

Т. Ю. Быстрова

Екатеринбург, Россия

РАЗРАБОТКА СТУДЕНТАМИ-КУЛЬТУРОЛОГАМИ

КОНЦЕПЦИИ ВЫСТАВКИ, ПОСВЯЩЕННОЙ

290-летию ЕКАТЕРИНБУРГА: ИДЕЯ И МЕТОДИКА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: культурология, культура современного города, проектно-исследовательская работа, концепция выставки, музейная парадигма, методология проектирования

АННОТАЦИЯ: В статье анализируется опыт проектно-исследовательской работы студентов-культурологов УрГПУ, выполненной в рамках дисциплины «Культура современного города» и представляющей собой совокупность концепций организации выставочного пространства. Автор подробно останавливается на методике организации такой коллективной работы, объясняя последовательность и задачи каждого ее этапа.

T. Y. Bistrova

Yekaterinburg, Russia

THE STUDENTS-CULTURE EXPERTS CONCEPT

THE EXHIBITION DEDICATED TO THE 290TH ANNIVERSARY

OF EKATERINBURG: THE IDEA AND METHODOLOGY

KEYWORDS: cultural studies, culture of a modern city, engineering and research work, the concept of the exhibition, the Museum's paradigm, the methodology of project designs

ABSTRACT: this article analyzes the experience of project and research work of students performed in the framework of discipline «Culture of the modern city» and which is a set of concepts of the organization of exhibition space. The author focuses on the methodology of the organization of such collective effective work, explaining the sequence and tasks at each stage.

Современная высшая школа меняет свои ориентиры, востребованными становятся специалисты, умеющие решать прикладные задачи. Одной из сильных сторон студентов-гуманитариев в этом случае является способность использовать фундаментальные знания и теории для решения каких-либо актуальных практических задач.

Представленные ниже работы студентов IV курса специальности «Культурология» в УрГПУ (группа КЛ-41) выполнены в рамках курса «Культура современного города» в качестве группового проекта, имеющего прикладную на-

правленность. Они реализованы на общих методологических основаниях и преследуют единую цель – осмыслить и оформить выставку студенческих работ, посвященную 290-летию Екатеринбурга. Говоря конкретнее, для координации усилий разных участников выставки необходимо сформулировать главную идею выставки, отличающую ее от «взрослой» экспозиции по этой же теме; найти идею, способную подсказать магистрантам по графическому дизайну Уральского Федерального университета оформляющим выставку в Свердловском областном краеведческом музее, эстетические и стили-

вые характеристики будущей экспозиции; учесть при формулировании идеи ее возможность объединить и представить как нечто целостное достаточно разрозненные творческие и проектные работы студентов младших курсов Екатеринбургской академии современного искусства и Уральского государственного педагогического университета, вовлеченных в процесс подготовки выставки под рабочим названием «Это мой город!»; предусмотреть сценарии знакомства с экспозицией, актуальные для ее посетителей; учесть бюджет проекта.

Образовательная задача проекта состоит в том, чтобы показать, как в практике создания экспозиции можно использовать теоретические идеи культурологов, философов, урбанистов, дизайнеров XX–XXI вв., изученные в рамках учебной дисциплины. Эти авторы и позиции предварительно отобраны преподавателем, но могут выбираться произвольно, в соответствии с интересами и вкусами студентов. Будучи использованными в проектно-исследовательской работе, теоретические подходы, их лексика и инструментарий перестают быть абстрактными и дистанцированными от профессионального мышления будущих культурологов.

Коммуникативная идея состоит в стремлении объединить и скоординировать творческие и интеллектуальные усилия студентов-гуманитариев разных вузов, а также укрепить их контакты с потенциальными работодателями, занятыми в сфере культуры. Зная, что проект может быть реализован на музейной площадке и увиден школьниками, чиновниками, туристами и пр., студенты более ответственно относятся не только к содержательной, но и презентационной части проекта.

Организационная идея связана с требованием большей эффективности современного высшего образования. Проект, выполняется на основе теории и методологии, не всегда известных «взрослым» специалистам. Инновационность подхода

делает его потенциально востребуемым – как в культурных практиках, так и в процессах получения грантов, использования идей в схожих обстоятельствах.

В качестве методологической основы студентам в течение семестра, параллельно с работой над проектом, были предложены материалы по истории и культуре города Екатеринбурга и уральских городов-заводов (Г. Б. Зданович, Т. Ю. Быстрова, И. В. Фадеева и др.); материалы по историко-культурному осмыслению городов (В. Л. Глазычев, С. А. Смирнов, А. М. Пятигорский, С. Б. Веселова, Е. Н. Мастеница и др.); современные подходы к изучению культуры города (Дж. Джекобс, К. Линч, Ж. Бодрийяр, Ч. Лэндри и др.). Кроме докладов по теоретическим работам в этой части курса были подготовлены доклады студентов, приехавших из других («не горнозаводских центров») городов – Соликамска, Кургана и т.д., целью которых являлось определение существенных отличий истории становления этих городов и Екатеринбурга, а также устройства городской среды, ментальных и ценностных структурах горожан. В ходе лекций и докладов прорабатывался категориальный аппарат проектно-исследовательской деятельности, уточнялись концептуальные характеристики образа города Екатеринбурга, каким он будет представлен в экспозиции.

Работа над проектом, связанным с показом города Екатеринбурга с точки зрения студентов, молодежи, происходила в несколько этапов, отраженных в структуре представляемых ниже концепций.

I этап. Изучение понятия «культура города», смежных понятий, а также репрезентаций культуры города в современных урбанистических средах. Применительно к определению направления и границ проекта это необходимо для уточнения вопроса о том, почему именно культуролог может работать над концепцией выставки, посвященной юбилею города, в чем специфика его подхода в отличие от представителей других отраслей

гуманитарного знания. Итогом этого этапа стал круглый стол «Екатеринбург в 2043 году», зафиксированный на видео. Модераторами выступали студент и преподаватель, ведущий курс. Материалы Круглого стола могут стать частью музейной экспозиции.

