

На правах рукописи



Дианова Юлия Викторовна

**СТРАТЕГИЯ ГЕОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДИНГА ГОРОДА:
КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЕРМСКОГО ЗВЕРИНОГО СТИЛЯ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата
культурологии

Саранск 2020

Работа выполнена на кафедре дизайна и рекламы Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева».

Научный руководитель доктор философских наук, профессор
Сиротина Ирина Львовна

Официальные оппоненты:

Замятин Дмитрий Николаевич доктор культурологии, доцент, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Высшая школа урбанистики им. А.А. Высоковского, главный научный сотрудник

Барaboшина Наталья Владимировна кандидат философских наук, ФГБОУ ВО «Самарский государственный медицинский университет», кафедра философии и культурологии, доцент

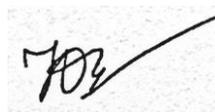
Ведущая организация МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт)

Защита диссертации состоится «25» ноября 2020 г. в 12 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д 212.117.10 при ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева» по адресу: 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68, корпус 1, ауд. 706.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени М.М. Бахтина ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева» и на сайте университета: https://www.mrsu.ru/ru/diss/diss.php?ELEMENT_ID=75713

Автореферат разослан « » октября 2020 г.

Ученый секретарь диссертационного совета



Кузнецова Ю.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Для российских городов в XXI в. открылась уникальная возможность раскрытия своего креативного потенциала на основе культурных ресурсов и культуротворчества горожан. Как справедливо утверждает Н.В. Барабошина, образы города сегодня являются консолидирующим фактором групповой и индивидуальной идентификации горожан¹. При этом успешные практики сегодня демонстрируют крупные и малые города, где реализована стратегия геокультурного брендинга города. Разработка стратегии возможна при условии эффективного взаимодействия городских администраций с научными организациями, с культурными институциями и творческими мастерскими. Несмотря на то, что в Перми на протяжении последних двух десятилетий были апробированы несколько сценариев раскрытия геокультурного потенциала («культурная столица Поволжья», «культурная столица Европы», «Пермь как стиль», «Пермский период. Новое время»), город продолжает демонстрировать сложную культурную ситуацию. Стратегия геокультурного брендинга города вполне могла быть запущена в период «культурной революции» (2008–2013 гг.), теоретическое обоснование которой выстраивалось в русле концепции креативного класса Р. Флориды. Однако ни один из культурных сценариев не нашел живого отклика у городских жителей. В отличие от Кирова, Ижевска и Уфы город Пермь в настоящее время стремительно теряет имиджевые позиции. Согласно мнению экспертов визуально-эстетический облик Перми не имеет стилевой выразительности. По выражению В.В. Абашева, город Пермь сегодня «внешне мало интересен, он как бы стерт»². При этом в общероссийском информационно-культурном пространстве Пермь устойчиво идентифицируется с медиабрендом «Реальные пацаны». Телепродюсер Я.И. Гильмутдинов в одном из интервью признал «реальных пацанов» новым культурным кодом современной Перми. С таким подходом выражали свое несогласие представители пермских творческих сообществ. «Мне всегда не нравилось, что Пермь воспринимают как провинциальный гоппический город, мне всегда хотелось это изменить», – говорил А.И. Жунев³.

Таким образом, несмотря на богатое смыслами именование начало города, через которое в новейшее время следовало бы развертывать его геокультурный потенциал («Пермь» – исторически сложившееся, древнее, мифологизированное название камской земли, образ легендарного места), Пермь накануне своего 300-летия не имеет стратегии геокультурного брендинга. Ситуация усугубляется отсутствием общегородского публичного диалога с участием не только профессиональных творческих сил, но и приглашенных людей – жителей города. Выход из данной ситуации возможен в выборе геокультурного

¹ Барабошина Н.В. Образ города как социокультурный процесс / Н.В. Барабошина // Ярославский педагогический вестник. – 2019. – № 6 (111). – С. 229.

² Турбовская К.В. «Перми стоит поменьше быть Пермью»: Разговор с профессором Владимиром Абашевым о пермской мифологии и её современном осмыслении // Новый компаньон. 2018. 6 июля.

³ Александр Жунев. Эксперименты нехудожника / Текст А.М. Жуневой. Пермь: Изд-во «Литер-А», 2019. 215 с.

основания для разработки и реализации стратегии геокультурного брендинга Перми. Причем этот выбор должен основываться на культурных явлениях, связывающих историю и современность пермской земли. Таким основанием логично признать пермский звериный стиль, стилизованные образы которого уже запечатлены в городском культурном ландшафте. К пермскому звериному стилю в XX в. время от времени обращались архитекторы, скульпторы и художники-декораторы. В настоящее время выявление искусствоведческими средствами скрытых возможностей пермского звериного стиля и творческое использование его потенциала представляется стратегически важным для Перми. Пермский звериный стиль обладает еще одним немаловажным свойством – гибкостью в современных интерпретациях его образов в средовом дизайне. Творческие действия с пермским звериным стилем могут привести к неожиданным, но перспективным для их участников результатам и стать движущей силой в реализации стратегии геокультурного брендинга Перми.

Степень теоретической разработанности проблемы. Культурная политика как фактор прогрессивного развития города стала предметом изучения для исследователей и специалистов творческих профессий еще в первой пол. XX в. За рубежом теоретическое осмысление социокультурных процессов, протекающих в городах, было постулировано в трудах М. Вебера, Л. Вирта, Г. Зиммеля, А. Лефевра, Р. Лоуи, Дж. Нельсона, Ф. Тенниса и др.

В научных трудах Н.П. Анциферова, И.М. Гревса, Л.Е. Иофы и Н.П. Пиксанова город рассматривался как сложный социокультурный организм, функционирующий за счет многогранности форм позиционирования культурного своеобразия. Л.Е. Иофа, сравнивая уральские города, отмечал, что Екатеринбург, расположенный в центре Урала, был всегда средоточием местных связей – деловых и культурных, а расположенная на периферии Пермь была представителем Урала в связях с внешним миром, транслируя достижения региона. Социокультурный подход в изучении города получил развитие в работах М.С. Кагана, Д.С. Лихачева, Ю.М. Лотмана, В.Н. Топорова и др.

В контексте социокультурных исследований на рубеже XX–XXI вв. возникла теория креативного города. Ее концептуальные основы были изложены в книгах Ч. Лэндри «Креативный город» (2000), Дж. Хокинса «Креативная экономика. Как делать деньги из идей» (2001) и Р. Флориды «Креативный класс» (2002). Этим исследователям удалось привлечь внимание специалистов по городской проблематике своим оригинальным подходом к пониманию «креативности», «креативной среды», «креативной экономики». Разность исследовательских позиций заключалась в вопросе о том, как и какими средствами создавать в городах креативную среду.

