (складывание и развитие городского самосознания путём освоения цивилизационных ценностей, языка и культуры);
- дифференцирующей (выявление и учёт социокультурных интересов и запросов всех категорий и социальных групп граждан и проживающих на территории мегаполиса представителей различных этносов и национальностей);

- интегративно-коммуникативной (диалог и конвергенция урбанистического социума, представленного различными категориями и группами граждан, в рамках единого культурного пространства мегаполиса);
- информационно-просветительской (накопление, сохранение и распространения информации);
- преобразовательно-созидательной (вовлечение горожан в процесс создания ценностей культуры, в различные формы социального творчества);
- социокультурно-адаптирующей (инкультурация, адаптация к окружающей культурной среде).

С точки зрения целевого компонента («сверхзадачи») культурных практик узнавания, освоения и преобразования на уровне воспроизводства как наднациональной российской, так и локальной/региональной культуры, характер, содержание и формы эстетической деятельности предопределяются её принципами, «отражающими объективно-существующие, внутренне обусловленные, необходимые и устойчивые связи и отношения, складывающиеся в процессе консервации, интеграции и развития культурных особенностей мегаполиса»¹. К числу таких принципов можно отнести общие и специфические.

Общие принципы:

- добровольности и общедоступности эстетической деятельности;
- интеграции и дифференциации информационно-логического и эмоционально-образного воздействия на сознание, чувства и поведение разных групп жителей современных российских мегаполисов.

Специфические принципы:

- взаимодействия всех компонентов культуры (региональных, национальных);
- персонализации и социализации;

¹ Гульнева-Луговская Н.И. Формирование национально-культурной идентичности в поликультурном регионе средствами социально-культурной деятельности : на материале Российского эксклава на Балтике : диссертация ... кандидата педагогических наук : 13.00.05 / Гульнева-Луговская Нина Ивановна; [Место защиты: С.-Петерб. гуманитар. ун-т профсоюзов]. - Санкт-Петербург, 2012. – С. 145-178.

- культуросообразности и поликультурности;
- преемственности традиций.

Главным условием символично-семиотического проектирования российских мегаполисов является доступность (понятность), целостность и образность формы трансляции национально-культурных кодов, её символичность и метафоричность. При этом транслируемые культурно-художественные образы мегаполиса должны отвечать таким важнейшим психологическим параметрам социокультурного воздействия, как привлекательность, убедительность, значимость¹. Успешность реализации этого процесса имеет своим следствием в рамках урбанистической среды стимулирование социального творчества в контексте российской культуры – общественной деятельности людей, связанной с осуществлением соответствующих социальных проектов и инициатив. Оно предполагает индивидуальное и групповое участие в различных формах общественного самоуправления и самоорганизации в сфере культуры, досуга и спорта мегаполиса, работу в составе инициативных групп по подготовке и проведению досуговых и общественно-значимых программ национальной тематики.

Возможность самопрезентации, раскрытия своего творческого потенциала в рамках таких культурных практик вызывает у горожан эмоционально-чувственный отклик, а их информационно-просветительский компонент (история государства, этнография, фольклор народов России, городские мифы и истории, городские символы, знаковые места и др.) содействует пополнению знаниевого багажа. Это могут быть различные городские культурные события, посвящённые отечественной культуре, обычаям, традициям, русскому языку, вызывающие широкое внимание и вовлечённость большого числа жителей: они обладают ресурсом закрепления

¹ Об этом см. подробнее: Вайсера К.И. Психология социально-культурной деятельности в Вооруженных Силах Российской Федерации : Дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.03, 19.00.05 Москва, 2003. – 409 с.

ассоциации как с национальной культурой в целом, так и с пространством организации мероприятий.

Исходя из вышесказанного, символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов представляет собой организационную и управленческую деятельность субъектов городской культурной политики (горожан, урбанистических сообществ, органов власти), нацеленную на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия. Инструментарием символично-семиотического проектирования служат культурные практики – способы человеческого бытия в урбанистической культуре, направленные на актуализацию ценностно-смысловой сферы отечественной культуры и региональных социокультурных особенностей, местной культурной самобытности. Такие культурные практики условно можно разделить на культурные практики узнавания, освоения и преобразования горожанином культуры мегаполиса, они проявляются и закрепляются в досуге, творчестве и т.д. Особенности культурных практик, ориентированных на формирование наднационального/цивилизационного и локального/регионального уровней городской коллективной идентичности, можно представить в виде следующей таблицы:

Тип культурных практик	Суть культурных практик	Пример культурных практик
Узнавание	Глубинный контакт с объектами российской и региональной культуры: предметами, явлениями, отношениями, феноменами, ценностями и художественными произведениями. Инкультурация.	Неутилитарное созерцательное восприятие объектов горожанином
Освоение	Актуализация ценностно-смысловой сферы российской и региональной культуры, выступающей как акт эстетической деятельности. Наполнение горожанином урбанистического пространства своего бытия личностными смыслами.	Диалог и конвергенция урбанистического социума
Преобразование	Социальное творчество – общественная деятельность горожан, связанная с осуществлением соответствующих социальных проектов и инициатив, направленных на созидание мегаполиса, и предполагающая глубинную сопричастность горожан ценностям российской и региональной культуры.	Индивидуальное и групповое участие жителей мегаполиса в различных формах общественного самоуправления и самоорганизации в сфере культуры, досуга и спорта мегаполиса.

Итак, символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов посредством культурных практик вне связи с задачей развития личности горожанина следует рассматривать в логике культурно-цивилизационного «слома», который характеризуется отказом от системы традиционных ценностей и веры в объективно существующую высшую духовную реальность. Именно с ориентацией на эту веру и возводилась культура человечества с древнейших времен до середины XX века, т.е. до того времени, когда оформилась глобальная вера человека только и исключительно в свои собственные силы и способности, лежащая в основании новой одномерной модели культуры, а вернее цивилизации. На ее основе сформировалось квазиэстетическое, неозстетическое пространство, вытесняющее и замещающее классическую эстетику, прежде всего, на эмпирическом уровне. Важнейшая категория в квазиэстетическом пространстве – симулякр, проступает во всех видах деятельности современного человека. Симулякр – это образ, не имеющий первообраза. Отсылая только к себе самому, он имитирует процесс передачи смысла. Сегодня субъект (художник, политик, ученый и т.д.) имеет возможность отказаться от контакта с реальностью и строить свои отношения с миром на основе псевдовещей и псевдоявлений, моделирующих самих себя. Это предоставляет ему безграничные организационные и творческие возможности. Главная ценность при этом – полная, ничем не ограниченная свобода деятельности. Эта ценность обусловлена постмодернистским проектом организации общественной жизни, который характеризуется полным отказом от логоцентризма и доведенной до логического конца антинормативной установкой. Субъект исходит из убеждения, что нет никаких нравственных ценностей и норм, вознесенных над ним и обязательных для него.

В свою очередь, в логике аксиологии российской цивилизационной культуры опыт свободы видится как жизнь с ориентацией на абсолютный нравственный идеал. Только при условии нравственно-ценностного взгляда

на жизнь, даже в условиях внешней несвободы, человек имеет возможность подтвердить свою свободную приверженность тому, что повелевается его долгом – добру (истине, красоте). В свободно принимаемом и осуществляемом добре (истине, красоте) и заключена свобода человеческого духа.

Очевидно, что эстетика российской культуры не согласуется с неоэстетическим пространством. Ее осознание и актуализация сопряжена с колоссальным напряжением, но можно думать, что это и есть «духовное, культурное, национальное самоопределение [России], без которого мы не сможем противостоять внешним и внутренним вызовам, не сможем добиться успеха в условиях глобальной конкуренции»¹.

Опираясь на проведённый анализ, можно сделать следующие выводы: особенности культурных практик, направленных на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, заключаются в том, что они, во-первых, нацелены на обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры и, во-вторых, призваны способствовать культурному разнообразию урбанистического пространства, основанному на региональной социокультурной специфике.

Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов должно учитывать следующие требования:

- последовательность,
- комплексность,
- непрерывность,
- учёт сложности социокультурного пространства мегаполиса – объекта символично-семиотического проектирования,

¹ Выступление В.В. Путина на заседании международного дискуссионного клуба «Валдай», Новгородская область, 19.09.2013

- утверждение образа мегаполиса, основывающегося на высоких смыслах и вечных ценностях российской цивилизационной культуры, как основы развития личности горожанина,
- утверждение аксиологической и символично-семиотической системы урбанистической культуры как основы качества жизни горожан и социальной стабильности в российских мегаполисах,
- содействие развитию социального творчества горожан с ориентацией на культурно-нравственный потенциал образа мегаполиса как способа преодоления ненормативных установок, созидания и сохранения красоты в пространстве мегаполиса.

Выводы по главе III

Таким образом, в третьей главе исследования мы определили символично-семиотический механизм культурных практик и раскрыли особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов.

Культурные практики заключают в себе символическое отражение мировоззрения личности, способы и принципы освоения ею окружающей действительности. В контексте настоящего исследования поиск решений рассматриваемой нами проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на их глубинной причастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия, обусловил необходимость типизации культурных практик.