Тема круглого стола – будущее города Екатеринбурга – была максимально приближена к конкретным жизненным траекториям участников за счет выбора «точной даты». Прогнозирование велось с опорой на Стратегический план развития г. Екатеринбурга и другие документы городской политики; статистические данные о различных сферах культуры Екатеринбурга; личные наблюдения участниц. В качестве основы разговора выступал процесс моделирования повседневности. Участникам предлагалось оценить потенциал различных сфер культуры Екатеринбурга, проследить их возможные изменения в ближайшие 30 лет, учитывая не только данные долгосрочных прогнозов, но и тенденции повседневной жизни и поведения окружающих людей.

2 этап. Представление о структуре проекта. Выбор парадигмальной и методологической основы проекта.

В конце 1990-х – начале 2000-х гг. музеоведами выделены две основных парадигмы, предполагающие существенное отличие в трактовке человека-посетителя музея. Опираясь на работы О. В. Беззубовой, О. М. Ломако и других, мы выделили ряд парадигмальных характеристик, влияющий на дизайн экспозиции. Это формальная и психологическая «близость» экспонатов посетителю, отсутствие жестких границ, возникающее благодаря преодолению субъект-объектной диспозиции, а также возможность создания динамичных, подвижных инсталляций, включения видео- и анимационных фрагментов. В ценностном плане важен уход от иерархии в сторону полицентризма, внимание к повседневному и бытовому как значимому, а также возможность использования современного

художественного языка (коллаж, интеракция, незавершенность и т.п.).

Выбор парадигмы участниками проекта происходил после анализа целевой аудитории выставки, в соответствии с ее вкусовыми предпочтениями, особенностями восприятия, стереотипами поведения. Выбор методологии необходим для уточнения ракурса, ведь в рамках постнеклассической парадигмы важнее «как» показывает автор, а не «что» он показывает. В действительности любой город представляет собой настолько сложное многоуровневое образование, что охватить его в масштабах проекта, пусть даже группового, не представляется возможным. Типология городов, основные аспекты рассмотрения городской жизни, особые ракурсы, исторические исследования – все это может подсказать основную идею выставки.

Опыт показывает, что наибольший интерес у студентов вызвали работы авторов второй половины XX века – Дж. Джекобс, К. Линча, Ч. Лэндри, видимо, потому что в этом случае не нужно было делать дополнительных сопережений, а использовать подход, так сказать, «в чистом виде». Большую трудность вызывают работы авторов первой половины и середины XX века, требующие синхронизации с современной теоретической и социокультурной ситуацией.

3 этап. Выбор музейной парадигмы как основы разработки концепции выставки. Студентам дана информация об изменениях музейных подходов в сторону большей интерактивности во взаимодействии человека с пространством музея [см.: 2; 5; 9]. Выбор музейной парадигмы (как и следующий за ним этап определения эстетики проекта) происходит только после предварительного анализа ценностных приоритетов целевой аудитории выставки, стереотипов, установок, интересов и т.д. В текстах студентов парадигмы обозначены как «классическая» (субъект-объектная парадигма; музей как системное экспонирование; познавательная функция как единственная

или ведущая) и «постнеклассическая» (субъект-субъектная парадигма; музей как место взаимодействия и общения; внимание не только к когнитивной, но и эмоциональной стороне восприятия; функции сотворчества, интерактивного включения посетителя в происходящее; усиление динамизма в экспозиции; использование современных технологий).

4 этап. Представление концепции выставки с помощью мультимедийной презентации (илл. 1, 2). Оформление текста концепции. Защита концептуальной идеи.



Илл.1. Взгляни на город по-новому. Каким его видишь ты?

Фрагмент мультимедийной презентации М. Дементьевой



Илл.2. Непривычный ракурс привычных вещей
Фрагмент мультимедийной презентации М. Дементьевой

Изначально выбранная нами человекотворческая трактовка культуры позволяет уточнить дискурсивное поле: город демонстрируется не как объект (для которого существенны физические характеристики), а как феномен, возникающий в ментальности и сознании го-

рожан, требующий их соучастия и творчества.

Ни один проект не будет реализуемым без учета внешних обстоятельств и ограничений. Предварительные условия, которые задавались студентам, следующие: соответствие выставки задачам брендинга г. Екатеринбурга, активно ведущегося в настоящее время; учет размещения площадки в рамках основной экспозиции Свердловского областного краеведческого музея (Екатеринбург, ул. Малышева, 46); учет размеров и метонахождения конкретного зала музея, где будет размещена экспозиция; наличие большого числа студенческих работ, одни из которых имеют художественный, а другие – проектный характер; необходимость критериев отбора работ; наличие разнородных целевых аудиторий, от школьников разных возрастов до туристов.

Ради упрощения концептуализации студентам предлагалось выбрать одну первичную целевую аудиторию и ориентироваться на ее систему ценностей и интересы.

Преподавателем были определены обязательные моменты концепции, которые студент мог раскрывать в удобном для него порядке: качественный анализ целевой аудитории выставочного проекта; краткая характеристика теоретического источника по культуре города и культурологической интерпретации Екатеринбурга (город-завод; город, меняющий свой облик и имидж; мировой город); указание на выбранную музейную парадигму, определяющую характер взаимодействия посетителей с экспозицией; слоган выставки, который, будучи оформленным студентами-дизайнерами, может быть размещен на флаерах, сувенирах, над входом; идея размещения двух частей экспозиции – художественной (фотографии, рисунки, видеозаписи, музыкальное сопровождение) и проектной (проекты графических и промышленных дизайнеров); предложения по материалам и технологиям с учетом приоритета ма-

любоджетных проектов; предложения по усилению интерактивной вовлеченности посетителя.

Проведенная работа показывает практически весь объем компетенций студента-культуролога, формирующийся и реализующийся в ходе выполнения большого исследовательского и творческого проекта.