У зарубежных исследователей, представляющих разные направления, находим как положительные, так и критические позиции по концептам теории креативного города (К. Айвсон, Т. Борен, Д. Джейкобс, Г. Дуглас, Н. Камиллери, Н. Клифтон, Ю. Маккен, К. Малкахи, Д. Меркель, Д. Пек, Э. Пратт, К. Уорд и др.). Некоторые идеи о креативной экономике получили концептуальное

развитие в таких направлениях, как «сетевая креативность» (К. Литтлтон и С. Тейлор), «креативность и альтернативные публики» (К. Айвсон) и т.д.

Интерес российских исследователей к теории креативного города был обусловлен обращением к трудам Ч. Лэндри и Р. Флориды. Креативный город получил признание как модель перспективного городского развития, реализация которой приводит к развитию инновационных творческих индустрий и преобразованию архитектурного облика города (И.А. Соловьева, Д.П. Фролов). Анализ концепции креативного класса Р. Флориды проводился А.А. Волошинской, А.А. Желниной, В.М. Комаровым, С.П. Лапаевым, А.Ю. Масленниковой, В.С. Мартьяновым, В.С. Мельниченко, Е.А. Сачковой, И.В. Стародубровской, В.Ш. Сургуладзе, Н.Г. Федотовой и др. Рассмотрение положений теории Ч. Лэндри о творческом действии в креативном городе осуществлялось Г.Е. Гун, Л.Р. Зотовой, А.Ю. Ильичевым, С.С. Касаткиной, В.М. Комаровым, В.С. Мартьяновым, А.П. Моденовой, О.А. Полюшкевич, И.П. Прядко, Д.И. Сапоновым и др.

Реализация властями «пермского культурного проекта» некоторыми исследователями была теоретически привязана к концепции Р. Флориды (А.А. Волошинская, В.М. Комаров, Д.Л. Лободанова, И.В. Стародубровская, А.В. Фрицлер, В.В. Шилов). Впоследствии оформилась исследовательская позиция о том, что модель Р. Флориды может быть осуществлена только в тех российских мегаполисах, где уже создана инновационная экономика и трудовые ресурсы обладают высокой мобильностью. Анализируя итоги «пермского культурного проекта», пермские исследователи выдвинули тезис о том, что развивать социокультурную сферу города, делая его пространства креативными, необходимо на основе местного историко-культурного наследия (С.М. Аристова, П.М. Королев, В.В. Шилов). В числе культурных ресурсов Перми назывались «пермский геологический период», «пермская деревянная скульптура», «пермский театр», «пермский звериный стиль» (О.В. Лысенко, О.В. Игнатъева, А.В. Шишигин).

Проблематика пермского звериного стиля как историко-культурного наследия пермской земли впервые получила развитие в исторических исследованиях (А.А. Спицын, А.В. Шмидт, В.А. Оборин, Ю.В. Балакин, А.М. Белавин, А.В. Голдобин, Л.С. Грибова, Н.Б. Крыласова, А.Ф. Мельничук, Г.Н. Чагин). В трудах историков раскрывалось древнее искусство металлической пластики, в котором нашли отражение образы людей, животных и фантастических существ. А.В. Вострокнутовым, Ю.А. Кокшаровой, Н.В. Кошаевым, Л.И. Липиной, Е.А. Подшиваловой на основании новейших археологических открытий были уточнены вопросы, связанные с сакральными и хозяйственно-бытовыми аспектами пермского звериного стиля.

Вывести пермский звериный стиль за рамки исторического изучения и исследовать его культурологический потенциал предложил В.В. Абашев. Он включил пермский звериный стиль в систему «пермского текста» и определил возможности его изучения в рамках культурно-семиотического подхода. Вслед за этим сложилось направление, определившее предмет своего

изучения пермский звериный стиль как неотъемлемый элемент современного культурного ландшафта Перми и поселений Пермского края (О.В. Игнатьева, П.Ф. Лимеров).

Большое значение для диссертационного исследования имеют работы по изучению культурного ландшафта российских городов. Вопросы семантики городских культурных ландшафтов изложены в трудах Л.Ю. Антоновой, Н.В. Барабошиной, М.А. Беляевой, Е.Я. Бурлиной, Ю.А. Веденина, Н.Ю. Замятиной, В.Л. Каганского, Е.Н. Коваленко, Т.М. Красовской, Т.В. Куличенко, О.А. Лавреновой, А.В. Лисицыной, Т.А. Смолицкой. Проблемы исследования хронотопологии города – предмет рассмотрения Е.Я. Бурлиной, Н.И. Ворониной, Т.С. Злотниковой и др. Системному исследованию брендинга российских городов посвящены труды К.Е. Безенкова, И.С. Важениной, Д.В. Визгалова, Т.П. Гореловой, А.А. Гуцалова, Н.П. Кетовой, Н.Ю. Ланцевской, М.В. Мининой, В.Н. Овчинникова, П.Е. Родькина, И.Л. Сиротиной, Е.Д. Тасиной и др.

Для разработки концепции диссертации важное значение имели работы Д.Н. Замятина и Н.Ю. Замятиной, в которых раскрываются концептуальные основы теории геокультурного брендинга городов. Так Д.Н. Замятин представил результаты анализа состояния культурного ландшафта уральских городов.

Рассматривая искусствоведческий потенциал пермского звериного стиля в предметно-пространственной среде Перми, отдельно выделим группу трудов, в которых содержатся результаты исследований ведущих российских специалистов в сфере дизайна: И.С. Важенина, Е.А. Заева-Бурдонская, Н.Г. Елинер, О.В. Ефремова, Г.Ф. Терещенко и др. Констатируем отсутствие научных публикаций, посвященных вопросам прикладного использования пермского звериного стиля в средовом дизайне. Темы использования стилизованных образов пермского звериного стиля в жилом интерьере, в проектировании художественного образа уличного пространства остаются сегодня вне поля зрения исследователей.

Обзор научной литературы подчеркивает актуальность темы диссертации, указывает на ее связь с социальными и гуманитарными науками. Проведенный анализ показывает, что тема выявления креативного потенциала пермского звериного стиля с целью создания креативного города и в целом в стратегиях геокультурного брендинга в пространстве культурологического дискурса и в искусствоведческом плане специально не исследовалась. Данное диссертационное исследование претендует на восполнение этого пробела.

Объектом исследования является модель креативного города как стратегия геокультурного брендинга современных городов.

Предмет исследования – креативный потенциал пермского звериного стиля в дизайне городской среды в ракурсе стратегии геокультурного брендинга.

Цель диссертационной работы – исследование перспектив репрезентации пермского звериного стиля в средовом дизайне Перми для создания перспективной модели креативного города в качестве стратегии геокультурного брендинга.

Достижение указанной цели в процессе диссертационного исследования потребовало решения следующих **задач**:

- выявить методологические и теоретические основания геокультурного брендинга города;
- разработать модель креативного города в качестве стратегии геокультурного брендинга города;
- проследить динамику развития геокультурного потенциала Перми в XXI в.;
- раскрыть феноменальные смыслы образов пермского звериного стиля;
- сформулировать проектные предложения по использованию пермского звериного стиля в разработке перспективной модели креативного города как стратегии геокультурного брендинга Перми;
- выявить креативный потенциал пермского звериного стиля в культуротворческой деятельности: средообразующие возможности колористических сценариев, композиционные особенности современных дизайн-форм, тематику интерьерной декорации.

