

странства возможно через гуманитарную культуру евразийских коммуникаций.

Библиографические ссылки

1. *Тощенко Ж. Т.* Фантомы российского общества. М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. 669 с.
2. *Задорин И. В. Мальцева Д. В.* Современный журналист: ценностные ориентиры профессиональной жизни // Сер. Интеллигенция и современность. М., 2018. С. 193–203.
3. *Дзялошинский И. М.* Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития // Сборник научных трудов. PR и СМИ в Казахстане. Вып. 14. Алматы. 1998. С. 16–35.
4. *Адилова Л. Ф.* PR: новые вызовы времени. Алматы : «Казак университеті», 2018. С. 3–7.

«ТВОРЧЕСКИЙ ВАНДАЛИЗМ» В МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

К. Г. Антонян

*Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена,
ул. М. Пощадская, 26, 197046, г. Санкт-Петербург, Россия,
Tursa@list.ru*

В исследовании рассматривается влияние «творческого вандализма» (прежде всего стрит-арта) на формирование культурного пространства современного мегаполиса как в повседневности, так и в новых медиа. Стрит-арт становится не односторонним посланием художника зрителям, а формой коммуникации с жителями и властями. Цель исследования – продемонстрировать изменяющиеся функции стрит-арта в контексте развития новых медиа. «Творческий вандализм» расценивается как позитивное явление, отражающее современный этап развития уличного искусства, активно осваивающегося в интернете.

Ключевые слова: творческий вандализм; стрит-арт; медиакоммуникация; новые медиа; город.

«CREATIVE VANDALISM» IN THE MEDIA COMMUNICATION SPACE OF A MODERN CITY

K. G. Antonian

*Herzen State Pedagogical University of Russia,
26, Posadskaya Str., 197046, St. Petersburg, Russia
Corresponding author: K. G. Antonian (Tursa@list.ru)*

The research is devoted to the influence of «creative vandalism» (primarily street art) on the formation of the cultural space of a modern metropolis. Street art becomes a form of communication with residents and authorities. The aim of the study is to demonstrate the changing functions of street art in the context of new media development. «Creative vandalism» is regarded as a positive phenomenon. Street art is now actively exploring the Internet.

Key words: creative vandalism; street-art; media communication; new media; city.

Вандализм – неизбежная составляющая культур, в целом, и большого города, в частности. Однако не любой вандализм может приобретать деструктивную направленность. «Творческий вандализм» («creative vandalism») – понятие, существующее для описания различных явлений, подразумевающих двойственный позитивно-деструктивный характер, как, например, стрит-арт. В условиях медиатизации культуры уличное искусство приобретает новые функции и формы существования в структуре города. Для проведения исследования используется культурфилософский подход к исследовательской литературе и анализу арт-практик.

Стрит-арт – искусство, которое традиционное осуществляется и функционирует в открытом пространстве городской среды, но до сих пор оценивается неоднозначно, поскольку представляет собой интервенцию, внося в городскую повседневность законы художественного мира: «Искусство, избегающее рамок музея и вписанное в пространство города, играющее с пространством города, трансформирует непосредственную визуальную и смысловую нагрузку городской среды» [1, с. 31]. Город – пространство нормативное, ценностно-авторитарное, изначально настроенное на соответствие поведения индивидов стандарту, норме. Бесконтрольное вторжение творческого начала воспринимается этой системой как небезопасное, а потому произведения стрит-арта, как правило, уничтожаются властями или просто вандализируются населением.

Современный мегаполис структурируется как пространство отчуждения и разобщенности. Но благодаря современным средствам медиакommunikации и развитию новых медиа, появляются возможности для активного взаимодействия жителей (города, района, дома) по самым различным вопросам. Интернет становится в этой связи местом творческой (само)реализации художников, встраивающих свою деятельность в контекст городской и сетевой повседневности. «Творческий вандализм» может быть осмыслен в условиях развития медиа еще одной формой коммуникации. Художник стрит-арта обретает функцию медиума, посредника между миром искусства и обывателями, между «народом» и властью.

Несмотря на, казалось бы, доступное всем слоям общества современное искусство в музеях и галереях, тем не менее, его меседж понятен лишь избранным. Искусство продолжает оставаться эзотеричным и закрытым с точки зрения смысла и своей миссии. В современных выставочных пространствах оно превращается в аттракцион для масс, дешифруясь лишь посвященными – специалистами и знатоками. Как утверждает Мэри Джейн Джейкоб, куратор современного искусства, пришло время снятия покровов элитарности и недоступности, необходимо способствовать вовлечению обычного человека в социальные проекты искусства [2]. Выход искусства «к народу» в мир городской повседневности – тот шаг который и делается современным уличным художником.