В дальнейшем мы не исключаем повторения подобной работы, возможно, с подключением потенциальных работодателей и заинтересованных лиц. Ряд идей, сформулированных студентами, может использоваться при разработке

концепции реальной выставки, другие войдут в своеобразный «банк данных» Свердловского краеведческого музея, который можно актуализировать по мере надобности. Спорные идеи сохранены нами, поскольку для любого креативного процесса важна разность «смысловых полюсов», обеспечивающая возможность синтеза или отбора на заключительных этапах деятельности по подготовке выставки.

Ниже приводятся работы студентов в полном объеме, но с необходимыми редакторскими правками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алисов Д. А. Актуальные проблемы культурологии города. URL: http://www.ic.omskreg.ru/cultsib/metod/alis_act.htm Дата обращения 14.04.2013.
2. Беззубова О. В. Пространство музея и проблема аксиологической переориентации // Музей. Общество. Религия: Аспекты взаимодействия. Материалы IX Санкт-Петербургских религиозно-философских чтений. СПб., 2002. С. 12–14. URL: <http://anthropology.ru/ru/texts/bezzubova/space.html>
3. Бодрийяр Ж. Город и ненависть. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/1997_09/06.htm
4. Быстрова Т. Ю. Уральский город-завод как перекресток двух переживаний тела. URL: http://www.taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/uralskij-gorod-zavod.html
5. Бычков В. В. Эстетика. Краткий курс. – М. Проект, 2003.
6. Ванчугов В. Философия города. URL: <http://emsu.ru/um/default.asp?c=716&p=1>
7. Вебер М. Город. URL: http://www.glazychev.ru/bibliography/weber_gorod/weber_gorod_1.htm
8. Веселова С. Б. Формирование городов // Символы, образы, стереотипы современной культуры, 9-й выпуск Эйдос, С-Петербург, 2000. URL: anthropology.ru/ru/texts/veselova/border.html
9. Гафанова Ю. В. Пространство музея: постмодернистское прочтение // Studia culturae. Выпуск 1. Альманах кафедры философии культуры и культурологии и Центра изучения культуры философского факультета Санкт-Петербургского государственного университета. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С.163–168. URL: http://anthropology.ru/ru/texts/gafanova/studia01_12.html
10. Глазычев В. Л. Античная система расселения (переживание Ойкумены). URL: http://www.glazychev.ru/publications/articles/1979_antic_systema_rasselenia.htm
11. Джекобс Дж. Жизнь и смерть больших американских городов. – М.: Новое издательство, 2011.
12. Линч К. Образ города. URL: <http://www.glazychev.ru/books/translations/Linch/Linch.htm>
13. Ломако О. М. Идея музея в генезисе культурного пространства // Формирование дисциплинарного пространства культурологии. Материалы научно-методической конференции. 16 января 2001 года, Санкт-Петербург. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество. Серия “Symposium”. Выпуск 11. СПб., 2001. С. 72–74. URL: http://anthropology.ru/ru/texts/lomako/culturology_17.html
14. Марков Б. В. Методология исследования феномена города в культуре // Философская антропология. Очерки истории и теории. URL: <http://www.vuzlib.org/beta3/html/1/26583>

15. Парк Р. Город как социальная лаборатория. URL: <http://www.urban-club.ru/?p=50> Дата обращения 3.04.2013.
16. Смирнов С. А. Антропология города. URL: http://anthropology.ru/ru/texts/smirseal/ancity_1.html

М. А. Дементьева

«Екатеринбург. Взгляд по-новому: Каким видишь город ТЫ?»

Выставка посвящена пространству города Екатеринбурга, тому, как молодежь его осваивает и под каким углом видит. Задачи выставки: познакомить с современными молодежными представлениями о городе; показать молодежь города Екатеринбурга с позитивной точки зрения. Выставка рассчитана на старших школьников (9–11 класс) и их родителей, студентов, молодых специалистов в возрасте до 25 лет.

Проведенный нами контент-анализ страниц ресурса VK.com показал, что данная категория людей уделяет большое внимание аудиальному и визуальному сопровождению подаваемого материала, среди музыкальных жанров выделяется современная популярная музыка (Electro-pop, Drum And Bass, Dubstep, Hip-Hop, British pop). Следует отметить, что эта аудитория ведет активный образ жизни, легко приспосабливается к условиям быстро развивающегося города.

Большинство опрошенных хотели бы посетить нестандартную и динамично оформленную выставку, дающую возможность прикоснуться к экспонатам или сделать что-то своими руками. Из этого делаем вывод, что для успешности выставки мы должны придерживаться неклассической музейной парадигмы (переход системы ценностей из вертикали в горизонталь для лучшего понимания; преодоление субъект-объектного характера).

Цель выставки – показать ценности повседневности, показать пространство города Екатеринбурга глазами молодых. В основе концепции выставки лежит работа Чарльза Лэндри «Креативный город». Книга «Креативный город» ана-

лизирует фундаментальные изменения городской жизни. Каждый город обладает творческим потенциалом, но во многих городах он заблокирован.

На удивление мало известно о городских условиях, которые необходимы для проявления креативности и новаторства горожан. Источником креативности автор считает творческих людей. А успех городского развития видит в благоприятной трансформации мышления политиков. Главный вопрос, которым задается Лэндри: способны ли мы изменить образ мыслей людей и организаций, и, если да, то как?

Сегодняшняя классика – это вчерашняя инновация. Креативность – это поиск нового применения старым вещам. Ч. Лэндри вводит понятие «культурные ресурсы», которое трактует как материал для создания базовых ценностей города. Креативность – метод эксплуатации этих ресурсов. Важнейшая проблема современных городов – неспособность выявления этих культурных ресурсов. По мнению автора, главный ресурс города – люди: человеческий ум и творческие способности.

У города есть индивидуальность и эмоции, свои подъемы и спады. Город – скорее живой организм, чем механизм. Культурные ресурсы города могут быть обнаружены в его историческом, индустриальном или художественном наследии, в таких активах как архитектура и ландшафт, местные традиции, фестивали, ритуалы, распространенные хобби и увлечения. Воздействие культуры многообразно. Она подсказывает творческие решения. Именно через призму культуры надо рассматривать городское развитие. Ч. Лэндри убеждает нас, что для каждого

города может быть найдена своя форма креативности, которая уникальна. Даже природа города может способствовать развитию креативности,

Тема выставки актуальна как для самой молодежи, так и для представителей других поколений. Бытует мнение, что современная молодежь «совсем отбилась от рук» и ни во что не ставит опыт прошлых поколений и ушедших культур. Мы хотим показать, что молодежь не просто принимает опыт и культуру прошлого, но и отталкивается от нее, смотрит на все через призму своего особого восприятия.