Гипотеза исследования. Геокультурный брендинг города предполагает активное вовлечение городского населения в процесс культуротворческой деятельности в целях развития креативности городских пространств. Важным геокультурным ресурсом Перми является пермский звериный стиль, обладающий мощным креативным потенциалом. Образы архаических культур, обращение к которым в современных проектных творческих действиях основывается на художественном опыте и искусствоведческой практике, могут выступать как составная часть геокультуры территории. Образы пермского звериного стиля через культуротворческую деятельность горожан получают возможность быть представленными не только в визуальной эстетике городского пространства Перми, но и в интерьерной среде (в том числе жилом интерьере). Сочетание роста познавательных интересов пермяков к истории древней пермской земли и уровня развития проектной культуры в городе позволяют говорить о том, что Пермь готова к реализации перспективной модели креативного города.

Методологической основой и научно-теоретической базой диссертации послужили фундаментальные исследования в области культурологии, искусствоведения, эстетики, работы в области археологии, истории, музееведения, этнографии, а также труды теоретиков и практиков дизайна.

Исходя из концептуального положения о том, что модель креативного города подразумевает максимальную интеграцию культуры с другими сферами (экономикой, политикой, управлением, архитектурой, дизайном, туризмом), решение рассматриваемых в диссертации проблем осуществляется на основе комплексного *междисциплинарного подхода*.

В диссертационном исследовании применялся историко-культурный и искусствоведческий анализ. Историко-культурный анализ предполагает выявление исторически сложившихся образов пермского звериного стиля, смысловых основ их архаической символики, рассмотрение динамики развития

геокультурного потенциала Перми в XXI в. и особенностей реализации стратегий геобрендинга российских городов (Киров, Уфа и др.). Применение искусствоведческого анализа позволяет выявить композиционные и колористические особенности предметов музейных коллекций пермского звериного стиля для определения перспективных форм стилизации объектов дизайна. В авторских проектных предложениях подчеркивается значимость искусствоведческих приемов по формированию художественного образа интерьерной среды. Большое внимание уделяется выявлению возможностей презентации пермского звериного стиля в культуротворческих практиках, нацеленных на преобразование городской среды.

В диссертации имеют место *описательный* и *объяснительный* методы, методы *системного анализа* и *сравнения* в работе с историческими источниками, музейными экспонатами с образами пермского звериного стиля, реальными объектами средового дизайна.

В исследовании применялись общенаучные и специальные методы:

- *сравнительно-исторический*, способствующий выявлению основных образов пермского звериного стиля, а также сложившейся в историографии палитры исследовательских оценок артефактов пермского звериного стиля;

- *феноменологический*, позволяющий рассматривать пермский звериный стиль как древнепермское искусство «говорящего слова», характеризовать семантику его образов;

- *интегративный*, позволяющий использовать достижения социально-гуманитарных наук при решении задач, поставленных в диссертационном исследовании;

- *формально-стилистический*, дающий возможность отображения художественного потенциала традиционных форм пермского звериного стиля в объектах современного дизайна;

- *метод моделирования* в части визуализации авторских вариантов проектных решений в контексте разработки модели креативного города.

Достоверность и объективность результатов диссертационного исследования обеспечиваются опорой на теоретические и методологические положения, разработанные в теории и истории культуры, в искусствоведении, в исторической науке, в дизайне.

Решение рассматриваемых в диссертации проблем опирается на концепцию геокультурного брендинга территорий и городов в том виде, в котором она представлена в трудах Д.Н. Замятина, а также на теорию креативного города Ч. Лэндри, в особенности, на положение о *творческом действии*.

В процессе разработки проектных предложений по использованию пермского звериного стиля для разработки перспективной модели креативного города были учтены практические рекомендации, выработанные Д.В. Визгаловым, Н.П. Кетовой, П.Е. Родькиным в рамках маркетингового подхода к брендингу городов. Теоретическим основанием диссертационной работы также послужили работы В.В. Абашева о «пермском тексте», О.В. Игнатъевой о пермском зверином стиле как культурном явлении Прикамья,

В.А. Оборина, Г.Н. Чагина и А.Ф. Мельничука о семантике образов пермского звериного стиля, М.А. Беляевой об особенностях культурологического направления в изучении городских брендов, Н.В. Барабошиной об образе города как динамичном смысловом конструкте культуры, О.В. Ефремовой о художественном подходе к жилой среде.

Научная новизна исследования заключается в придании пермскому звериному стилю атрибутов геокультурного ресурса, предназначенного для реализации стратегии геокультурного брендинга города Перми, а также в комплексном искусствоведческом изучении креативного потенциала пермского звериного стиля для осуществления культуротворческой (художественной, технико-эстетической, дизайнерской) деятельности пермяков; определении места существующих стилизованных образов пермского звериного стиля в визуально-эстетической среде Перми; выявлении и конкретизации смысловых характеристик образов пермского звериного стиля, в том числе представленных в современных художественных, театральных и мультимедийных постановках; демонстрации средообразующих возможностей колористики пермского звериного стиля для их перспективного использования в цветовых решениях предметно-пространственной среды Перми; разработке проектных предложений по созданию концептуального образа Перми как креативного города.

Положения, выносимые на защиту:

1. Сценарий креативного развития городской среды, основанный на модельной привязке «культурные ресурсы территории – творческое действие ее населения», является необходимым условием для реализации стратегии геокультурного брендинга. В российских городах, избравших креативность как метод эксплуатации и возобновления культурных ресурсов, основы стратегии геокультурного брендинга формулируются с прицелом на будущую перспективную модель креативного города, которая, при условии ее практической реализации, может послужить базой для разработки последующей геобрендинговой стратегии. Проведенный анализ выявленных геокультурных оснований для Перми позволяет вывести из их среды пермский звериный стиль в качестве особого геокультурного ресурса. Творческие действия с пермским звериным стилем поддержат уже существующие креативные практики в визуальной эстетической среде города, придадут гражданским инициативам творческий характер и позволят запустить механизмы реализации эффективной стратегии геокультурного брендинга Перми. Вовлечь городские сообщества в креативную деятельность по продвижению пермского звериного стиля предлагается как через имеющиеся каналы (городской портал «Управляем вместе», конкурсы по благоустройству, фестивальные программы), так и через организацию постоянно действующих площадок по профессиональному обучению основам художественного мастерства, дизайна, декорирования.

2. В современной репрезентации образов пермского звериного стиля в керамике, живописи, скульптуре, графике и архитектуре произведения авторов-творцов ориентированы более на феноменальное «ядро» (мифы, легенды, предания), чем на исторические факты. Креативное видение образов

пермского звериного стиля позволяет выйти из строго аргументированного историко-фактического поля в формат искусствоведческих интерпретаций, посредством которых возможна не только репрезентация образов пермского звериного стиля, но и ассоциируемых с ним образов «пермскости».