В соответствии с этапами формирования городской коллективной идентичности мы обозначили следующие культурные практики российских мегаполисов:

- культурные практики узнавания (связаны с сознательной деятельностью горожан, в ходе которой происходит «считывание» городского культурного текста, знакомство с «детальями» урбанистической культуры),
- культурные практики освоения (связаны с наполнением человеком пространства своей жизни личностными смыслами, эмоциональной включённостью в окружающую городскую действительность),
- культурные практики преобразования (социальное творчество, наполнение горожанином своей деятельности высокими смыслами духовного бытия).

Культурные практики обусловлены городской коллективной идентичностью жителей российских мегаполисов, их сопричастностью урбанистическому развитию. С одной стороны, данные практики

выражаются в способах жизнедеятельности горожан в мегаполисе и их социальной коммуникации. В узком смысле в контексте представленной типологизации культурных практик на практики узнавания, освоения и преобразования мегаполисного пространства они нацелены на развитие целостной, гармоничной личности. С другой стороны, культурные практики выражают всю совокупность сложившихся в городском социуме в конкретный исторический период устойчивых знаково-символических форм и практических действий, формирующих особое символично-семиотическое пространство мегаполиса.

Это определяет символично-семиотический механизм культурных практик, служащих в этом понимании главным и органичным инструментом символично-семиотического проектирования российских мегаполисов. В этой связи культурные практики как инструменты символично-семиотического проектирования призваны способствовать повышению вовлеченности горожан в урбанистическое пространство их бытия.

В целях формирования городской коллективной идентичности, направленной на воспроизводство человечности и социального доверия, мы полагаем, что культурные практики узнавания, освоения и преобразования урбанистического пространства должны иметь две главные целевые ориентации («сверхзадачи»): во-первых, это обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры, и, во-вторых, способствование символично-семиотическому разнообразию урбанистического пространства. Они определяются наднациональным/цивилизационным и локальным/региональным уровнями городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов. Акцентирование этих компонентов должно пронизывать все структурные элементы культурных практик: и их цель, и деятельность, и средства, и практические действия, и результат. Особенности культурных практик, ориентированных на формирование

городской коллективной идентичности, заключаются в том, что они, во-первых, нацелены на обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры и, во-вторых, призваны способствовать культурному разнообразию урбанистического пространства, основанному на региональной социокультурной специфике. Данная специфика представлена в следующей таблице:

Тип культурных практик	Суть культурных практик	Пример культурных практик
Узнавание	Глубинный контакт с объектами российской и региональной культуры: предметами, явлениями, отношениями, феноменами, ценностями и художественными произведениями. Инкультурация.	Неутилитарное созерцательное восприятие объектов горожанином
Освоение	Актуализация ценностно-смысловой сферы российской и региональной культуры, выступающей как акт эстетической деятельности. Наполнение горожанином урбанистического пространства своего бытия личностными смыслами.	Диалог и конвергенция урбанистического социума

Преобразование	Социальное творчество – общественная деятельность горожан, связанная с осуществлением соответствующих социальных проектов и инициатив, направленных на созидание мегаполиса, и предполагающая глубинную сопричастность горожан ценностям российской и региональной культуры.	Индивидуальное и групповое участие жителей мегаполиса в различных формах общественного самоуправления и самоорганизации в сфере культуры, досуга и спорта мегаполиса.
----------------	--	---

Символико-семиотическое проектирование российских мегаполисов посредством культурных практик вне связи с задачей развития личности горожанина следует рассматривать в логике культурно-цивилизационного «слома».

Символико-семиотическое проектирование российских мегаполисов должно учитывать следующие требования:

- учёт сложности социокультурного пространства мегаполиса – объекта символико-семиотического проектирования,
- утверждение образа мегаполиса, основывающегося на высоких смыслах и вечных ценностях российской цивилизационной культуры как основы развития личности горожанина,
- утверждение аксиологической и символико-семиотической системы урбанистической культуры как основы качества жизни горожан и социальной стабильности в российских мегаполисах,
- содействие развитию социального творчества горожан с ориентацией на культурно-нравственный потенциал образа мегаполиса как способа преодоления ненормативных установок и социальных девиаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведённого исследования позволяют сделать ряд выводов, касающихся как теоретических аспектов осмысления символично-семиотического проектирования, так и его практической реализации в культурных практиках, нацеленных на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов.

Мировоззрение горожанина определяет принципы и способы освоения им урбанистического пространства своего бытия, которые, в свою очередь, обуславливают формирование образа города как феномена культуры. Он имеет субстанциональные и функциональные элементы. Субстанциональные составляющие городского образа – это постоянные элементы, служащие «телом» и сутью городской культуры; функциональные – характеризуют различные стороны и аспекты культурной деятельности в пространстве города, они изменчивы и зависимы от внешних условий. Изменение этих элементов приводит к другому урбанистическому образу. Иными словами, динамика образа города проистекает из смены принципов и особенностей освоения горожанином пространства своего бытия, поэтому каждый исторический период урбанистического развития в России отмечен своим образом города.

Осмысление российского мегаполиса как знаково-символической системы предполагает, прежде всего, его осмысление как пространства бытия горожан, среды существования и развития культуры и определённой духовно-культурной общности.

Динамику развития российских мегаполисов как знаково-символических систем определяет множество факторов – движущих сил, причин, воздействующих на процесс урбанистического семиосиза. Среди них мы выделили общие и частные факторы, которые позволили типизировать современные российские мегаполисы. Общие факторы обуславливают развитие символично-семиотического пространства всех российских мегаполисов. Общим фактором российских мегаполисов как знаково-

символических систем является наднациональная (цивилизационная, духовная) российская культура, в основе которой лежат духовные устремления к ценностному универсуму (абсолютной ценностно-смысловой системе), стремление к бытийному способу жизни, неутилитарное отношение к миру, стремление жителей современных российских мегаполисов к образному осмыслению пространства своего бытия, стремление к соразмерности городского пространства человеку, что рождает уникальную специфику урбанистического культурного пространства России. Частные факторы определяются условиями функционирования конкретных мегаполисов. К ним относятся исторические особенности развития города, демографические показатели, характер межкультурных коммуникаций, деятельность исторических лиц, специфика географического и политического положения, особенности местной и региональной политики и другие обстоятельства, имеющие индивидуальную природу. Общие факторы обеспечивают целостность культурного пространства России, упрочивают культурную самобытность государства, способствуют обретению горожанином устойчивости своей личности. Частные факторы обеспечивают вариативность культуры, символично-семиотическое разнообразие культурного пространства регионов, придают урбанистической культуре того или иного города свой уникальный колорит, формируют «лицо», идентичность мегаполиса.

Субстанциональные и функциональные элементы урбанистического образа соответственно соотносятся с общими и частными факторами типизации мегаполиса как знаково-символической системы в качестве сути, механизма последних. В этой связи мы полагаем, что российский мегаполис как знаково-символическая система имеет два уровня: цивилизационный, «надгосударственный» (обеспечивается общими факторами) и локальный/региональный (обуславливается частными факторами).

В результате типизации современных российских мегаполисов по степени, в какой их символично-семиотическое пространство воспроизводит

целостность культурного пространства России и вариативность региональной культуры, определено, что специфика символическо-семиотического пространства столичных мегаполисов в большей степени определяется общими факторами. Частные факторы в знаково-символическом пространстве этих мегаполисов обнаруживают себя в дискурсе служения гражданам и государству.

Множественность образов современных российских мегаполисов способствует возникновению риска утраты горожанином чувства глубинной причастности к пространству своего бытия и городской коллективной идентичности, структура которой представлена двумя уровнями: наднациональными/цивилизационными ценностями и смыслами и локальной/региональной спецификой урбанистического социокультурного пространства.

Проведённый нами анализ показал, что за границами внимания федеральных документов сферы культуры и региональных практик остаётся осмысление сущностных основ наднационального/цивилизационного уровня формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, обнаруживающего себя, в частности, в пафосе служения, неутилитарном отношении к миру. В свою очередь, именно эти характерные особенности российской культуры определяют процесс духовного, культурного, национального самоопределения горожан, без которого невозможно противостоять внешним и внутренним вызовам и добиться успеха в глобальной конкуренции.

Процесс формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности пространству своего бытия, не поддаётся количественной характеристике. Это соответствует новому подходу к государственной культурной политике, который акцентирует внимание на качественных показателях деятельности учреждений культуры, выражающих духовно-нравственное и эмоционально-интеллектуальное развитие личности.

Задача конструктивного влияния на горожанина и обнаружения позитивной динамики в его личности в процессе формирования городской коллективной идентичности является вызовом как для учреждений культуры, так и для системы управления в сфере культуры в целом.

Проектирование знаково-символического пространства современных российских мегаполисов, фиксируя некое идеальное состояние личности горожанина, урбанистической культуры и городского общества, оказывается вынесенным за пределы реального бытия и задает мировоззренческую и онтологическую перспективу жизни.

Символично-семиотическое проектирование мыслится нами разновидностью социокультурного проектирования. Однако это обозначение носит условный характер, поскольку при символично-семиотическом проектировании объект социокультурного проектирования, с одной стороны, сужается от отношений (и их форм) социума и культуры до их знаково-символических отражений, но, с другой стороны, и расширяется, поскольку в образах фиксируется некое идеальное состояние культуры, динамичное и не всегда улавливаемое рациональным пониманием. Будучи видом социокультурного проектирования, символично-семиотическое проектирование как проектирование знаково-символического пространства мегаполиса, опирается на принципы первого.