«Взгляни на город по новому, каким видишь его ты?» – слоган выставки. Он может быть оформлен примерно так, как показано на иллюстрации.

«Екатеринбург. Взгляд по-новому»
пространство города Екатеринбурга глазами молодежи



Как видишь его Ты?

Илл. 3. Эскиз плаката выставки «Екатеринбург. Взгляд по-новому». Автор: М. Деметьева

Основная часть выставленного материала – работы фотохудожников, которые показывают город по-новому, фиксируя то, что обычно не цепляет взгляд взрослых людей, но на что обращает внимание молодежь. Можно представить два типа фотографий: пейзажи города Екатеринбурга и фотографии современных екатеринбургских субкультур (мы берем только позитивно позиционирующие себя субкультуры, ведущие активный образ жизни – трейсеры, скейтеры,

бмиксеры, фотохудожники). Самой крупной фотоработой станет коллаж «Екатеринбург тогда и сейчас» – коллаж из фотографий старого и нового Екатеринбурга.

В рамках выставки планируется провести конкурс фоторабот на тему «Непривычный ракурс привычных вещей». Оценивать работы будут сами посетители выставки. Задача художника – показать известное городское пространство с непривычного ракурса.

В качестве экспонатов выставки могут быть представлены специфические атрибуты определенных субкультур города. В центре зала можно разместить большой цветной макет недостроенной Телебашни, на которую при желании можно залезть. Каждый желающий может оставить на корпусе телебашни свое послание.

На входе в зал посетителей будет встречать Экран проектора, на котором в режиме нон-стоп будет идти видеоролик о городе (танец про Екатеринбург, ролик о той или иной субкультуре). Планируется проведение опроса «Что вы хотите изменить в облике города?», результаты которого интересны с исследовательской точки зрения.

Рекомендации организаторам и дизайнерам: необходимо зонирование выставочного пространства, чтобы акцент не сразу падал на телебашню. Необходима особая форма голосования за работы фотоконкурса, например, клеить на стену под работой сердечки, которые выдаются на входе.

В качестве музыкального сопровождения фоном должна идти современная инструментальная музыка и музыка, типичная для представленных на выставке субкультур. Все это обеспечит необходимый интерес и степень интерактивности посетителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011
2. Бычков В. В. Эстетика. – М.: Гардарики, 2004.
3. Хейзинга Й. Homo ludens. – М.: Прогресс-Академия, 1992.

Е. А. Гапанович

«Екатеринбург: город – это ты и я!»

Слоган: Екатеринбург – оглянись и удивись!

Современный город, что это? Люди вместе? Люди врозь? Актуальным является создание посыла о причастности каждого к жизни в городе, его важности, включенности, как фрагмента мозаики, в общую городскую картину. Важнейшим фактором в жизни горожан является общение. Именно оно позволяет рассматривать общество как систему сообществ с установленными типами контактов, взаимодействий и связей, а также отношений между сообществами. Особое место в этом мире занимает молодежь, со своим образом жизни, отношением к происходящему, кругом общения. Осознанию этого посвящена выставка.

Выставка рассчитана на посетителей от 15 до 25 лет. Характерные возрастные черты, определенные нами на основе теоретических источников и наблюдения: целеустремленность и настойчивость сочетаются с импульсивностью; неумная жажда деятельности может смениться апатией, отсутствием стремлений и желаний что-либо делать; повышенная самоуверенность, безапелляционность в суждениях быстро сменяются ранимостью и неуверенностью в себе; развязность в поведении порой сочетается с застенчивостью; романтические настроения нередко граничат с цинизмом, расчетливостью; потребность в общении сменяется желанием уединиться; стремление к активной деятельности; деятельность направлена на результат; компания как необходимое собрание лиц, проходящих тот же возрастной этап, и имеющих те же проблемы, что и данный индивид.

Учитывая возрастные особенности целевой аудитории, следует создать выставку, опираясь на следующие принципы: 1) показать необычное в привычном (стоп-кадр в уличной толпе, «оглянись и удивись»); 2) отказаться от планирования маршрута, посетитель сам выбирает тра-

екторию движения; 3) сделать доступным предметный мир, в условиях музейного пространства.

Базовыми культурологическими понятиями для создания концепции выставки являются понятия «сообщество» и «повседневность». Часто изучение сообществ осуществляют в контексте городской социологии, но иногда совершенно самостоятельно. Когда речь идет о сообществе, характеристики можно сгруппировать вокруг трех пунктов. Первый – сообщество объединяет людей, проживающих в определенном регионе. Второй – сообщество требует определенное качество отношений внутри группы. Ее члены объединены определенной культурой, ценностями, на что особое внимание обращают культурологи. Третий – сообщество требует от людей определенного устойчивого социального взаимодействия, например, отношений соседства.

Для разработки концепции нам интересны следующие труды.

В. Вагин пишет о работе Р. и Л. Линдов «Средний город. Изучение в современной американской культуре» (1929), основанной на изучении города Мюнца в штате Индиана. Эта работа стала одной из наиболее широко цитируемых книг в социологии, дала развитие целому направлению холистских исследований. В описании города было много антропологических деталей, использовались различные социологические методы: включенное наблюдение, открытые и закрытые источники. В работе зафиксированы разные стороны жизни горожан: от того, когда разные группы людей встают утром, какое жилье они имеют и как они осуществляют работу по дому, до родительских ожиданий в отношении будущего их детей.