3. Геокультурные возможности уличной среды города раскрываются в энергичной деятельности творческих людей, посредством которой становится реальной перспектива создания креативных сценариев развития уличной городской сети. Проектирование художественного образа пешеходной улицы в пермском зверином стиле – это креативный сценарий, позволяющий наполнить ее пространство новыми культурными объектами и прогнозировать вариации ее визуально-эстетического облика. Существующие объекты городской среды Перми, стилизованные в пермском зверином стиле, предлагается соединять посредством креативной уличной инфраструктуры.

4. Успешное продвижение геокультурного бренда Перми, приуроченное к 300-летию юбилею города, позволит в среднесрочной перспективе приступить к разработке будущей перспективной модели креативного города на основе создания нового стиля – «пермского анималистического стиля». Последующую же геобрендинговую стратегию возможно выстраивать на таких геокультурных основаниях, как пермский звериный стиль, «пермский геологический период», «уральская мифология», «пермские древности».

5. При проектировании стилевых решений объектов среды (архитектурный, интерьерный декор, предметы быта) рекомендуется опираться на композиционные основания и средства выразительности, заключенные в материальных предметах средневекового искусства («образы-первоисточники»). Ценность и уникальность изделий для потребителя определяется художественным выражением тематики «пермского характера». Разнообразие материалов, колористических и фактурных решений, а также методов компьютерного и графического моделирования позволяет в итоге создать гармоничную оригинальную композицию.

6. Исследование средообразующих возможностей колористики объектов пермского звериного стиля на предмет их перспективного использования в цветовом проектировании предметно-пространственной среды Перми позволило разработать экспериментальную модель колористической палитры. Данную модель предлагается использовать при разработке колерных паспортов общественных и жилых зданий, вариантов интерьерного декора, в продвижении фирменного стиля для транспортной сети города, а также для придания местного колорита сувенирной продукции и решения проблемы обезличенности фестивальных (праздничных) площадок.

Теоретическая и практическая значимость исследования обусловлена его целью, задачами и выбором научных методов, позволивших провести комплексный анализ перспектив репрезентации пермского звериного стиля в средовом дизайне Перми. Основные идеи и теоретические положения могут быть использованы в процессе разработки культурологической теории создания городских брендов.

Материалы диссертационного исследования могут применяться в учебном процессе образовательных организаций: в учебных курсах по культурологии, теории и истории культуры, теории дизайна, по проектированию средового пространства, для подготовки специальных семинаров и разработки методических пособий. Выводы и результаты могут быть использованы в научных исследованиях, посвященных проблеме репрезентации культурного наследия пермской земли, а также быть востребованы в качестве научно-методической основы при разработке геокультурной политики региона и геокультурного брендинга малых городов Пермского Прикамья. Материалы диссертации могут быть востребованы дизайнерами, практикующими разработку проектов в национальной и региональной стилистике.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические положения и выводы диссертационного исследования выносились на обсуждение на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях. В их числе международная научно-практическая конференция «Символический капитал традиционной культуры: опыт прошлого в моделях будущего» (Саранск, 2018), международные Педагогические чтения, посвященные памяти проф. С.И. Злобина (Пермь, 2018; 2019); международная научно-практическая конференция «Социокультурные, этнические и языковые процессы на евразийском пространстве» (Уфа, 2019), всероссийская конференция аспирантов и молодых ученых «Города и местные сообщества» (Пермь, 2018; 2019), всероссийская научно-практическая конференция «Современный город: власть, управление, экономика» (Пермь, 2017; 2018; 2019); краевая научная конференция «Прогрессивные технологии в архитектуре и строительстве» (Пермь, 2018; 2019). Для обсуждения отдельных проектных предложений по использованию стилизованных образов пермского звериного стиля в средовом дизайне города диссертантом был организован и проведен в рамках VI Открытого Регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (Workskills Russia) Пермского края: круглый стол «Креативный город: культурная среда и творческий потенциал современной Перми» (Пермь, 13 февраля 2020 г.). Ряд авторских проектных предложений был представлен в публичной презентации по итогам проведения районного конкурса по разработке схемы благоустройства ул. Макаренко и пешеходной части ул. Крупской Мотовилихинского района г. Перми (г. Пермь, 29 октября 2019 г.).

Диссертация обсуждена на заседании кафедры дизайна и рекламы Института национальной культуры ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева».

Публикации. По теме диссертации опубликовано 26 научных статей, 13 из них в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

Соответствие паспорту специальности. Проблематика и выводы диссертации соответствуют паспорту специальности 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология), а именно п. 1.9. Историческая преемственность в сохранении и трансляции культурных ценностей и смыслов, п. 1.17. Компоненты культуры (наука, мораль, мифология, образование, религия, искусство),

п. 1.29. Культурная политика общества, национальные и региональные аспекты культурной политики, п. 1.32. Система распространения культурных ценностей и приобщения населения к культуре.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав (восьми параграфов), заключения, библиографического списка, включающего 265 наименований, и приложения. Объем диссертационного исследования составляет 230 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, выдвигается гипотеза, обозначается научная новизна, излагаются основные положения, выносимые на защиту, раскрывается теоретико-практическая значимость работы, приводятся данные по апробации результатов, описывается структура работы.

В **первой главе «Методологические основания геокультурного брендинга»**, включающей два параграфа, дается характеристика основных теоретико-методологических подходов к брендингу городов, раскрываются концептуальные взгляды на модели «креативного города», демонстрируются примеры реализации проектов по развитию креативности в российских городах, а также излагаются авторские положения о динамике развития геокультурного потенциала Перми в XXI в.

В первом параграфе **«Брендинг территорий и креативность городской среды»** диссертантом были проанализированы сложившиеся в науке подходы к брендингу территорий и городов. Маркетинговый подход, социологический подход, культурно-ландшафтные исследования и геокультурный брендинг территорий и городов в настоящее время являются наиболее методологически обоснованными и востребованными в современном междисциплинарном научном поле. Экспертное обсуждение в рамках данных подходов таких социокультурных понятий, как «имиджевые ресурсы», «образ места», «культурный ландшафт», «бренд-идентификация», «городская идентичность» определяет характер исследований параметров конкурентоспособности российских городов. Сформулированные в рамках теории территориального брендинга понятия, принципы и методики нашли применение в качественно новом формате изучения современного города – в поиске эффективных средств моделирования его креативной среды.

Опираясь на идеи Д.Н. Замятина⁴, диссертант выделяет отличительные характеристики геокультурного подхода. Главная цель геокультурного брендинга ориентирована на развитие идентичности городских сообществ и на те события, которые актуализируют образ города. Поэтому геокультурный брендинг востребован в интерактивной культуре, современном искусстве, туризме.

⁴ Замятин Д.Н. Геокультурный брендинг территорий: методология и методика // Библиотечное дело. 2015. № 4 (238). С. 5–10.