Доверие, чувство сопричастности, ответственность за пространство своего бытия лежат в сфере высших ценностей, которые закреплены в ценностно-смысловом универсуме отечественной культуры. В этой связи мы полагаем, что методологически символично-семиотическое проектирование включает два уровня, отражающихся в целеполагании конкретных практических проектов и программ. Первый уровень – цивилизационный, «надгосударственный», обеспечивающий сохранение и развитие российского «культурного кода». Он является главным условием развития и совершенствования не только личности, но и общества. Наднациональные ценности, закреплённые в традиционных образах, способствуют укоренению

личности в структуре корневой национальной культуры, помогают воспринимать традицию не столько как культурный феномен, а сколько как сложное социальное отношение, посредством которого человек осуществляет коммуникацию в обществе. В программировании этот уровень может быть представлен в виде актуализации символов служения, бытийных ценностей, русского языка как государственного. Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов вне связи с задачей развития личности горожанина следует рассматривать в логике культурно-цивилизационного «слома». Второй уровень символично-семиотического проектирования – локальный/региональный – направлен на «высвечивание» культурных, социальных, исторических и иных особенностей того или иного мегаполиса.

Приобщаясь к урбанистическому пространству своего бытия, человек восстанавливает свою собственную духовную культуру как систему духовно-нравственных ценностей. Благодаря восстановлению и развитию личностью горожанина своих субъектных свойств и способностей он приобретает мотивацию к узнаванию, освоению и преобразованию действительности, т.е. творческое отношение к ней.

Символично-семиотическое проектирование российских мегаполисов представляет собой организационную и управленческую деятельность субъектов городской культурной политики, нацеленную на формирование городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов, основанной на их глубинной сопричастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия.

Оптимизация культурной политики видится в русле символично-семиотического проектирования, учитывающего в процессе осуществления проектов и программ факторы устойчивости и разнообразия. Мы полагаем, что символично-семиотическое проектирование в рамках культурной политики российских мегаполисов должно получить закрепление в федеральных документах в сфере культуры путём:

- актуализации в социокультурной составляющей, характеризующейся триадой «личность-культура-общество»,
- приоритетной ориентации на преодоление проблем разрозненности символично-семиотического пространства современных российских мегаполисов,
- включения в инструментализацию программ развития сферы культуры комплекса мероприятий, направленных на обеспечение устойчивости, целостности урбанистического культурного пространства России и его культурной многоликости.

Говоря о региональных практиках культурной политики, мы констатируем необходимость создания и реализации практикоориентированных проектов и программ, направленных на создание оптимальных условий для формирования городской коллективной идентичности жителей на основе актуализации ценностно-смысловой сферы наднациональной российской культуры и социального творчества в пространстве урбанистической культуры.

Выявление необходимости символично-семиотического проектирования российских мегаполисов, нацеленного на актуализацию универсальной ценностно-смысловой системы российской культуры при стимулировании развития местного, регионального колорита мегаполиса, предполагает осмысление символично-семиотического механизма культурных практик жителей современных российских мегаполисов. Культурные практики заключают в себе символическое отражение мировоззрения личности, способы и принципы освоения ею окружающей действительности. В контексте настоящего исследования поиск решений рассматриваемой нами проблемы формирования городской коллективной идентичности жителей современных российских мегаполисов, основанной на их глубинной причастности урбанистическому развитию и пространству своего бытия, обусловил необходимость типизации культурных практик.

В соответствии с этапами формирования городской коллективной идентичности мы обозначили следующие культурные практики российских мегаполисов:

- культурные практики узнавания (связаны с сознательной деятельностью горожан, в ходе которой происходит «считывание» городского культурного текста, знакомство с «детальями» урбанистической культуры),
- культурные практики освоения (связаны с наполнением человеком пространства своей жизни личностными смыслами, эмоциональной включённостью в окружающую городскую действительность),
- культурные практики преобразования (социальное творчество, наполнение горожанином своей деятельности высшими смыслами духовного бытия).

Культурные практики обусловлены городской коллективной идентичностью жителей российских мегаполисов, их сопричастностью урбанистическому развитию. С одной стороны, данные практики выражаются в способах жизнедеятельности горожан в мегаполисе и их социальной коммуникации. В узком смысле в контексте представленной типологизации культурных практик на практики узнавания, освоения и преобразования мегаполисного пространства они нацелены на развитие целостной, гармоничной личности. С другой стороны, культурные практики выражают всю совокупность сложившихся в городском социуме в конкретный исторический период устойчивых знаково-символических форм и практических действий, формирующих особое символично-семиотическое пространство мегаполиса.

Это определяет символично-семиотический механизм культурных практик, служащих в этом понимании главным и органичным инструментом символично-семиотического проектирования российских мегаполисов. В этой связи культурные практики как инструменты символично-семиотического

проектирования призваны способствовать повышению вовлеченности горожан в урбанистическое пространство их бытия.

В целях формирования городской коллективной идентичности, направленной на воспроизводство человечности и социального доверия, мы полагаем, что культурные практики узнавания, освоения и преобразования урбанистического пространства должны иметь две главные целевые ориентации («сверхзадачи»): во-первых, это обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры, и, во-вторых, способствование символично-семиотическому разнообразию урбанистического пространства. Они определяются наднациональным/цивилизационным и локальным/региональным уровнями городской коллективной идентичности жителей российских мегаполисов. Акцентирование этих компонентов должно пронизывать все структурные элементы культурных практик: и их цель, и деятельность, и средства, и практические действия, и результат. Особенности культурных практик, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности, заключаются в том, что они, во-первых, нацелены на обеспечение устойчивости и целостности культурного пространства российских мегаполисов посредством обращения к ценностно-смысловому универсуму российской цивилизационной культуры и, во-вторых, призваны способствовать культурному разнообразию урбанистического пространства, основанному на региональной социокультурной специфике.

Полученные результаты и теоретические выводы исследования могут быть использованы для дальнейшей разработки проблем городской культурной политики России.

Таким образом, обосновав обращение к российскому мегаполису как культурологической категории, определив символично-семиотическое проектирование как инструмент культурной политики российского

мегаполиса и раскрыв символично-семиотические особенности культурных практик, можно говорить о том, что цель исследования, заключающаяся в определении символично-семиотических основ проектирования и практик культурной политики в современных российских мегаполисах, ориентированных на формирование городской коллективной идентичности, достигнута.

Список использованной литературы

1. Абашев В.В. Прогулка и экскурсия в ряду телесно-дискурсивных практик освоения городского пространства // Международный журнал исследований культуры. – 2015. – № 4 (21). – С. 108-114.
2. Абдрахман Г.К. Культурологический подход в образовании // Вестник ИГУ. – 2009. – № 24. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nbisu.moy.su/load/24_2010/abdrakhman_g_k_kulturologicheskij_podkhod_v_obrazovanii/32-1-0-730 (дата обращения: 06.02.2018).
3. Аванесова Г.А., Астафьева О.Н. Социокультурное развитие российских регионов: региональная политика и механизмы самоорганизации. Изд. 2, расш. и доп. – М.: Изд-во РАГС, 2004. – 424 с.
4. Аверинцев С.С. Символ художественный / Собрание сочинений. – Киев: Дух і літера, 2006. – С.403-436.
5. Акопов Г.В., Иванова Т.В. Ментальность: провинциальная ментальность современной России (опыт междисциплинарных исследований) // Мир психологии. – 2002. – № 1. – С. 224-237.
6. Акулич М.В. Брендинг, культура нации и ее имидж // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6. – С. 110-115.
7. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. – М.: Флинта, 2010. – 288 с.
8. Андрухова В.Я. Городское развитие в современных условиях: экономика, территориальный брендинг, социальный капитал : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2016. – 148 с.
9. Анциферов Н.П. Душа Петербурга. – М.: Бертельсманн Медиа Москау (БММ), 2014. – 397 с.
10. Анциферов Н.П. Проблемы урбанизма в русской художественной литературе, опыт построения образа города – Петербурга Достоевского – на основе анализа литературных традиций. – Новосибирск: Свиньин и сыновья, 2014. – 474 с.

11. Арбиб М. Метафорический мозг. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 304 с.
12. Арьес Ф. Время истории. – М.: ОГИ, 2011. – 304 с.
13. Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.
14. Астафьева О.Н. Взаимодействие культур: динамика моделей и смыслов // Вопросы социальной теории. Том VI, 2012. – С. 99.
15. Астафьева О.Н. Диалогичность культурной среды города: культурное наследие как основа ее целостности [Текст; электронный ресурс; дата обращения: 20 мая 2018 г.]. URL: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2018/dokladi/AstafjevaON_sec3_rus_28.04.18.pdf.
16. Астафьева О.Н. Динамика социокультурных процессов. Культура устойчивого развития: от идеи к реальности. – Баку: Элм, 2013. – С. 53-66.
17. Астафьева О.Н. Динамика социокультурных процессов: нестабильность как проявление сложности. // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия «Философские, социальные и естественные науки». - № 1 (19), 2013. – С. 82-92.
18. Астафьева О.Н. Коммуникативные стратегии культурной политики: «креативное управление» как маркер глобализации // Современная культурная политика как креативная деятельность: управление и инновации Коллективная монография в 2 частях / Под общ. ред. Астафьевой О.Н. / Санкт-Петербургское отделение Российского института культурологии; Научно-образовательное культурологическое общество; Международный институт государственной службы и управления РАНХиГС. – Санкт-Петербург: изд-во «Эйдос», 2013. – С.10 – 13; 14 – 34 [Электронное издание]. Режим доступа.: <https://drive.google.com/viewerng/a/migsu.ru/viewer?a=v&pid=sites&srcid=bWln c3UucnV8ZmlsZXN8Z3g6MWRhYTl4YWY3NGViY2U2Nw>.