В своей книге «Жить среди друзей» (1982) Клод Фишер определяет сети через связи родства и близкой дружбы; контакты коллег и людей, объединенных

сообществом. Большинство социальных явлений, их приемлемость обществу зависит от моральной их оценки. С точки зрения общественной морали употреблять наркотики, участвовать в бандах — это аморально. Но ведь город — это «мозаика социальных миров», и поэтому он дает пристанище людям самых различных взглядов: и геям, и лесбиянкам, и защитникам окружающей среды, и роке-рам. Более того, если в городе накапливается некая критическая масса этих людей, они создают независимую субкультуру с возможностями для удовлетворения собственных потребностей. В субкультурах же, осуждаемые общественной моралью нормы оказываются вполне приемлемыми. Такова логика Фишера в обосновании уклада сообщества.

Одним из основных феноменов городской жизни является *соседство*. Оно присуще любому человеческому поселению или даже группе поселений территориально удаленных друг от друга, в местах низкой плотности населения. Будучи универсально присущим, человеческим сообществам видом социальных отношений, соседство всегда привлекало внимание социологов. А. Хантер определил соседство, как уникально сцепленные звенья социально-пространственной организации, на которые воздействуют силы и институты огромного общества и рутина каждодневной жизни.

Отнюдь не все люди, живущие неподалеку, образуют соседства и входят в них. Рассматривать соседство вне социального контекста, значит ограничиваться его описанием без объяснения. А. Хантер предостерегал исследователей от таких ошибок.

Огромный город предоставляет большое разнообразие подобных контекстов. К. Фишер при анализе городских сетей взаимосвязей обнаружил прямую зависимость между интенсивностью соседских контактов и количеством контактов, не связанных территориально. В том случае, если горожанин ведет интенсивную жизнь, контактируя с сослуживцами,

знакомыми, объединенными общими интересами, родственниками, он значительно реже создает основу для тесных межсоседских связей.

Кроме того, в своем исследовании взаимосвязей горожан ученый обнаружил связь между половыми, классовыми, образовательными признаками жителя и разрушением их замкнутого личного внутригородского пространства. Более образованные горожане чаще проводят свое время вне дома. Точно также эту зависимость чаще можно обнаружить у молодежи, мужчин, чем у пожилых людей и домохозяйек [2].

Социальные взаимодействия в контексте повседневности основываются на предпосылке единообразия восприятия ситуаций взаимодействия всеми его участниками. Исследователи отмечают такие признаки повседневного переживания и поведения, как нереклексивность, отсутствие личностной вовлеченности в ситуации, типологическое восприятие участников взаимодействия и мотивов их участия. Повседневность противопоставляется: как будни — досугу и празднику; как общедоступные формы деятельности — высшим, специализированным ее формам; как жизненная рутина — мгновениям острого психического напряжения; как действительность — идеалу. Общение является неотъемлемой частью жизни, ее повседневной составляющей.

Согласно Новой философской энциклопедии повседневность — это целостный социокультурный жизненный мир, представляющий в функционировании общества как «естественное», самоочевидное условие человеческой жизнедеятельности. Повседневность может рассматриваться как онтология, как граничное условие человеческой деятельности. Исследования повседневности подразумевают подход к миру человека и самой его жизни, как к ценности. В рамках выставки предполагается зонирование музейного пространства на одно центральное и четыре дополнительных, связанных между собой только центральным (улицей).

Это может помочь обнаружить посетителям, сделав одним из выставочных объектов *подъезд жилого дома*. Двери квартир и коврики с надписью «Добро пожаловать!», кадки с цветами и рассада помидор на окне, стены подъезда и почтовые ящики, неплотно задернутые занавески – покажут нам «осколки» жизни обитателей дома в их повседневных делах.

Коммуникативное взаимодействие между людьми происходит постоянно каждодневно, ежечасно, ежеминутно. Наиболее интересным и непредсказуемым по своим последствиям является общение в непостоянных сообществах: толпа на улице, пассажиры в общественном транспорте и т.п. Как часто человек в городе-миллионнике задумывается об одиночестве среди толпы?

Центральная часть экспозиции – как «нулевой километр», точка отсчета. Ситуация стоп-кадр: человек толпе. Одним из наиболее ярких и красочных мест выставки предполагается сделать *улицу*, а точнее, *массу людей*, которая по ней спешит. Люди – прохожие (манекены) с мыслями (поток сознания над головой) и обозначенными общественными связями – в качестве городских жителей. Прототипами станут горожане, выходящие на станциях метро «Площадь 1905 года» и «Геологическая», выборка обусловлена центральным расположением станций, следовательно, отличия между представителями разных социальных классов, общностей более наглядны.

Сфера повседневной жизни представляет собой набор самых разных алгоритмов поведения, способных воплотиться в общественные отношения, но для этого они должны быть востребованы.

Непременным атрибутом городского пространства и повседневной жизни подавляющего большинства горожан является общественный транспорт. Особенностью такого рода сообществ является их постоянная динамичность и хрупкость, мимолетность связей. В пространстве выставки необходимо создать атмосферу общественного транспорта (зайди и удивись, как каждый день ты куда-то доедешь). Решение этой части экспозиции – стулья, «запертые» в маленьком и тесном пространстве с тусклым освещением под низким потолком, которое пересекает неисчислимое количество связей-нитей.

Следующей частью выставки необходимо сделать *кафе* как место встречи, такое особенное место в городе, где явно видно различие между сообществами, типами их взаимодействий в кругу своих и по отношению к другим.

Одним из популярнейших досуговых мест в городе, наряду с кафе, является *кинотеатр* с присущей ему магической атмосферой кино, где в кинозале можно побыть одному на виду у всех. В рамках выставки в нашем «кинотеатре» будут показываться фильмы о Екатеринбурге, его вчерашней истории, развитии сегодня и перспективах на завтра.