Геокультурный брендинг городов представляется как перспективная сфера интеллектуальной занятости и вид креативных индустрий. В свете дискуссии о необходимости разработки культурологической теории создания городских брендов диссертант считает, что именно концепция геокультурного брендинга территорий и городов может выступить в качестве методологического основания для этой теории.

Проведенный диссертантом анализ моделей креативного города позволил сделать вывод о том, что применительно к российским городам модель Р. Флориды имеет шансы на успешное воплощение при условии ее использования в рамках маркетингового подхода. В то же время модель Ч. Лэндри следует использовать в ходе реализации стратегии геокультурного брендинга города. Примеры создания креативной городской среды в русле концептов о творческом действии Ч. Лэндри можно обнаружить в г. Кирове (местный ресурс: «Дымковская игрушка»), г. Мышкине («Мышиное царство – музей русской провинции»), г. Каргополе («Народные ремесла Северной земли»), г. Ирбите и г. Красноуфимске («Ирбитская ярмарка» и «Город земских традиций») и др.

Во втором параграфе **«Геокультурный потенциал Перми в XXI веке»** диссертантом были выявлены и охарактеризованы основные тенденции в динамике развития геокультурного потенциала Перми в XXI в.

В рассматриваемый период времени в Перми проходили апробацию различные варианты трансформации городского культурного ландшафта. В 2000-е годы, несмотря на статус краевого центра, город не становился лидером в развитии комфортной среды, творческой энергии и местом притяжения креативных индустрий. Исправить ситуацию могли либо консолидация местных творческих сил в деле создания эффективной модели городского развития, либо амбициозный мегапроект международного уровня. Последний вариант оказался наиболее востребованным и был реализован в формате «пермского культурного проекта» (2008–2013 гг.). Брендинговые инициативы исходили от региональных властей и столичных экспертов. Краткая по времени «культурная революция» в Перми дала действительно ощутимый сдвиг в преобразовании городского пространства, стартовал процесс создания креативных площадок для реализации, прежде всего, маркетинговых стратегий. Однако имеющийся геокультурный потенциал Перми, основаниями которого следует считать маркеры уральского геокультурного пространства и символический, смысловой капитал пермской земли, не был задействован при формулировании основ социокультурной политики региона и, соответственно, в процессе проектирования модели креативного города. На протяжении последних нескольких лет единственной брендинговой траекторией, выдвигаемой властями, является комплекс юбилейных мероприятий, посвященных 300-летию Перми. При этом следует констатировать отсутствие в настоящее время стратегии презентации геокультурного потенциала как на уровне региона, так и во всероссийском масштабе. Со стороны научного сообщества предпринимаются попытки осмысления проблемы пермской идентичности, однако они не выходят за рамки локальных профессиональных дискуссий.

С целью выявления и характеристики геокультурных ресурсов диссертантом была разработана геокультурная схема Перми. Диссертант утверждает, что сегодня в визуально-семантическом каркасе города Перми соседствуют образы, характерные для уральского геокультурного пространства («Хребет России», «оборонный щит страны», «горнозаводской город», художественные образы из сказов П.П. Бажова, образы уральского искусства и др.), и образы уникальные, воссоздающие в визуальном облике города представления об идентичности пермской земли: «Кама-река», «Пермяк – соленые уши», «пермские древности», «деревянные боги» и др. Их узнаваемость и репутация как пермских идентификаторов сегодня всецело поддерживается культурными институциями, СМИ, творческими студиями и мастерами стрит-арта. Однако в открытом общественном пространстве города эти символы представлены довольно фрагментарно. Отдельные скульптурные композиции и реализованные дизайнерские проекты не создают целостное визуальное восприятие данных образов. В то же время образы пермского звериного стиля представлены не только в скульптурных композициях, но и в различных инфраструктурных объектах городской среды. Поэтому в качестве базисного основания модели креативного города и особого геокультурного ресурса для Перми предлагается именно пермский звериный стиль.

Во второй главе **«Креативный потенциал пермского звериного стиля»** диссертантом раскрываются смысловые характеристики образов пермского звериного стиля, выявляется креативный потенциал стиля для культуротворческой деятельности и формулируются проектные предложения по использованию звериного стиля в разработке перспективной модели креативного города в качестве стратегии геокультурного брендинга Перми.

В первом параграфе **«Семантика образов пермского звериного стиля»** диссертант, опираясь на результаты историко-археологических исследований А.М. Белавина, О.В. Игнатъевой, Н.Б. Крыласовой, Л.И. Липиной, А.Ф. Мельничука, В.А. Оборина, Г.Н. Чагина и других специалистов, рассматривает сакральные смыслы образов пермского звериного стиля. К основным отнесены образы «медведя в жертвенной позе», «человекоколей», ящеров, водоплавающих и летающих птиц, волка (собаки), лошадей, «женских богинь», а также образы людей и семьи. В них передаются легендарные сведения о прошлом пермской земли, позволяющие сегодня интерпретировать смысловую сюжетность звериного стиля: «таинственный», «мифический», «архаический», «подземный», «хтонический», «животрещущий», «камский Чудовой». Древнепермское искусство побуждает людей к творческому действию с образами звериного стиля в практике современной репрезентации.

В процессе художественного осмысления возникает необходимость выхода из строго аргументированного историко-фактического поля в формат искусствоведческих интерпретаций, посредством которых возможна не только репрезентация образов пермского звериного стиля, но и ассоциируемых с ним образов «пермскости». В данном случае диссертант поддерживает точку зрения В.В. Абашева, который отмечал, что «то, что с точки зрения историка

представляется фикцией, может оказаться самым реальным и действенным фактом семиотики города: предание, слух, художественный вымысел»⁵.

Необходимость расшифровки языка древних пермских культур предполагает не простое следование принципу первоочередного понимания людей прошлого, а комплексное изучение условий существования человека в естественной среде эпохи, в том числе мировоззренческие аспекты. «Звериные» атрибуты (например, голова лося, медведя) визуально передавали своего рода интимную связь людей и животных. Причем, надо также иметь в виду, что древние мастера выражали и художественный, иллюзорный замысел в своих изделиях. Так, в Ломоватовской культуре многие зооморфные образы уже подвергались стилизации. Отсюда следует признать, что в познании семантики образов пермского звериного стиля формально-логический метод малоэффективен. Поэтому и в современной репрезентации образов звериного стиля в керамике, живописи, скульптуре и архитектуре произведения авторов-творцов скорее ориентированы на феноменальное «ядро» (легенды, предания), чем на исторические факты.