19. Астафьева О.Н. Межкультурный диалог в контексте традиций и новаций: согласование индивидуальных и коллективных дискурсов // Россия: государство и общество в новой реальности: сборник статей. – М.: Проспект, 2016. – С. 133-138.
20. Астафьева, О. Н. Региональная культурная политика в стратегиях социокультурного проектирования инновационной деятельности музеев [Текст] / О. Н. Астафьева // Новации в музейном мире: музей как коммуникативная практика. Сборник научных статей. - Новосибирск: Изд-во НГУ, 2013. – 12 с.
21. Астафьева О.Н. Теория и практика культурной политики: смыслы – образы – действия // Государственная служба. – № 1 (87). – 2014. – С. 71-78.
22. Астафьева О.Н., Горушкина С.Н. Теоретическая концептуализация и практическая деятельность государства в вопросе обеспеченности населения услугами библиотек // Библиотекосведение. – 2017. – Т.66. – №4. – С.367-377.
23. Астафьева О.Н., Козловцева Н.А. Государственная политика в сфере русского языка в контексте Русского мира // Знание. Понимание. Умение. – 2017. – №3. – С.122-136.
24. Астафьева О.Н., Синецкий С.Б. Теоретические и технологические аспекты культурной политики: формирование позитивной культурно-досуговой среды поселений // Вестник культуры и искусства. – 2017. – №4 (52). – С. 70-80.
25. Ахиезер А.С. Социально-культурные проблемы развития России: Филос. аспект. – М.: ИНИОН, 1992. – 82 с.
26. Ахметова М. Пространство города и город в пространстве (Интернет-тексты «Вы из N, если ...») // Антропологический форум. – № 15. – 2011. – С. 330-358.
27. Бакуменко Д.А. Трансформация культурных практик в системе социальных коммуникаций современной России : дисс. ... кандидата социологических наук. – М., 2012. – 168 с.

28. Балыхина Т.М., Нетесина М.С. Особенности стратегий и тактик межкультурной коммуникации в мегаполисе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. – 2012. – № 4. – С. 5-12.
29. Барабаш Б.А. Символ города в сознании жителей как идентификатор концепта «Столичности» на примере городов Касимов и Мышкин // Сравнительная политика. – № 4 (15). – 2015. – С. 110-112.
30. Баранов А.В. Социально-демографическое развитие крупного города. – М.: Финансы и статистика, 1981. – 191 с.
31. Бекетов Н.В. Брендинг: к социокультурному анализу понятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 39-43.
32. Белякова И.Г. Межкультурная коммуникация и мультикультурализм. Транснациональная компетентность в эпоху глобализации // Общество: философия, история и культура. – Краснодар. – №3. – 2016. – С. 64-66.
33. Белякова И.Г. Формирование информационной культуры личности в рамках непрерывного образования в условиях информационного общества // Успехи современной науки. – Белгород. – № 3. – Т. 2. – 2016. – С. 80-82.
34. Беньямин В. Озарения. – М.: Мартис, 2000. – 376 с.
35. Бергсон А. Творческая эволюция. – М.: Терра-Книжный клуб, 2001. – 382 с.
36. Бердяев Н.А. Экзистенциальная диалектика божественного и человеческого. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2011. – С. 515.
37. Березина Т.Н. Многомерная психика: Внутренний мир личности. – М.: Per Se, 2012. – 319 с.
38. Богатырева Т.Г. Государство и культура в условиях глобальной социокультурной динамики: трансформация парадигмы отношений. – Saarbrücken: Palmarium acad. publ, cop. 2014. – 121 с.
39. Богданов К.А. Повседневность и мифология: Исследования по семиотике фольклорной действительности. – СПб.: Искусство-СПб, 2001. – 438 с.

40. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, 2006. – 269 с.
41. Боронина Л.Н. Основы социокультурного проектирования. – Екатеринбург: ЕАСИ, 2011. – 138 с.
42. Боулз С. Моральная экономика. Почему хорошие стимулы не заменят хороших граждан [Текст] / пер. с англ. Д. Шестакова. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2017. – 336 с.
43. Бочкарева А.И. Социокультурное проектирование инновационной творческой среды. – Тольятти: Поволжский гос. ун-т сервиса, 2012. – 521 с.
44. Бурыкин А.А. Семиотика, макросемиотика, метасемиотика: специфика процедур анализа // Символическая функция в пространстве культуры: Доклады международного colloquium к столетию Клода Леви-Строса 30-31 октября 2008. – СПб.: Нестор-История, 2010. – С.126-131.
45. Важенина И.С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде / Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 82-98.
46. Важенина И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : Дисс.на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Екатеринбург, 2004. – 409 с.
47. Вальдес Одриосола М.С. Московский метрополитен как культурный феномен. – М.: URSS, 2017. – 152 с.
48. Веденин Ю.А. География наследия. Территориальные подходы к изучению и сохранению наследия. – М.: Новый хронограф, 2018. – 470 с.
49. Вейнмейстер А.В. Символическая интерпретация культуры в концепции Э.Кассирера и А.Ф. Лосева : дисс. ... канд. филос. наук. — СПб., 2006. – 194 с.
50. Велихов В.А. Основы городского хозяйства. – М.: Наука, 1996. – 466 с.
51. Вершинина И.А. «Умные» города: перспективы появления и развития в России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2016. – Т. 22. – № 2. – С. 163-175.

52. Вешнинский Ю.Г. Аксиология постсоветского культурного пространства на рубеже тысячелетий : Диссертация ... кандидата культурологии. – М., 2010. – 161 с.
53. Визуальная антропология: городские карты памяти / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. – М.: ООО «Вариант»; ЦСПГИ, 2009. – 311 с.
54. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни. / Избранные работы по социологии. – М.: ИНИОН РАН, 2005. – С. 93-118.
55. Власова Е.А. Мегаполис как семантико-символическая система : диссертация ... кандидата философских наук. – М., 2013. – С. 3.
56. Выготский Л.С. Лекции по педологии. – Ижевск: Удмуртский университет, 2001. – 304 с.
57. Выготский Л.С. Мышление и речь. – СПб.: Питер, 2016. – 431 с.
58. Ганин О.Б., Ганин И.О. "Умный город": перспективы и тенденции развития // ARS Administrandi. – 2014. – № 1. – С. 124-135.
59. Гачев Г.Д. Национальные образы мира Эллады, Германии, Франции: опыт экзистенциальной культурологии. – М.: Логос, 2008. – 421 с.
60. Генисаретский О.И. Философия проектности : из истории проектной культуры второй половины XX века. – М.: URSS : ЛЕНАНД, 2015. – 399 с.
61. География искусства: Сборник статей: Выпуск IV. Составители: Т.В. Левина, О.А. Лавренова / Авторы: С.Л. Белоусов, Д.Н. Замятин, Н.Ю. Замятина, О.А. Лавренова и др.— М.: Институт Наследия, 2005. — 274 с.
62. Глазычев В.Л. Город без границ. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2011. – 400 с.
63. Глебова И.С., Ясницкая Я.С. Возможности реализации концепции «умного города»: практика российских городов // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1-3 (42). – С. 232-235.
64. Говорухин Г.Э. Символическое конструирование социального пространства осваиваемого региона : социологический анализ : диссертация ... доктора соц. наук. – М., 2009. – 337 с.

65. Горин Д.Г. Смысловое освоение пространства и времени в цивилизационной динамике российской культуры : диссертация ... доктора философских наук. – М., 2003. – 321 с.
66. Голубева Е.И., Король Т.О., Смолицкая Т.А. Городской культурный ландшафт: традиции и современные тенденции развития. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 272 с.
67. Гончаренко Л.В. Межкультурная коммуникация в московском мегаполисе. Дисс. ... канд. философских наук. – М., 2014. – 250 с.
68. Горнова Г.В. Модусы прошлого и будущего в экзистенциальной парадигме города / Культура городского пространства: власть, бизнес и гражданское общество в сохранении и приумножении культурных традиций России / отв. ред. Д. А. Алисов. – Омск: Издательский дом «Наука», 2013. – С. 31-35.
69. Горнова Г.В. Феномен города в духовном мире человека : автореферат дис. ... кандидата философских наук. – Омск, 2005. – С. 16.
70. Города всемирного наследия. // Авторский сайт об архитектуре, градостроении и путешествиях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infoisto.ru/goroda/> (дата запроса: 26.02.2016).
71. Городецкий М. В. Онтологические основания графического образа. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2010. – 268 с.
72. Горушкина С.Н. Управление культурными процессами // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2013. – № 3. – С. 69.
73. Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы (утв. постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 17 июня 2014 года № 488) / Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gov.spb.ru/law?d&nd=822403595&nh=0>.
74. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон-пресс-Ц, 2000. – 304 с.