Логика передвижения по выставке может быть выбрана по своему усмотрению: улица – общественный транспорт – подъезд – кинотеатр – кафе или общественный транспорт – кинотеатр – улица – подъезд – кафе и т.д. Сама выставка предполагает «проживание», когда посетитель играет свою социальную роль, только не в жизни, а в музейном пространстве, при визуализированном характере его социальных связей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бычков В. В. Эстетика. URL: <http://yanko.lib.ru/books/aesthetica/buchkov-estetika-a.htm>
2. Вагин В. Роль сообществ в городских процессах. URL: <http://www.km.ru/referats/822345CE1B184EE4998E394488E013F6>
3. Голенок Г. В. Феномен повседневности в культуре. URL: <http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2009/2/Golenok/32.pdf>
4. Крутецкий В.А. Психология подростка. URL: <http://psyera.ru/3008/harakteristika-podrostkovogo-vozrasta>
5. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество:

6. Учебник для студ. вузов. - 6-е изд., стереотип. - М.: Издательский центр «Академия», 2000.
7. Новая философская энциклопедия. URL: <http://iph.ras.ru/elib/2346.html>
8. Прончатов В. Н. Взаимодействие общественных отношений и межличностных связей. URL: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201_West_soc_2006_1\(5\)/71.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990201_West_soc_2006_1(5)/71.pdf)

А. А. Кулемина **«Позитивный Екатеринбург»**

Слоган: «Знакомьтесь: это – Екатеринбург!»

Для разработки идеи я решила обратиться к такой группе, как студенты. Мы назовем их *первичной* целевой аудиторией. Это подвижные люди, которые находятся в курсе последних новостей и не спешат жить по установленным обществу правилам. Вторичная целевая аудитория – взрослые жители города (от 35 до 50–55), по каким-либо причинам пришедшие в музей. Их нужно привлечь в пространство выставки.

Студенчество часто создает вокруг себя свой маленький альтернативный мир, привнося в него все-то, что взрослое рабочее сообщество считает для себя привычной средой. Часто студенты вырабатывают свою систему интересов и ценностей, создают свое необходимое жизненное пространство. Данная группа постоянно находится в фокусе исследований психологов, социологов, поскольку является индикатором происходящих перемен и определяет потенциал развития общества. Приведем ее основные характеристики.

Подвижность. Данное качество можно рассматривать как в физическом, так и психологическом контексте. Студенты очень подвижны. Такое ощущение, что их девиз: «Ни минуты покоя». Пространство, которое ими осваивается, с каждым днем становится все больше и больше. «Психологическая» подвижность заключается в том, что студент быстро ориентируется в происходящих процессах, приспосабливается к ним и идет в ногу со временем.

Чувство времени. Молодым людям необходимо двигаться не только в географическом пространстве, но и во времени.

Стремление в вперед и желание успеть как можно больше, увидеть как можно больше, услышать как можно больше и, кто бы что ни говорил, узнать как можно больше характерно для современного студента. Он ценит время и старается максимально его занять. Для него существует «здесь и сейчас».

Свобода. Качество, которое было характерно для студентов во все времена, сейчас проявляется с большей силой, так как определяется огромным количеством возможностей, которые студент может использовать сегодня. Он оставляет за собой право выбора во многих ситуациях и вопросах.

Общительность. Наверное, нет никого общительней, чем студент, который за день успевает быть в большом количестве мест, поговорить с большим количеством людей. Он приобретает все новый опыт коммуникации не только с членами своей социальной группы.

Индивидуальность. Говоря об этом качестве, мы в первую очередь имеем в виду самовыражение современного студента не только по отношению к внешности, примыканию к различным группам и движениям, но и то, как он формирует себя и свой стиль жизни. Сюда входит и его способ развлекаться и отдыхать; пространство, в котором он проводит много времени и где чувствует себя комфортно; люди, с которыми он общается; его действия по отношению к организации своей деятельности.

Толерантность – одно из самых, на мой взгляд, интересных качеств. Причем это касается не столько окружающих его людей, сколько процессов, происходящих вокруг него; материальных объек-

тов, создающихся на волне современной моды, современного искусства и т.д. Мне кажется, сегодня для молодого человека нет четкого понятия красивого и безобразного. И, на мой взгляд, это связано с тем, что студент сегодня чувствует в себе возможность превратить что-либо нелепое во что-то вполне пригодное хотя бы для того, чтобы на это посмотрели. По сути своей, это основывается на вызове, который бросает ему городская среда.

Независимость – характеристика, которая является одной из основных определяющих для студента. Независимость характеризуется не только в отношении человек-человек, когда студент желает быть свободным от родительской заботы и опеки. Независимость проявляется еще и в освоении пространства, на которое не могут претендовать люди, которые по возрастным или каким-либо другим критерием могут быть препятствием для молодого человека организовать для себя независимое малое пространство города.

Эмоциональная насыщенность. Молодой человек стремится наполнить эмоциями и смыслом не только продукты своей деятельности, если таковые имеются, но и свои поступки, действия, наконец, пространство, в котором он находится. Таким образом, место, в котором студент пребывает, несмотря на общепризнанную значимость, может стать для него конкретно невероятно ценным и важным.

Выставка будет относиться к неклассической музейной парадигме.

В данной концепции мы возьмем за основу то положение, что современная ситуация характеризуется уходом от шедевров. Размывается граница между искусством и «не искусством». Делая отсылку к студентам, нужно отметить, что современная молодежь заинтересована в неожиданных формах искусства, современных арт-практиках. Интерес к неожиданным формам искусства объясняется еще и тем, что студенты не заинтересо-

ваны в традиционном представлении искусства в его классическом понимании. Любая современная арт-практика привлекает их прежде всего тем, что это является своеобразным свободным выражением собственного «я», формированием вокруг данного направления особой группы, которой и только которой было бы доступно понимание и интерпретация данной арт-практики. Также нужно заметить, что оригинальность и приближенность к реальной жизни является в данном случае определяющей для проявления студента интереса к чему-либо.