Особое внимание диссертант уделяет творческим проектам городского масштаба, в которых образы пермского звериного стиля подавались средствами художественной выразительности. Такие успешные арт-проекты, как «Чудо чуди» (6–26 апреля 2018 г., Центр городской культуры), во-первых, создают условия для дальнейшего продвижения иконографических образов звериного стиля в городском культурном ландшафте. Во-вторых, практическим результатом обращения художников и скульпторов к семантике пермского звериного стиля следует считать создание фондовых коллекций, на основе которых представляется возможным разработка перспективных творческих проектов по формированию дизайн-концепции в городской общественной и жилой среде (наружная реклама, дизайн-код города, стилевые решения в жилом интерьере и др.). В-третьих, на основе современных феноменологических и этнофутуристических представлений о пермском зверином стиле появляются новые возможности моделирования геокультурных взаимодействий Перми и поселений Пермского края с регионами-соседями – с Удмуртской Республикой, Республикой Коми и др.

Во втором параграфе **«Пермский звериный стиль в уличном пространстве Перми: проектные предложения»** сформулированы авторские проектные предложения по использованию пермского звериного стиля в уличном общественном пространстве г. Перми.

Уличная среда в современном городе – это универсальная территория для общественной активности, развития благоустройства и озеленения. При этом диссертант показывает, что проектирование художественного образа улиц города представляется социально-значимой деятельностью по формированию выразительного, учитывающего принципы художественно-стилистического образа, целостность и уникальность. К созданию такого образа необходимо

⁵ *Абашев В.В.* Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь: Изд-во Пермского университета, 2000. С. 25.

привлекать местные сообщества, включая профессионалов и любителей. Без их активного участия невозможно реализовать проект организации уличного пространства, который, кроме функциональных аспектов, имел бы эмоционально-художественную направленность, открывал для городских слоев широкие возможности культурно-познавательного досуга. Для Перми тема создания комфортных, приятных улиц для передвижения пешеходов, маломобильных групп населения и велосипедистов является приоритетной в повестке проходящих в городе массовых мероприятий (фестивали, шествия).

Принимая во внимание заметную активность пермских муниципальных органов и общественных организаций в деле организации и проведения конкурсов по благоустройству уличной среды в период подготовки к 300-летию юбилею города, диссертантом был разработан модельный проект «Пермский звериный стиль: Мотовилихинский район». На его основе была подана заявка на участие в конкурсе на разработку лучших дизайн-проектов по благоустройству части ул. Макаренко и части пешеходной ул. Крупской, Мотовилихинского пруда, объявленный 28 мая 2019 г. администрацией Мотовилихинского района и Пермской региональной организацией «Улица детства». На территории района в период Средневековья существовали поселения пермских архаических культур, для которых пермский звериный стиль имел как сакральное значение, так хозяйственно-бытовую и эстетическую направленность их повседневности. Предварительный анализ современного состояния культурного ландшафта Мотовилихинского района г. Перми показал, что в настоящее время в уличном пространстве, бульварах, скверах и зонах отдыха стилизованные образы пермского звериного стиля присутствуют лишь эпизодически (например, в рамках программы «Pera таа»; интерактивная площадка «Звериный стиль. Версия 2.0»).

Модельный проект был призван продемонстрировать перспективы создания к 300-летию Перми уникального места притяжения горожан и гостей города с обязательной привязкой к уже существующим в городе экстерьерным решениям (фасады заданий), арт-объектам и малым архитектурным формам в стилистике пермского звериного стиля, которые были созданы городскими мастерами в 2000-е гг. Применение разнообразных техник компьютерно-графического моделирования позволило диссертанту разработать авторские варианты оформления элементов уличной инфраструктуры (тематические скульптуры, игровые зоны, амфитеатр, скамейки, лавки, ограждения и др.).

По итогам публичных защит и голосования экспертов проект диссертанта был признан лучшим в номинации «Профессионалы». Наибольшее одобрение жюри получила авторская идея создания в уличном пространстве парка больших скульптур, стилизованных в пермском зверином стиле.

Таким образом, ядром креативного сценария оформления улицы является концепция стилевого оформления, нацеленная на публичный социальный эффект. При этом важно не только делать уличную среду интересной и комфортной для горожан. По существу, эту задачу можно решить и с помощью привычных техник и средств стрит-арта. Диссертант подчеркивает, что идейно-

художественная основа проектного решения должна основываться на историческом и философско-культурологическом контекстах.

Подводя итоги параграфа, диссертант подчеркивает, что проектирование художественного образа пешеходной улицы в пермском зверином стиле – это креативный сценарий, позволяющий наполнить ее пространство новыми культурными объектами и прогнозировать вариации ее визуально-эстетического облика в долгосрочной перспективе. Посредством развития креативной уличной сети диссертант предлагает соединять все объекты материальной инфраструктуры Перми, стилизованные в тематике пермского звериного стиля (здания, подсветка, остановочные комплексы, арт-объекты).

В третьем параграфе **«Пермский анималистический стиль» для перспективной модели креативного города в Перми»** диссертант предлагает использовать всю совокупность творческих действий с пермским звериным стилем как базисное основание для разработки модели креативного города в качестве стратегии геокультурного брендинга города.

Исходя из утверждения о том, что творческие действия с пермским звериным стилем могут привести к перспективным для их участников результатам и стать движущей силой в реализации стратегии геокультурного брендинга Перми, диссертант аргументирует обоснованность предложений по разработке будущей перспективной модели креативного города на основе создания нового стиля – «пермского анималистического стиля».

Анималистическая стилистика закрепились в средовом дизайне российских городов. Диссертант выделяет конструктивные основания, на которых может происходить формирование и развитие анималистического стиля в средовом дизайне города: историко-культурное основание (хунно-сарматский, скифо-сибирский, пермский звериные стили); наличие устойчивых во времени семантических образов животных, в том числе фантастических образов; культуротворческие практики обращения с данными образами, их перенос в общественное и жилое пространство; воспроизводство колористических композиций и искусствоведческих средств раскрытия стилевых акцентов в городской среде; включение анималистических концептов в геобрендинговую стратегию города (бренд-образы, логотипы).

Диссертант считает, что для формирования в средовом дизайне Перми «пермского анималистического стиля» имеются все необходимые условия. Во-первых, образы животных, подвергающиеся стилизации в процессе культуротворческой деятельности, не всегда верно распознаются городскими жителями. Подобное явление наблюдается со стилевым оформлением городского общественного транспорта. Скульптура «И была древняя легенда...» Д.А. Прибыльнова (2007), представляющая собой двух человекокопий, у многих пермяков ассоциируется с «кузнечиками», хотя она создана по «канонам» пермского звериного стиля, представляя трехчастную композицию нижнего, среднего и верхнего миров. Во-вторых, в краеведческих музеях Перми и Пермского края важными экспонатами, вызывающими восхищение пермяков, являются мамонты. В празднично-фестивальном движении образ «пермского»

мамонта периодически презентуется, однако в городе нет ни одной тематической скульптуры или арт-объекта, связанного с этим образом. В частности, это вызвано тем, что образ мамонта не укладывается ни в образно-сюжетную линию «пермского геологического периода», ни в образы пермского звериного стиля. По мнению диссертанта, образ «пермского» мамонта займет свое символическое место в «пермском анималистическом стиле». В-третьих, так как историко-культурным основанием для «пермского анималистического стиля» предлагается пермский звериный стиль, имеет смысл задействовать его сюжетно-смысловые повествования. Так, смысловой контекст, заложенный в предметах пермского звериного стиля, иллюстрирует трехчастную модель мироздания, выраженную мирами: верхним, средним и нижним. В то же время образы хуннских и скифо-сибирских культовых изделий имеют двухчастную структуру, выраженную в антагонистических представлениях (добро и зло, жизнь и смерть, белое и черное). В творческом действии с «анималистическим стилем» можно трансформировать эту трехчастную модель в трехуровневую категорию образов:

- верхний уровень – мифические (фантастические) образы, например, образы «человекоколей», «люди-птицы»;
- средний уровень – натуралистические образы животного мира, которые презентуются в работах художников-анималистов, писателей;
- нижний уровень – реально-исторические образы (археологические), например, образы мамонта (трогонтериевый слон), звероящеров.