75. Грибер Ю.А. Теория цветового проектирования городского пространства. – М.: Согласие, 2017. – 178 с.
76. Гришанин Н.В. Брендинг территорий. – М.: Типография «ЦМИК», 2011. – 122 с.
77. Гудков Л. Амбиции и ресентимент идеологического провинциализма // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 3. – С. 369-370.
78. Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах / Отв. ред. И.И. Митин; сост. Д.Н. Замятин; Авт.: Анисимов К.В., Балдин А.Н., Горелова Ю.Р. и др. — Вып. 6. — М.: Институт Наследия, 2010. — 368 с.
79. Данакин Н.С. Умный город как принцип стратегического развития // Управление городом: теория и практика. – 2013. – № 2 (9). – С. 10-13.
80. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. – М.: Алгоритм, 2014. – 352 с.
81. Дворядкина Е.Б., Кайбичева Е.И. Городские периферийные территории региона: понятие, сущность // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – № 4. – 2015. – С. 86-92.
82. Делокаров К.Х. Модернизация российского общества и проблема духовности // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 3. – С. 71-87.
83. Джерелиевская И.К. Личностные основания социального порядка: аксиологический аспект. – М.: Изд-во МГОУ, 2009. – 235 с.
84. Дзякович Е.В. Коммуникативные пространства российских регионов: состояние и тенденции развития // Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 2. – С. 151-156.
85. Дзякович Е.В. Локальные идентичности в контексте социокультурной динамики российских регионов : диссертация ... доктора культурологии. – М., 2011. – 326 с.
86. Динни К. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 331 с.

87. Дмитриев Ю.А., Звягинцева О.П., Хартанович К.В. Территориальный брендинг в комплексе маркетинговых коммуникаций. – Владимир: Атлас, 2012. – 360 с.
88. Доклад о культуре мировых городов. – М.: Московский институт социально-культурных программ, 2016. – 238 с.
89. Доклад о проектах преобразования города средствами культуры. – М.: Московский институт социально-культурных программ, 2015. – 107 с.
90. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002. – 348 с.
91. Дюркгейм Э. Социология: её предмет, метод, предназначение. – М.: Терра-Книжный клуб, 2008. – 399 с.
92. Егоров В.К. Гибкая политика и культура // Обсерватория культуры. – 2013. – № 3. – С. 31-39.
93. Егоров В.К. О культурологической экспертизе политизированной истории // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 5. – С. 532-539.
94. Егоров В.К. Философия русской культуры. – М.: Изд-во РАГС, 2006.
95. Ершов М.Ф. Социокультурная эволюция образов очеловеченного пространства: общетеоретические и конкретно-исторические аспекты. – Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2013. – 276 с.
96. Есаков В.А. Мегалополис и его культура (на примере Москвы): Монография / В.А. Есаков. – 2-е изд., перераб. – М.: Альфа-М, 2009. – 208 с.
97. Ефремова В.Н. День народного единства: изобретение праздника // Символическая политика: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. Науч.-информ.исслед. Отд. полит. науки; Отв. ред.: Малинова О.Ю. – Вып. 1: Конструирование представлений о прошлом как властный ресурс. – М., 2012. – С. 286-300.
98. Жирякова С.Н. Столичность и провинциальность как показатели территориального сообщества // Регионология. – № 2. – 2008. – С. 317-319.

99. Забродина Г.Д. Визуализация символов культуры в системе «человек-среда»: структурно-семиотический подход : Дисс.на соискание учёной степени доктора культурологии. – Саратов, 2017. – 348 с.
100. Закунов Ю.А. Метафизическое измерение социальной памяти в наследовании ценностей // Журнал института наследия. – № 1 (8). – 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/15/118.html> (дата обращения: 06.07.2017).
101. Залуцкая Н.М. Маркетинг и имиджевая политика города / Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – № 6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=7063>.
102. Замай В.В. Законодательство о культуре: вчера, сегодня, завтра. Правовое регулирование межкультурных коммуникаций // Право и образование. – 2016. – № 12. – С. 118-125.
103. Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. – СПб.: Алетейя, 2003. – 331 с.
104. Замятин Д.Н. Локальные истории и методика моделирования гуманитарно-географического образа города. // Гуманитарная география: научные и культурно-просветительский альманах. Вып. 2. – М.: Институт наследия, 2005. – С. 276-323.
105. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии. – 2007. – С. 62-87.
106. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы. — М.: Институт Наследия, 2008. — 760 с.
107. Запорожец О.Н., Лапина-Кратасюк Е.Г. Люди в сетевых пространствах города: о предварительных результатах проекта «Медиа и технологии в современном городе» // ШАГИ. – 2015. – № 1. – 232-241.
108. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь. // Логос. – № 3 (34), 2002. – С. 1-12.

109. Золотникова Т.С., Новиков М.В. Личность в современной русской культуре: стратегии социокультурного изучения. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2009. – 144 с.
110. Зуев С.Э. Кластеризация территорий — новые принципы региональной политики России // Управленческое консультирование. – 2010. – № 2. – С. 95–110.
111. Зуев С.Э. Социально-культурное проектирование. – Ижевск, 2003. – 130 с.
112. Зукин Ш. Культуры городов. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 424 с.
113. Иванова Т.В. Социально-психологические проблемы городской ментальности : диссертация ... доктора психологических наук. – Ярославль, 2004. – С. 9.
114. Йейтс Ф. Искусство памяти. – СПб.: Фонд поддержки науки и образования «Университетская книга», 1997. – 479 с.
115. Каган М.С. Эстетика как философская наука. — СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. — 544 с.
116. Каган М.С. Философия культуры. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1996. – С. 105.
117. Каганов Г.З. Петербург в контексте барокко. – СПб., 2001. – 207 с.
118. Каганский В.Л. Ландшафт и культура // Общественные науки и современность. — 1997. — № 1. — С. 134 – 145.
119. Казакова-Апкаримова Е.Ю. Поиски идентичности и столичность Екатеринбурга: у истоков мифа // Известия Уральского государственного экономического университета. – № 4 (54). – 2014. – С. 114-119.
120. Капицын В.М. Прошлое, настоящее и будущее в символической политике моногорода / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 110-127.
121. Карпова О.В. Проект «Саратовское озеро: сакральная география» (междисциплинарные исследования как инструмент территориального

- развития) // Музей и регион. / Рос. ин-т культурологии. – М., 2011. – С. 234-268.
122. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
123. Кетова Н.П., Овчинников В.Н., Тасина Е.Д. Формирование позитивного бренда региона: учет особенностей периферийных территорий, маркетинговый механизм реализации. – Ростов-на-Дону: Содействие-XXI век, 2015. – 95 с.
124. Клековкина Н.В. Провинциальность и столичность в образе советской Казани // Вестник Самарского государственного университета. – № 21 (93). – 2012. – С. 60-63.
125. Клочкова Ю.В. Образ Екатеринбурга/Свердловска в русской литературе (XVIII – середина XX вв.) : Дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2006. – 243 с.
126. Книжник О.В. Символическая Вселенная Эрнста Кассирера : диссертация ... канд. филос. наук. — М, 2007. – 153 с.
127. Коган Л.Б. Быть горожанами. – М.: Мысль, 1990. – 205 с.
128. Коган Л.Б. Города и политика: российские уроки. – М.: Ин-т муницип. упр., 2003. – 214 с.
129. Козенко А. «Русские марши» пойдут друг на друга // Коммерсант. – М., 2009. – 5 октября, № 184/П (4239). – С.4.
130. Комаровский В.С. Политическая идентификация России: проблемы и перспективы // Социология власти. – 2009. – № 4. – С. 8-15.
131. Кондаков И.В. Культура России. Краткий очерк истории и теории. – 4-у изд. – М.: КДУ, 2008. – 360 с.
132. Корнеев В.В. Традиции и власть (Памятники культуре). // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://kovit.narod.ru/other_themes/tradit_power.html#100 (дата обращения: 24.02.2016).

133. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – 382 с.
134. Кочнев Д.С. Жилая среда в социокультурном пространстве современного города : автореф. дисс. ... канд.культурологии. – Саранск, 2018. – 23 с.
135. Крылов М.П. Российская региональная идентичность: геопространственные и цивилизационные аспекты / Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах / Отв. ред. и сост. Д.Н. Замятин. — Вып. 3. — М.: Институт Наследия, 2006. — С. 83-119.
136. Кулагина Н.В. Символ и символическое сознание // Культурно-историческая психология. – № 1. – 2006. – С. 3-10.
137. Кулешова М.Е., Стрелецкий В.Н. Формирование и эволюция представлений о культурном ландшафте // В фокусе наследия / сост., отв. ред. М.Е. Кулешова. – М., 2017. – С. 313-329.
138. Культура городского пространства: власть, бизнес и гражданское общество в сохранении и приумножении культурных традиций России / отв. ред. Д.А. Алисов. – Омск: Наука, 2013. – 400 с.
139. Культурная децентрализация: стратегии и виды. – М.: Московский институт социально-культурных программ, 2014. – 16 с.
140. Культурный ландшафт как объект наследия. Под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. — М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. — 620 с.
141. Купцова И.А. Культура провинции в пореформенный период развития российского общества // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2015. № 1. С. 23-36.
142. Купцова И.А. Современные культурные практики как способ формирования исторической памяти // Традиции и инновации в современном культурно-образовательном пространстве. Материалы VI Международной научно-практической конференции. отв. ред. Л.А. Рапацкая. 2015. С. 12-16.