В нашей работе мы опираемся на работу Кевина Линча «Образ города», основными положениями которой являются следующие. Все в городе воспринимается не само по себе, а в отношении к окружению, к связанным с ним цепочкам событий, к памяти о прежнем опыте. У горожанина есть свои ассоциации, связанные с какой-либо частью города, этот персональный образ пронизан воспоминаниями и значениями. Наше восприятие города переплетено с другими заботами. Особое внимание мы сосредоточим на визуальном качестве – ясности, или читаемости, городского ландшафта, понимая под этим легкость, с которой части города распознаются и складываются в упорядоченную картину. Читаемый город – город, в котором районы, ориентиры или пути легко определяются и группируются в целостную картину. Необходимо понять город как «вещь в себе», как город, воспринимаемый его обитателями. Живое и собранное материальное окружение, которое можно отразить в четко отфокусированном образе, играет социальную роль. Оно способно служить подосновой для знаков коммуникации внутри группы, для коллективной памяти. Зритель должен играть активную роль в восприятии мира, занимать творческую позицию в создании образа, иметь возможность изменять его, чтобы привести в соответствие с новыми нуждами. То или иное окружение может помогать процессу формирования образа или препятство-

вать ему. Такая вероятность закрепляется по мере того, как наблюдатели будут группироваться в однородные «классы» по возрасту, полу, культурной подготовке, занятиям, темпераменту. Каждый формирует и несет в себе самостоятельный образ окружения, но между членами одной группы возникает принципиальное согласие. Существуют «общественные образы», картины, принадлежащие множествам обитателей города, – зоны согласия, возникающие во взаимодействии общей материальной действительности, общей культуры и базисной физиологической общности. Образ должен служить ориентации в обжитом пространстве, он должен обладать определенными качествами. Он должен давать индивиду возможность действовать в желаемых пределах окружения.

Вообразимость – качество материального объекта, которое может вызвать сильный образ в сознании произвольно избранного наблюдателя. Это формы, цвет или композиция, которые способны облегчить формирование опознаваемых, упорядоченных и полезных образов окружения. Легковообразимый город будет казаться хорошо сформированным, ясным, примечательным, побуждающим внимание и соучастие зрения и слуха. Знакомый с ним наблюдатель может впитывать новые впечатления без разрушения имеющегося у него образа.

Люди приспособляются к окружению и организуют структуру и опознаваемость образа из подручного материала. Общественный образ города создается наложением одного на другой множества индивидуальных. Не исключена возможность возникновения ряда общественных образов, каждый из которых вырабатывается группой горожан. Групповые образы необходимы для того, чтобы индивид мог успешно функционировать в пределах окружения, вступая в контакты с себе подобными. Индивидуальный образ уникален, он охватывает содержание, которое никогда или почти никогда не передается другим, по при этом он в большей или

меньшей степени совпадает с общественным, обладающим в различных типах окружения большей или меньшей обязательностью.

Соотнесенность с социальным статусом имеет существенное значение в формировании образа районов. Внешние ориентиры представляют собой материальные элементы, варьирующиеся по размерности. Те, кто знаком с городом хорошо, предпочитают опираться на систему ориентиров, воспринимать уникальное и специфическое, чем протяженное и обобщающее. Форма города должна быть в какой-то степени нечеткой, пластичной по отношению к потребностям и восприятию горожан.

Как искусственный мир, город должен быть создаваемым искусностью человека, формируемым для человеческих нужд. Наша давняя привычка – приспособляться к окружению, чувственно упорядочивать или отторгать то, что предоставлено нашему восприятию. В привычном, освоенном мире мы можем начать приспособлять окружение к рисунку восприятия и смыслообразования, свойственных человеческому существу.

Город существует не для индивида, а для массы людей, различающихся по классовой принадлежности, занятиям, темпераменту, биографии.

Концепция выставки.

Зал предлагается оформить в несколько сумбурном стиле, чтобы погрузить взрослую аудиторию в новый мир, а молодым людям казалось бы, что они в своей среде. Это можно сделать с помощью высоких стендов, которые немного искажают пространство зала, тем самым создавая не строгое геометрическое пространство, а в некотором роде лабиринт. На стенде можно выполнить фотоколлаж из лиц молодых людей, взрослых. А также тех мест, которые, по мнению взрослых, вряд ли могут быть для нас интересными.

По отношению к музыке и звуковому наполнению, мне кажется было бы интересным решением воссоздать звуки именно нашего города. Какие-нибудь

специфические звуки, характерные только для нас: звон часов в центре города, звук идущих трамваев или метро.

На боковых экранах разместятся видеоролики, которые показывали бы, в каком мире находится современное студенчество, чем оно интересуется (это может быть видео с улочек или площавок, где собираются молодые люди, или съемки самой деятельности молодых людей, которые, например, из мусора могут создать что-либо смотрбельное).

Хотелось бы вставить в выставку интервью, чтобы зрители не только увидели это, но и узнали бы что-нибудь необычное или интересное для себя от нас – молодых людей, студентов. Это может быть рассказ о времяпровождении, о жизненной позиции, об отношении к прекрасному, о смысле жизни или о любимой кошке Машке. Чем ближе к людям – тем понятней.

Относительно рояля, который стоит в зале, можно придумать следующее. Создать альбом. Где разными цветами были бы раскрашены клавиши 4–5 песен. Например, первая песня – зеленая. На листе друг за другом зеленым раскрашены те клавиши, которые нужно нажать, чтобы получилась мелодия. Сама мелодия может быть взята из песен группы «Чайф», «Смысловые галлюцинации» и др. Сложность в том, что встает вопрос о музыкально образованном человеке, который помог бы с оформлением этой идеи.

Можно поставить в зале скамейки, которые бы стояли на фоне парка. На скамейки бы я положила книги. Обложки книг преимущественно должны быть молодежными, но такими, чтобы и взрослым было интересно взглянуть. Первые несколько страниц можно заполнить текстом, а затем написать, что эту книгу Вы можете продолжить сами, написав там заветное желание или просто свои эмоции, чувства, или пожелание какому-нибудь человеку или всему миру. Книга отзывов в музеях – это часто скучно, а такая книга вызовет интерес. Это что-то, похожее на буккросинг – прочитал сам, дай прочитать другому. А потом можно устроить конкурс на самое интересное пожелание, высказывание, историю.

Можно устроить конкурс: сделать фото с неожиданных ракурсов или странных мест и предложить посетителям отгадать, что это за место. Это может быть сделано на компьютере с помощью интерактивной доски, либо на стенде, с помощью фотоколлажа.