Таким образом, уникальный набор образов, воссозданный на основе местной фауны, статичные и динамичные сюжеты фантазийного и реального, природного мира, а также материал для изготовления изделий, являющийся природным ресурсом территории Прикамья, – все это позволяет говорить о том, что «пермский анималистический стиль» получит признание наряду с современными евразийскими анималистическими направлениями.

В третьей главе «**Проектирование концептуального образа Перми как креативного города**», включающей три параграфа, выявляются композиционные особенности исторических артефактов, а также современных дизайн-форм, средообразующие возможности колористических сценариев, описываются авторские практики тематической интерьерной декорации.

В первом параграфе «**Особенности построения композиции в объектах пермского звериного стиля и их современных дизайн-формах**» диссертант рассматривает композиционные черты исторических артефактов, а также их современных дизайн-форм.

В процессе проектирования стилевых решений объектов в прикладных сферах (архитектурный и интерьерный декор, ремесленные изделия, предметы быта) следует опираться на композиционные принципы, выработанные еще средневековыми мастерами. Выразительность образов в изделиях достигалась сочетанием применяемой технологии металлопластики и знаниями о свойствах материала, его составе, а также о назначении предмета (сакральное, бытовое). Композиция строилась на свойствах симметричности и пропорциональности,

динамичности или статичности объекта, целостности сюжетной линии, передающей информативное сообщение создателя. При создании современных изделий, в которых перекликаются сюжеты пермского звериного стиля, применяемые методы стилизации в целом не изменяют «звериную» сущность его образов. При этом, например, в современных интерьерных проектах чаще всего не просто допускается, а предполагается искажение, утрирование форм первоначального источника. Подобная методика позволяет, опираясь на архетипические элементы пермского звериного стиля, «играть» с традицией и создавать множество композиций. Разнообразие же применяемых материалов, колористических и фактурных решений, а также методов компьютерного моделирования позволяют создать гармоничную оригинальную композицию. В ходе исследования этого аспекта диссертант указывает, что создаваемые сегодня произведения на основе некогда сакральных сюжетов не несут былой «чудодейственной» смысловой нагрузки. Ценность изделий для потребителя определяется художественным выражением тематики «пермского характера».

Во втором параграфе **«Средообразующие возможности колористики объектов пермского звериного стиля»** диссертантом были исследованы средообразующие возможности колористики пермского звериного стиля на предмет их перспективного использования в цветовом проектировании предметно-пространственной среды города.

Уральская цветовая гамма оказывала непосредственное влияние на формирующуюся искусственную предметную среду, создаваемую древним прикамским населением. Традиции полихромии, закрепленные в истории материальной и духовной культуры Пермского края, сегодня признаны основополагающим элементом цветовой культуры региона. В пермском зверином стиле эпохи Средневековья черный, красный и белый цвета продолжали оставаться главными. Белый цвет означал мир, благородство, высшую власть; черный – ночь, мрак, смерть; пурпур – знак высшего достоинства, силу, могущество, благородство. В современной интерпретации эти цвета идейно продолжают нести смысл, которым их наделили далекие предки. Например, красный символизирует высокую активность, борьбу, агрессию, белый – молодость, чистоту, непорочность, черный – траур, печаль. Репрезентация семантики цвета позволяет глубже понять традиции предков, донести смысл выбора и использования определенных тонов в разных обстоятельствах жизни.

Исследование показало, что в качестве материальной основы для экспериментального моделирования подходят фотоколлекции собраний экспонатов пермских музеев, имеющих археологическое происхождение. Применение известных в среде специалистов методик цветового анализа в сочетании с методами компьютерного моделирования, в свою очередь, позволило диссертанту разработать экспериментальную модель колористической палитры, где были обозначены цвета, визуально воссоздающие представления о цветовой культуре и параметрах цветового комфорта в пространстве региона. Данную модель предлагается использовать в

продвижении фирменного стиля для транспортной сети, для придания местного колорита сувенирной продукции, для решения проблемы обезличенности фестивальных площадок, а также при разработке колерных паспортов общественных и жилых зданий, вариантов интерьерного декора.

В третьем параграфе **«Приемы тематической интерьерной декорации»** диссертант представляет результаты своей работы по практической апробации и репрезентации пермского звериного стиля в интерьере.

Диссертант указывает, что включение в интерьер готовой продукции в «звериной» стилистике будет явно недостаточно для создания художественно-образной целостности интерьерного пространства. Соответственно одним из действенных способов решения этой проблемы будет обращение к практикам декоративного оформления.

Использование декорационного подхода предполагает детальную проработку художественной композиции проектируемого интерьерного решения. Важным представляется разработка вариантов колористической карты как для декоративного элемента, так и всего пространства интерьера. В жилом интерьере, который в понимании диссертанта является особым видом художественного пространства, стилизованные образы пермского звериного стиля следует рассматривать и применять как средство художественной выразительности. Стилистическая целостность проекта будет формироваться в комплексе с атрибутами современного бытового убранства (текстиль, картины, посуда) и задавать общую тематику пермского звериного стиля, который в свою очередь может явиться частью анималистского направления в дизайне интерьера. Подобные проекты могут быть реализованы при оформлении общественных пространств (кафе, библиотека, досуговый центр).

В **Заключении** подведены итоги диссертационного исследования, сформулированы основные выводы и теоретические обобщения, намечена перспектива дальнейшей разработки поставленной проблемы. В диссертации показано, что пермский звериный стиль – это вневременное культурное явление, вдохновлявшее многих мастеров и средствами художественной выразительности проявленное в искусстве дореволюционной, советской и современной эпох. Творческие действия с пермским звериным стилем нацелены на поддержание уже существующих креативных практик в визуальной эстетической среде города, на придание отдельным гражданским инициативам творческого характера и на запуск механизмов реализации эффективной стратегии геокультурного брендинга Перми. Вовлекать городские сообщества в проектно-сетевую деятельность предлагается через проведение конкурсов по благоустройству, фестивальных программ и других массовых мероприятий. Представляется целесообразным введение в региональный компонент образовательных организаций тематических разделов, посвященных древнему культурному наследию края. Немаловажным видится процесс просветительской деятельности, донесение важности геокультурного брендинга города до молодых пермяков как самой активной и мобильной категории горожан.