143. Купцова И.А. Трансформация социокультурного пространства российской провинции на рубеже XIX-XX веков: традиции и инновации // Ценности и смыслы. 2016. № S6. С. 106-116.
144. Лавренова О.А. Культурный ландшафт как метафора // Философские науки. – 2010. – № 6. – С. 92-101.
145. Лавренова О.А. Ландшафт как источник метафорической проекции // Культурная и гуманитарная география. – 2013. – Т. 2. – № 2. – С. 126-131.
146. Лавренова О.А. Образ места и его значение в культуре провинции // Геопанорама русской культуры: провинция и её локальные тексты. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 422.
147. Лавренова О.А. Образ пространства и смыслы: Семантика культурного ландшафта. – М.: Институт Наследия, 2010. – 330 с.
148. Лавров А.М. Региональный маркетинг: вопросы теории, методологии и практики : Дисс.на соискание учёной степени доктора экономических наук ... Кемерово, 1994. – 262 с.
149. Лазутина Т.В. Духовная основа социального творчества личности : диссертация ... кандидата философских наук. – Красноярск, 2010. – 190 с.
150. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе. – М.: Гнозис, 1995. – 100 с.
151. Леви Стросс К. Колдун и его магия. // Структурная антропология. – М.: Астрель, 2011. – С. 171-213.
152. Леви-Стросс К. Мифологии. – М., СПб.: ЦГНИИ ИНИОН РАН, 2000. – 399 с.
153. Леви-Стросс К. Структура мифов. // Структурная антропология / Пер. с фр. Вяч. Вс. Иванова. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. — 512 с.
154. Леви-Стросс К. Структурная антропология. – М.: Астрель, 2011. – 541 с.
155. Леонтьев К.Н. Византизм и славянство. – М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2010. – 280 с.

156. Лесков Л.В. Человек в ритмах истории и проблема современного человека как исторического субъекта // Мир психологии. – № 1 (33). – 2003. – С. 252-269.
157. Лефевр А. Производство пространства. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.
158. Лихачёв Д.С. Русская культура. — М.: Искусство, 2000. – 440 с.
159. Лихачёв Д.С. Экология культуры // Памятники Отечества. – 1980. – № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hram-puchkovo.mega.ru/articles/98/> (дата обращения: 22.01.2018).
160. Лосев А.Ф. Философия имени. – М.: Академический Проект, 2009. – С. 93.
161. Лосунов А.М., Сорокин А.П. Мифологема «столичности» города Омска: исторические основания и современный контекст // Культурологический журнал. – № 3. – 2012. – С. 4.
162. Лотман М.Ю. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Азбука, 2016. – 464 с.
163. Лотман Ю. Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – 542 с.
164. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века). – СПб.: Искусство – СПб, 1994. – 194 с.
165. Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб.: Искусство – СПб. – С. 150-389. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman_semiosphera.htm (дата обращения: 10.11.2015).
166. Лотман Ю.М. Символ в системе культуры. – Вып. 754. – Тарту, 1987. – С. 10-21.
167. Лоу С.М. Пласа: политика общественного пространства и культуры. – М.: Strelka Press, 2016. – 352 с.
168. Лоуэн А. Физическая динамика структуры характера. – М.: Компания Пани, 1996. – 320 с.

169. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М.: Праксис, 2005. – 253 с.
170. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2016. – 400 с.
171. Ляхова С.С. Провинциальный город как социокультурный феномен : Дисс. ... канд. филос.наук. – Архангельск, 2006. – 124 с.
172. Макарычев А.С. Пространственные образы центра и периферии: попытка постструктуралистской деконструкции // Гуманитарная география: Научный и культурно-просветительский альманах. — Вып. 3. — М.: Институт Наследия, 2006. — С. 6-18.
173. Макеева О.В. Основы социокультурного проектирования. – Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2015. – 110 с.
174. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 462 с.
175. Малахина С.Т. Семиотика культуры повседневности. – М.: Алетейя, 2009. – С. 202.
176. Малыгина И.В. После глобализации: динамика российской идентичности / И. В. Малыгина // Исторические повороты культуры: сборник научных статей (к 70-летию профессора И. В. Кондакова) / общая редакция и составление О. Н. Астафьевой. – М.: Согласие, 2018. – С. 330-340.
177. Малыгина И.В. Этнокультурная идентичность: структура и историческая динамика / И. В. Малыгина // Фундаментальные проблемы культурологии : в 4 т. Том IV Культурная политика. – Санкт-Петербург, 2008. – С. 131-145.
178. Мамедов Н.М. Экологический смысл культуры / Материалы ежегодной научно-практической конференции Экологическое образование в интересах устойчивого развития. – 2016. – Т. 2. – С. 29-41.
179. Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования. – Калуга, 2000. – 248 с.

180. Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. – СПб.: Алетейя, 1999 – 304 с.
181. Мартиросян К.М. Символический капитал, масс-медиа и современные проблемы образовательной информации // Медиакультура и медиаобразование в поликультурном обществе / редкол. И.И. Горлова, Т.В. Коваленко, А.В. Крюков, О.И. Бычкова, А.А. Гуцалов, Н.А. Костина. – Краснодар: ООО «Альфа-Полиграф+», 2014. – С. 62-71.
182. Махровская А.В. Реконструкция старых жилых районов крупных городов : На прим. Ленинграда. – 2-е изд., перераб. и доп. – Л.: Стройиздат: Ленингр. отд-ние, 1986. – 351 с.
183. Межуев В.М. Идея культуры: очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – 406 с.
184. Мещеряков Т.В. Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории / Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (30). Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2663> (дата обращения: 22.07.2019).
185. Мизрахи М.В. «Умный город»: эволюция концепта. Инициативы городских сообществ в развитии города // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – Т. 24 (65). – 2013. – № 3. – С. 216–219.
186. Микроурбанизм. Город в деталях / Сб. статей; под отв. редакцией О. Бредниковой, О. Запорожец. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 352 с.
187. Митрошенков О.А. Субъект социокультурного проектирования: скорее жив или едва жив? // «Государственное управление и развитие России: модели и проекты» : сборник статей Международной научно-практической конференции. Институт государственной службы и управления (ИГСУ) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М.: Проспект, 2017. – С. 305-311.

188. Михеева Н.А. Социокультурное проектирование. – СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, 2008. – 182 с.
189. Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания. Коллективная монография (общ. ред. и сост. О.Н. Астафьева и О.В. Шлыкова). – М.: Согласие, 2019. – 296 с.
190. Нанси Ж.-Л. Деконструкция монотеизма. – М.: Издательство Ипполитова, 2004. – 40 с.
191. Национальный проект «Культура». Утверждён решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года / Официальный сайт Правительства России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/info/35562/>.
192. Неклюдова М.С. Галантная картография и модели репрезентации французского двора середины XVII в. // Электронный научно-образовательный журнал История. – 2015. – № 4 (37). – С. 13.
193. Никитина А.В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта : дисс. ... канд. философских наук : 24.00.01. – Казань, 2013. – 196 с.
194. Николаева Е.В. Арт-объект и его коммуникативные пространства // Культурологический журнал. 2013. № 1 (11). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cr-journal.ru/rus/journals/190.html&j_id=13 (дата обращения: 31.10.2018).
195. Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. – СПб.: Страта, 2014. – 264 с.
196. Николаева П.В. Семиотика фестиваля как формы праздничной культуры : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01. – Краснодар, 2010. – С. 9.
197. Никонорова Е.В. Культурный и природный капитал: устойчивость развития и возможности управления // Обсерватория культуры. – 2016. – Т. 13. – № 5. – С. 600-605.

198. Новая философская энциклопедия (под ред. В.С. Стёпина): В 4 тт. – М.: Мысль, 2011. – 3870.
199. Новосельская В.В. Культурное пространство территории как ресурс экономики впечатлений // Знание. Понимание. Умение. – 2016. – № 3. – С. 72-86.
200. Овсянников А.А. Социология столичности: смыслы и стратегии // Вестник МГИМО-Университета. – № 5. – 2009. – С. 110-115.
201. Оганов А.А., Хангельдиева И.Г. Творческие индустрии и кластеры – активный инструмент эстетизации современного урбанистического пространства // Социально-гуманитарное обозрение. 2018. Т. 3. № 3. С. 34-38.
202. Окунев И.Ю. Столица и столичность: институт и символический капитал // Философские науки. – № 1. – 2016. – С. 80-87.
203. Окунева Е.С. Деконструкция мифа о «Столичности» на примере города Мышкина // Сравнительная политика. – № 4 (15). – 2015. – С. 105-106.
204. Орлова Э.А. Эффективные социокультурные программы и проекты. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. – 342 с.
205. Основы государственной культурной политики. Утв. Указом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».
206. Официальный сайт Rossini Opera Festival. / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rossinioperafestival.it> (дата обращения: 24.06.2016).
207. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
208. Парк Р. Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение. – № 3. – 2002. – С. 3-12.
209. Пелипенко А.А. Постигание культуры. Ч. 1: Культура и смысл. – М.: РОССПЭН, 2012. – 605 с.
210. Пивоварова Ю.И. Культурная среда русской провинции 1800-1860-х гг. (на материале Воронежской губернии) : дисс. ... канд.культурологии. – Ярославль, 2018. – 180 с.