Результат деятельности современного художника гораздо больше, чем просто художественный артефакт: «Современное искусство – это критический жест, который может возникать в самых разных институциональных условиях и в самой разной среде: это не только конвенциональный музей или центр, но и публичное пространство улицы, образовательное учреждение, издательская платформа» [3]. Художник выходит за рамки мастерового, создателя художественного двойника мира и превращается в своеобразного философа, задумывается об истоках творческого начала, социокультурных проблемах. Как писал Артур Данто, современное искусство разделяет метафизическое пространство с философией [4, с. 142]. Искусство покидает стены «белого куба» и сегодня редко какой современный большой город остается без внимания художников, буквально вторгающихся в городскую повседневность и наполняющих ее самыми различными творческими атрибуциями – от стрит-арт и объектов паблик-арта до перформанса [1, с. 31].

Благодаря развитию новых медиа, недолговечные работы стрит-арта получили возможность продлить свое существование уже в цифровой

среде, стать авторским брендом, и частью культурной памяти. Происходит модификация стрит-арта: из искусства улиц он, сливаясь с новыми технологиями, медиатизируется, что позволяет означивать конкретное место или целый город. Стрит-арт из простого самовыражения автора становится частью медиакоммуникационного пространства, поскольку актуализирует социально значимые идеи и вопросы визуальными средствами художественной выразительности.

Одним из таких творческих уличных проектов социальной направленности в Санкт-Петербурге стала деятельность художника Loketski, создающего свои арт-объекты, посвященные актуальным темам. Наибольшая концентрация работ оказалась сосредоточена на окраине в районе новостроек – Парнасе. Художник, чья личность остается неизвестной, сам проживает на Парнасе, поэтому его работы воспринимаются жителями как визуализированная критика имеющихся проблем района. Благодаря медиактивности художника (на своей странице в Instagram он фиксирует свои арт-объекты, многие из которых уже не существуют), и не в последнюю очередь жителей района, отмечающих и обсуждающих его новые достижения в сети «ВКонтакте», в течение года художнику удалось обрести определенную известность. Примечательно, что компания-застройщик района Парнас «Главстрой Санкт-Петербург» оказал поддержку художнику в рамках проведения его первой выставки под названием «В интересах аудитории» в институте философии человека РГПУ им. А. И. Герцена в феврале 2020 года. Творчество такого рода, ориентированное на идеологические и мировоззренческие аспекты, выявляет активную социальную позицию художника и выходит за пределы рафинированного мира искусства, сближаясь с обыденной жизнью.

Современная медиакоммуникационная городская, среда помимо функциональной составляющей и административного структурирования и целеполагания, содержит в себе и огромный потенциал для творческого самовыражения как профессиональных художников, так и людей, наделенных креативным интеллектом, способных «остранить» привычное окружение. Креативные практики анонимных авторов позволяют городу стать местом творческой коммуникации, по-новому представляя акценты и включая жителей в процесс творческой активности. Условная «рампа сцены» между искусством и зрителем, таким образом, становится все более зыбкой, позволяя каждому, так или иначе, погрузиться в креативно-творческую атмосферу городского пространства, хотя бы в качестве пассивного зрителя.

Остается открытым вопрос – уличное искусство разрушает городскую атмосферу или становится ее (необходимой) частью, заново означивая места культурного пространства и картографируя его. Но можно утверждать, что развитие медиакоммуникаций современного города позволяет значительно расширить рамки творческой активности как со стороны художников, так и со стороны простых жителей мегаполиса.

Библиографические ссылки

1. *Байдина Д. Е.* Город как пространство арт-интервенций // Человек в мире культуры. 2015. № 1. С. 31–34.
2. *Джейкоб М. Д.* Немодная аудитория [Электронный ресурс]. URL: http://www.chaskor.ru/article/nemodnaya_auditoriya_40283 (дата обращения 20.11. 2019).
3. *Петук А.* «Я выступаю против идентичностей» Интервью с куратором и теоретиком современного искусства Борисом Ключниковым. 21.11.2017 [Электронный ресурс] URL: https://zapovednik.space/material/ya_vystupaю_protiv_identichnostey (дата обращения 20.11. 2019).
4. *Danto, Arthur C.* (1998), The End of Art: A Philosophical Defense // History and Theory, Vol. 37, No. 4, Theme Issue 37: Danto and His Critics: Art History, Historiography and End of Art (Dec., 1998), pp. 127–143 [Электронный ресурс] URL: <https://www2.southeastern.edu/Academics/Faculty/jbell/endofart.pdf> (дата обращения: 20.11. 2019).

ПРОЦЕСС МЕДИАТИЗАЦИИ КАК РЕСУРС НЕПРЕРЫВНОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ

М. Е. Акмамбетова¹⁾, А. М. Канавина²⁾

¹⁾ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»,
ул. Татищева, 20 а, 414056, г. Астрахань, Россия,
akmambetova@mail.ru,

²⁾ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»,
ул. Татищева, 20 а, 414056, г. Астрахань, Россия,
kanavina.a@mail.ru

Авторы статьи рассматривают медиатизацию как процесс, происходящий в городах и селах, а также оценивают его роль в развитии населенных пунктов.

Ключевые слова: медиа; коммуникация; медиaprостранство; медиагорожане; медиатехнологии.