**Основные положения диссертационного исследования изложены
в следующих публикациях:**

*в изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных
изданий, утвержденный Минобрнауки России:*

1. Дианова, Ю. В. Звериный стиль: художественные образы для креативной Перми / Ю. В. Дианова // Проект Байкал. – 2020. – № 63. – С. 54–61.
2. Дианова, Ю. В. Искусствоведческий потенциал пермского звериного стиля: колористические решения объектов городской среды / Ю. В. Дианова // Культурное наследие России. – 2020. – № 1. – С. 91–97.
3. Дианова, Ю. В. «Медведи в городе»: визуальная эстетика городской среды Перми / Ю. В. Дианова // Урбанистика. – 2020. – № 3. – С. 37–43.
4. Дианова, Ю. В. «Пермский» стиль в жилом интерьере: традиция, городская идентичность, декорационные приемы / Ю. В. Дианова, С. А. Дианов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 3 (89). – С. 122–128.
5. Дианова, Ю. В. «Пермский» стиль как культурный проект и выражение региональной идентичности / Ю. В. Дианова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 11–1 (65). – С. 18–20.
6. Дианова, Ю. В. Процессы стилеобразования в дизайне современного жилого интерьера / Ю. В. Дианова // Манускрипт. – 2019. – № 2. – С. 123–127.
7. Дианова, Ю. В. Репрезентация речного ландшафта в визуально-эстетическом облике города / Ю. В. Дианова // Культура и цивилизация. – 2020. – Т. 10. – № 2А. – С. 106–114.
8. Дианова, Ю. В. Репрезентация образов пермского анималистического стиля в современном городском пространстве / Ю. В. Дианова // Культурная жизнь Юга России. – 2020. – № 1 (76). – С. 57–61.
9. Дианова, Ю. В. Семантические образы «пермского» стиля в городской общественной и жилой среде / Ю. В. Дианова, С. А. Дианов // Манускрипт. – 2018. – № 9 (95). – С. 123–127.
10. Дианова, Ю. В. Формирование культуры современного жилого интерьера: «пермский» стиль / Ю. В. Дианова, Е. В. Жиганова // Культура и цивилизация. – 2017. – Т. 7. – № 6А. – С. 347–354.
11. Дианова, Ю. В. Ярмарочное прошлое и настоящее для геокультурного брендинга уральских городов / Ю. В. Дианова, С.А. Дианов // Человек и культура. – 2020. – № 3. – С. 60–72.
12. Дианова, Ю. В. Геокультурный брендинг города: «Верхокамская усадьба» / Ю. В. Дианова, С.А. Дианов // Человек и культура. – 2020. – № 4. – С. 128–140.
13. Дианова, Ю. В. Формирование модели креативного города в социокультурной среде г. Перми / Ю. В. Дианова // Культура и цивилизация. – 2019. – Т. 9. – № 4–1. – С. 26–32.

в других изданиях:

14. Дианова, Ю. В. Возможности компьютерной графики как технологии обучения / Ю. В. Дианова // Информационные системы и коммуникативные технологии в современном образовательном пространстве: сб. науч. тр. / ред. кол.: Т.С. Волкова, Ю.Б. Шувалова. – Пермь: ПГСХА, 2014. – С. 20–23.

15. Дианова, Ю. В. Интерьер квартиры как особый вид художественного пространства: развитие идеи / Ю. В. Дианова // Universum: Филология и искусствоведение: электронный научный журнал. – 2017. – № 2 (36). – С. 9–12.

16. Дианова, Ю. В. К проблеме реализации модели креативного города Ч. Лэндри в культурном ландшафте г. Перми / Ю. В. Дианова, С.А. Дианов // V междунар. пед. чтения, посвящ. памяти проф. С.И. Злобина: сб. матер. / сост. Н.А. Санников. – Пермь, 2019. – С. 60–64.

17. Дианова, Ю. В. Компьютерная графика как технология реконструкции экстерьера культурно-значимых объектов г. Перми / Ю. В. Дианова // Образование, воспитание, инновации: Вестник ПГТИ, 2013. – № 14. – С. 88–92.

18. Дианова, Ю. В. Креативный город. Организация уличного пространства г. Перми в пермском зверином стиле. Итоги конкурса дизайн-проектов по благоустройству улицы Макаренко и пешеходной части улицы Крупской Мотовилихинского района г. Перми: проектные решения / Ю. В. Дианова. – Пермь: Астер Диджитал, 2019. – 42 с.

19. Дианова, Ю. В. Креативный город: теоретические и методические идеи / Ю. В. Дианова // Прогрессивные решения в архитектуре и строительстве: матер. VII краевой студ. исслед. практ. конф. / сост. Т.Н. Тропина. – Пермь, 2019. – С. 51–54.

20. Дианова, Ю. В. Культура организации жилого пространства: у истоков теории технической эстетики / Ю. В. Дианова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. LXIX междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск. – 2017. – № 2. – С. 14–24.

21. Дианова, Ю. В. Методика компьютерного моделирования объектов средового дизайна в контексте конструирования городской идентичности Перми / Ю.В. Дианова // Современный город: власть, управление, экономика: сборник науч. статей. Пермь: ПНИПУ. – 2019. – Т. 1. – С. 227–237.

22. Дианова, Ю. В. Опыт организации жилого интерьера в городской коммунальной среде на Урале (первая половина XX века) / Ю. В. Дианова // Достижения и перспективы науки: сб. науч. ст. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – Вып. 26. – С. 157–162.

23. Дианова Ю. В. Особенности применения возможностей CorelDraw для подготовки изображения к печати на плоттере / Ю. В. Дианова // Образование, воспитание, инновации: Вестник ПГТИ. – 2014. – № 15. – С. 13–18.

24. Дианова, Ю. В. «Пермский» стиль в культурном ландшафте города / Ю. В. Дианова // Символический капитал традиционной культуры: опыт прошлого в моделях будущего: матер. междунар. науч.-практ. конф. / ред. кол.: И.Л. Сиротина (отв. ред.), С.А. Исаева (сост.), Т.Н. Гулая (сост.). – Рузаевка: Типография «Рузаевский печатник», 2018. – С. 106–111.

25. Дианова, Ю. В. Пермский характер городской архитектуры: проблема стилеобразования / Ю. В. Дианова // Прогрессивные решения в архитектуре и строительстве: матер. VI краевой студ. исслед. практ. конф. / сост. Т.Н. Тропина. – Пермь, 2018. – С. 100–103.

26. Дианова, Ю. В. Сценарии креативности для современного города (на примере Перми) / Ю. В. Дианова // Социокультурные, этнические и языковые процессы на евразийском пространстве: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. Р.Х. Лукмановой. – Уфа: Инеш, 2019. – С. 95–99.