211. Пичугина О.А. Интернет-медиа в коммуникативном пространстве современного мегаполиса (на примере города Москвы). Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2014. – 190 с.
212. Плотникова М.М. Территориальный брендинг: от герба до бренда (на примере Иркутска). – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. – 101 с.
213. Подорога В.А. Метафизика ландшафта: Коммуникативные стратегии в философской культуре XX-XXI веков. – М.: Канон+, 2013. – 552 с.
214. Позднякова Е.Ю. Городская топонимия и мифология в лингвокультурологическом аспекте / Культура городского пространства: власть, бизнес и гражданское общество в сохранении и приумножении культурных традиций России / отв. ред. Д. А. Алисов. – Омск: Издательский дом «Наука», 2013. – С. 87-91.
215. Политов А.В. Хронотоп отечественной городской культуры второй половины XX века // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 2. – С. 140-147.
216. Пояснительная записка к проекту Федерального закона "О внесении изменения в статью 1 Федерального закона «О днях воинской славы (победных днях) России». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=26960;div=PRJ> (дата обращения: 10.01.2017).
217. Проблемы историко-культурной идентичности в полиэтнических обществах / отв. ред. Т.Б. Смирнова, Н.А. Томилов. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. – 168 с.
218. Пузанов К., Степанцов П. Механика Москвы. Исследование городской среды. – М.: Московский институт социально-культурных программ, 2015. – 133 с.
219. Пучков М.В. Город и горожане: общественные пространства как модератор поведения людей // Архитектон: известия вузов. – 2014. – № 45. – С. 4.

220. Пятигорский А.М., Мамардашвили М.К. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 224 с.
221. Пятые Глазычевские чтения. Городское развитие в регионах: государственные стратегии и управленческие технологии. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2017. – 64 с.
222. Рагулина М.В. Культурный ландшафт: интегральный взгляд. – Ульяновск: Зебра, 2015. – 147 с.
223. Ратти К., Клодел М. Город завтрашнего дня: Сенсоры, сети, хакеры и будущее городской жизни [Текст] / Карло Ратти, Мэтью Клодел; пер. с англ. Е. Бондал. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2017. – 248 с.
224. Рашковский Е.Б. Яков Эммануилович Голосовкер: философия в поисках человека // Яков Эммануилович Голосовкер / под ред. Е.Б. Рашковского; сост. Е.Б. Рашковский, Н.В. Брагинская. М.: Политическая энциклопедия, 2017. – С. 146-174.
225. Родькин П.Е. Бренд-идентификация территорий: новая прагматичная идентичность. – М.: Совпадение, 2016. – 247 с.
226. Романова Н.Н., Филиппов А.В. Знаки и символы. – М.: МАКС Пресс, 2003. – 74 с.
227. Ромашко С.А. Пространство диалектики. Коммуникативная среда мегаполиса // Российское экспертное обозрение. – 2006. – № 2 (16). – С. 51-54.
228. Российская провинция: среда, культура, социум. (Очерки истории города Дмитрова, конец XVIII — XX век.) / Федеральное агентство по культуре и кинематографии, Российский институт культурологии; отв. ред. Э.А. Шулёпова. – М.: КомКнига, 2006. — 456.
229. Россия как государство-цивилизация: высшие цели и альтернативы развития / Отв. ред.: В.Н. Расторгуев; науч. ред.: А.В. Никандров. – М.: Институт наследия, 2016. – 400 с.

230. Россия как цивилизация: устойчивое и изменчивое / От. Ред. И.Г. Яковенко. – М.: Наука, 2007. – 685 с.
231. Рябова Т.И. Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность : Материалы международной научно-практической конференции, 24-25 апреля 2015 г. – Брянск: Изд-во БГИТА, 2015. – 219 с.
232. Садохин А.П. Методологические контексты культурологической экспертизы // Государственная служба. – 2012. – № 4 (71). – С. 51-55.
233. Сайко Е.А. Российская провинция как социокультурный феномен : диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.11. – М., 1997. – 129 с.
234. Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. Арт-пространство умного города: перспективы развития // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. – № 12. – Ч. 4. – С. 150-153.
235. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто. – М.: Республика, 2000. – С. 93.
236. Севасьян К.А. Проблема символа в современной философии: критика и анализ. – М.: Альма Матер : Академический Проект, 2010. – 223 с.
237. Середкина Н.Н. К вопросу о методологических принципах культурно-семиотического подхода в изучении искусства индигенных народов Севера, Сибири и Дальнего востока // Человек и культура. – № 2. – 2014. – С. 127-146.
238. Силкин В.В. Культура и коммуникация: формирование мифологического сознания в информационную эпоху. – Якутск-Москва: ИП Лядов К.В. – 2015. – С. 269-275.
239. Символы. Знаки / ред. группа: Т. Каширина, Т. Евсеева, С. Тихомиров. – М.: Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2012. – 96 с.
240. Синецкий С.Б. Культурная политика XXI века: от прецедента Истории к проекту Будущего. – Челябинск: Энциклопедия, 2011. – 288 с.

241. Смирнова А.Ю. Проективный потенциал событийных коммуникаций в социокультурном пространстве // Обсерватория культуры. – 2013. – № 2. – С. 18-25.
242. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://socioline.ru/pages/av-sokolov-obschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii> (дата обращения: 11.11.2015).
243. Соловьёв В.С. Оправдание добра. – М.: Ин-т русской цивилизации: Алгоритм, 2012. – 648 с.
244. Сорокин П.А. Моя философия – интегрализм // СОЦИС. – № 6. – 1999. – С. 135.
245. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. – М.: Астрель, 2006. – 1176 с.
246. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – С. 50.
247. Социальное проектирование в сфере культуры. Прорыв к реальности. – М.: Научно-исследовательский институт культуры, 1990. – 432 с.
248. Спальные районы в ожидании смысла / Официальный портал «Невское время». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nvspb.ru/2014/03/01/spalnye-rayony-v-ojidanii-kulturnogo-smysla-53796> (дата обращения: 08.06.2018).
249. Спенсер Г. Личность и государство. – Челябинск: Социум, 2007. – 207 с.
250. Спивак Д.Л. Фундаментальные проблемы культурологии. В 7 т. – М.: Алетейя, 2008. – 1700 с.
251. Спирова Э.М. Знак и символ: психолого-философские аспекты. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2011. – 186 с.
252. Старинщиков Н.М. Формирование и продвижение имиджа города / Деловая имиджелогия. – 2009. Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru/article/413/> (дата обращения: 22.07.2019).

253. Степанов В.Н. Концептосфера и дискурс власти в немецкой философской традиции // Государственная служба. – № 1 (105). – 2017. – С. 81-87.
254. Степанов Ю.С. Семиотика. – М.: URSS, 2014. – 165 с.
255. Стиглер Дж. Дж. Гражданин и государство. Эссе о регулировании / пер. с англ. Н.В. Автономовой; науч. ред. перевода В.С. Автономов, Е.В. Худько (гл. 6, 10, 11). – М.: Изд-во Института Гайдара, 2017. – 336 с.
256. Сусоколов А.А. Культура и обмен: введение в экономическую антропологию. – М.: SPSSL – «Русская панорама», 2006. – 446 с.
257. Тарутина Е.И. Понятия «повседневность» и «провинциальность», их содержание и взаимосвязь // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – № 32. – 2006. – С. 7-9.
258. Тен Ю.П. Символ в межкультурной коммуникации : диссертация... доктора философских наук. – Ростов-на-Дону, 2008. – 333 с.
259. Тенбрук Ф. Репрезентативная культура // Социологическое обозрение. – № 3. – Т. 12. – 2013. – С. 93–120.
260. Тимофеев М.Ю. «Город невест?» Брендинг территорий и региональные идентичности : материалы всероссийской научной конференции (Иваново, 12-13 сентября 2013 года). – Иваново: Изд-во Ивановского гос. ун-та, 2013. – 115 с.
261. Тимофеева Л.Н. Управление через сотрудничество государства и общества как новый вектор общественно-политической практики // «Государственное управление Российской Федерации: вызовы и перспективы» : Материалы 15-й Международной конференции. – 2018. – С. 683-689.
262. Тойнби А. Постижение истории. – М.: Айрис-Пресс, 2008. – 640 с.
263. Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространств. – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 520 с.

264. Тульчинский Г.Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. – СПб.: СПбГУ, 2013. – 279 с.
265. Тхостов А.Ш. Психология телесности. – М.: Смысл, 2002. – 287 с.
266. Тяжелов И. «Русский марш» с препятствиями // Коммертант. – М., 2006. – 7 ноября, № 207/В (3538). – С.4.
267. Указ Президента РФ от 16.01.2017 № 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года» / Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420389221> (дата обращения: 31.10.2018).
268. Ужанков А.Н. Стадиальное развитие русской литературы XI – первой трети XVIII в. Теория литературных формаций. – М.: Издательство Литературного института им. А.М. Горького, 2008. — 528 с.
269. Ушкарев А.А. Искусство в структуре досуга москвичей // Обсерватория культуры. – 2016. – Т. 13. – № 6. – С. 670-679.
270. Фенихель О. Психоаналитическая теория неврозов. – М.: Академический проект, 2004. – 849 с.
271. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – 1072 с.
272. Фирер Н.Д. Понятие «провинциальность» в контексте определения понятий «регион» и «социальное пространство» // Регионология. – № 1. – 2005. – С. 166-176.
273. Флиер А.Я. Культурологическая интерпретация социальной реальности // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2016. – № 3 (47). – С. 39-46.
274. Флиер А.Я. Очерки теории исторической динамики культуры. – М.: Согласие, 2013. – 560 с.
275. Флоренский П.А. Итоги // Эстетические ценности в системе культуры. – М.: Ин-т философии АН СССР, 1986. – С. 122-132.

276. Фомин И.В. Категория образа как средство изучения политической действительности (на примере образа Южной Осетии в российском внешнеполитическом дискурсе) / Символическая политика. Вып. 2. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2014. – С. 40-65.
277. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 2012. – 368 с.
278. Фролов Ф.С. Культурно-лингвистическая экспансия – угроза национальной безопасности России. – М.: Маска, 2014. – 184 с.
279. Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Издательство АСТ, 2016. – С. 249.
280. Фуко М. История безумия в классическую эпоху. – М.: АСТ, 2010. – 698 с.
281. Хангельдиева И.Г. Парадоксы культурной политики в эпоху глобализации / Модернизация культуры: от культурной политики к власти культуры Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Под редакцией С.В. Соловьевой, В.И. Ионесова, Л.М. Артамоновой. 2016. – С. 265-270.
282. Хангельдиева И.Г. Цифровая эпоха: возможно ли опережающее образование? // Вестник Московского университета. Серия 20: Педагогическое образование. 2018. № 3. С. 48-60.
283. Хангельдиева И.Г. Художественные коммуникации: определение, статус, характеристики // Модернизация культуры: порядки и метаморфозы коммуникации Материалы III Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Под редакцией С.В. Соловьевой, В.И. Ионесова, Л.М. Артамоновой. 2015. С. 26-32.
284. Харви Д. Города-бунтари: от права на город к урбанистической революции // Логос. - № 3 (66), 2008. – С. 80-94.
285. Хилько Н.Ф. Методология изучения городского культурного ландшафта: структура и показатели состояния развития / Аношинские чтения: материалы I Межрегиональной научно-практической конференции /

- гл. ред. Т. Н. Золотова, отв. ред. И. А. Селезнева, Г. М. Патрушева, О. Н. Шелегина. – Омск: Издательский дом «Наука», 2017. – 322 с.
286. Холлинс Л. Города вам на пользу: Гений мегаполиса. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.
287. Холодная А.А. Культурно-семантическое пространство современного российского города : диссертация ... кандидата культурологии. – Москва, 2018. – 257 с.
288. Царева Е.А. Символ как средство понимания социокультурных изменений // Обсерватория культуры. – 2009, № 4. – С. 23-27.
289. Царева Е.А. Ю.М. Лотман: символический фактор в культурной динамике. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». – № 3. – М.: Изд-во МГОУ, 2010. – С. 149-164.
290. Человек и общество. (Культурология) Словарь-справочник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 544 с.
291. Черняковская О.С. Ресурсы городской среды для формирования идентичности горожан // Социальные преобразования и социальные проблемы. – 2009. № 11. – С. 5.
292. Цикл передач «Обретение смыслов». Выпуск № 105. Традиционализм / Официальный сайт Центра Сулакшина (Центра научной политической мысли и идеологии). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rusrand.ru/tv/meaning/traditsionalizm> (дата обращения: 08.06.2018).
293. Чичихин В. Комплексный географический образ города: определение понятия и стратегия реконструкции // Гуманитарная география: научный и культурно-просветительский альманах. – М.: Институт наследия, 2005. – Вып. 2. – С. 206-226.
294. Шайгарданова Н.Л. Парк культуры и отдыха как явление культуры и воплощение советского идеологического проекта : диссертация ... кандидата философских наук. – Екатеринбург, 2014. – 151 с.

295. Шипилов А.В. Смысл города и город-Смысл // Человек. – № 1. – 2006. – С. 5-18.
296. Шлыкова О.В. Динамика мультимедийной культуры: меняющийся мир в меняющемся социокультурном пространстве // Самоопределение России в мировом культурном пространстве: искусство, религия, политика: Коллективная монография. – М.: Московский государственный институт культуры. – 2018. – С. 125-140.
297. Шлыкова О.В. Культурный диалог регионов России: механизмы партнерства власти, общества и бизнеса // Обсерватория культуры. – 2015. – № 6. – С. 28-35.
298. Шлыкова О.В. Социокультурное проектирование в этнообразовании: якутский опыт выпускников программы «Управление в сфере культуры, образования и науки» // Государственное управление и развитие России: модели и проекты: Сборник международной конференц-сессии ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ. – М.: Проспект, 2017. – Т. III. – С. 378-383.
299. Шпенглер О. Закат Европы: очерки морфологии мировой истории. – М.: Айрис-Пресс, 2006. – 522 с.
300. Штеле О.Е. Географические особенности Волговерховья как объекта наследия и туризма // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Естественные науки. – 2017. – № 2. – С. 22-33.
301. Штеле О.Е., Шульгин П.М. Земский опыт местного самоуправления: сохранить уникальное российское наследие // Россия и современный мир. – 2016. – № 2 (91). – С. 207-213.
302. Штеле О.Е., Шульгин П.М. Исторические пути и дороги как объект культурного наследия // Наследие и современность. – 2018. – Т. 1. – № 2. – С. 95-112.
303. Шульгин П.М. Индустрия наследия. Памятники культуры как драйвер развития российских регионов // Охраняется государством страна – Российская Федерация. – 2018. – № 6. – С. 42-47.

304. Шульгин П.М. Комплексные региональные программы в работах Института Наследия // В кн.: В фокусе наследия. – М.: Институт географии РАН, 2017. – С. 96-112.
305. Экономическая культура мегаполиса: альманах центра исследований экономической культуры. – М.: Дело, 2017. – 340 с.
306. Элликсон Р. Порядок без права: как соседи улаживают споры [Текст] / пер. с англ. М. Марков (предисловие, введение, части I и III, приложение) и А. Лащев (часть II); науч. ред. перевода Д. Кадочников. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2017. – 520 с.
307. Юренева Т.Ю. Музей в мировой культуре. – М.: «Русское слово – РС», 2003. – 536 с.
308. Яницкий О.Н. Урбанизация, город, человек. – М.: Знание, 1974. – 63 с.
309. Ясперс К. Духовная ситуация времени. – М.: АСТ, 2013. – 285 с.
310. Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М.: Республика, 1994. – 527 с.
311. Abel G. Konstruktionen der Wirklichkeit. — Sedlmayr E. (Hg). Wirklichkeit, Bild, Begriff. — Berlin, 1997. – P. 76.
312. Bey H. L'art du chaos: stratégie du plaisir subversif. – Hambourg, Nautilus, 2000.
313. Carr S., Francis M., Rivlin L., Stone A. Public space. – New York: Cambridge university press, 1992. – 400 p.
314. Castells M. The informational city. – Oxford: Blackwell, 1989. – 461 p.
315. Clerval A. Paris dans le peuple. La gentrification de la capitale. – Paris: Editions La Découverte, 2016. – 280 p.
316. Corboz A. «Petite typologie de l'image urbaine», dans Lucie K. Morisset, De la ville au patrimoine urbain. Histoire de forme et de sens. – Québec: Presses de l'université du Québec, 2009. – P. 89-117.
317. Culture. Urban. Future: Global Report on Culture for Sustainable Urbane Development. Paris: UNESCO, 2016. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246291>.

318. Jeudy H.-P. La machine patrimoniale. – Paris: Circé, 2008. – 121 p.
319. Kogan L.B. Pour une politique urbaine en Russie // Diogène. — 2001. — № 194, avril-juin.
320. Kogan L.B. La politique urbaine de la Russie: le temps d'une prise de conscience // Une certaine Idée. — 2001. — № 11, 3e trimestre.
321. Lemoine S., Ouardi S. Artivisme: art, action politique et résistance culturelle. – Paris, Alternatives, 2010. – 191 p.
322. Liste du patrimoine mondial. // Site officiel de l'UNESCO. [Ressource électronique]. Régime de l'accès: <http://whc.unesco.org/fr/list> (consulté le 26.02.2016).
323. Mercier G. La ville du patrimoine mondial face au défi politique de sa propre image. // Géographie et culture «Image et espace public». – № 73. – 2010. URL: <https://journals.openedition.org/gc/>.
324. Mumford L. The Highway and the City. – New York: Harcourt, Brace and World, 1957. – P. 238.
325. Paquet S. Violence d'un médium ou tyrannie paysagère // Cahiers de géographie du Québec, vol. 53. – № 150, 2009. – P. 441-454.
326. Riffaud T., Recours R. Le street art comme micro-politique de l'espace public: entre «artivisme» et coopératisme // Cahiers de Narratologie [En ligne]. – № 30. – 2016. URL: <http://narratologie.revues.org/7484> (consulté le 05.10.2016).
327. Short J. Outside of Power? Or The Power of the Outside // Journal of social and political thought. – Vol. 1. – №. 2. – <http://www.yorku.ca/jspot/2/jshort.htm>.
328. Stolleis M. L'oeil de la Loi. Histoire d'une métaphore. – Paris, Mille et une nuits, 2006. – 127 p.