Рядом с выходом-входом можно поставить небольшую корзинку, раскрашенную смайлами, молодежными картинками и так далее. Корзинка будет полна маленьких бумажных сверточков-кружочков. В каждом кружочке – значки, а на бумажке – послание к посетителю на манер: «Сегодня все будет хорошо!» или «У Вас замечательная улыбка!» Таким образом, неважно, заходит посетитель в зал или выходит из него – хорошее настроение ему обеспечено.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джекобс Дж. Жизнь и смерть больших американских городов. – М.: Новое издательство, 2011.
2. Кошман Н. В. Социологическое исследование категорий ценностей современного студента. URL: [http://impisr.ru/index.php?title=Ценностные_ориентации_современных_студентов_\(опыт_исследования_студентов_Института_искусств_НГПУ\)-_Н.В._Кошман](http://impisr.ru/index.php?title=Ценностные_ориентации_современных_студентов_(опыт_исследования_студентов_Института_искусств_НГПУ)-_Н.В._Кошман)
3. Линч К. Образ города. URL: <http://www.glazychev.ru/books/translations/Linch/Linch.htm>
4. Горбатова М. М. Исследование структуры ценностей студентов как особой стратификационной группы. URL: <http://hpsy.ru/public/x2462.htm>

Е. А. Никитина *«Екатеринбург – город-сад»*

Теория города сада возникла в начале XX в. как попытка избавиться от социальных противоречий индустриальных городов. Одним из первых к этой проблеме обратился Э. Гоуард в книге «Города будущего». Город-сад, совмещающий в себе положительные черты города и деревни, согласно теории Э. Гоуарда предназначен для здоровой жизни и труда.

К этим же идеям обратился Ч. Лэндри в работе «Креативный город». Он также отмечает, что город должен обладать «искусством здорового образа жизни и искусством включения в ткань городской среды сельских элементов» [2. С. 10]. Ч. Лэндри считает, что реки и лесопосадки способны вносить позитивный вклад в жизнь городов [2. С. 83].

Уделяя большое внимание озеленению города и здоровому образу жизни в городских условиях, Ч. Лэндри также обращается к метафоричному представлению города как живого организма. Отношение к городу как живому организму, по мнению Ч. Лэндри, «заставляет делать акцент на здоровье, благополучии, людях, жизненном опыте городов, а не на их инфраструктуре, зданиях и территории» [2. С. 103]. Такой биологизированный образ города больше способствует эффективному решению городских проблем, чем механистический образ «города-машины». Ч. Лэндри считает, что если город сравнивать с машиной, то места для людей не остается.

Подобные метафоры обладают огромной силой, они формируют и структурируют мышление горожан. Екатеринбург до сих пор чаще всего живет под знаменем уральского города-завода, внутри механизированной системы. Поэтому мы считаем, что жителям Екатеринбурга необходимо обратить внимание на город как на зеленый сад, парк. Для этого Екатеринбург обладает необходимыми ресурсами – кольцо лесопарков, большое количество зеленых насаждений

в городе, немало парков и скверов, и конечно, пруд в центре города как не заменимый элемент городского ландшафта.

Представляется, что жителям Екатеринбурга нужно помочь увидеть красоту нашего города; показать по-новому то, что они воспринимают как данность, чтобы они старались сохранить и приумножить «зеленые пятна» на карте города.

Аудитория проекта

Наша выставка, посвященная 290-летию Екатеринбурга, выстроена в логике постнеклассической парадигмы, так как задача выставки показать город Екатеринбург через призму молодежного сознания. Для этого нам необходимо ориентироваться на ценности именно этой возрастной группы, а также на привычные для них способы получения информации. Ведущей деятельностью в старшем школьном возрасте является общение, в первую очередь, со сверстниками. Очень важным для подростка является мнение о нем группы, к которой он принадлежит, мнение же родителей, учителей и других взрослых не воспринимается подростками, только если этот взрослый не является авторитетом для него, т.е. не принадлежит к референтной группе («эксперты» чьи взгляды он принимает).

Необычайно важен сам факт принадлежности к определенной группе, что придает подростку дополнительную уверенность в себе. Следовательно, нам необходимо придумать коллективные формы организации экскурсии, т.к. для выбранной аудитории важно находиться в группе «своих». Для того чтобы вовлечь скептически настроенных подростков нам нужно их заинтересовать, сделать из посещения этой выставки важное событие в их жизни, и работать нам нужно с визуальной и телесной составляющей.

Вторичной аудиторией являются младшие школьники и их родители. Ведущая деятельность младших школьни-

ков – это учебная деятельность. В этом возрасте у детей развивается понятийное мышление, идет бурное развитие интеллекта. Ребенок может рефлексировать и анализировать, поэтому наша выставка может натолкнуть их на размышления о сохранении «зеленого» Екатеринбурга. Экспозиция должна дать понять важность и необходимость зеленых насаждений в городе, ведь во многом благодаря им создается облик любимого горожанами города.

Рекомендации по реализации концепции

На выставке будут представлены фотографии «зеленого» города, ролик показывающий «город-машину» без зелени, в центре выставочного зала дерево, на которое нужно будет прикреплять листики с пожеланиями.

Стоит разместить небольшие факты о городе, представляющие его как саде (сколько парков и скверов в Екатеринбурге, сравнительные данные с Европой и т.д.). Было бы уместно на подобной выставке уставить зал живыми растениями, а также музыкальным сопровождением пустить микс из звуков леса, пения птиц и легкого городского шума. На нужную волну посетителей настраивало бы движение воздуха в зале, для этого возможно использовать кондиционер или вентиля-

тор. Можно в рамках экспозиции показать инициативы жителей Екатеринбурга, устраивающих мини-сады на своих балконах.

Чтобы посещение выставки стало значимым нужно посетителей выставки привлечь к озеленению города (что возможно было бы весной). Так как выставка будет организована осенью, чтобы у жителей города, посетивших выставку, остались воспоминания, мы можем предложить им посадить цветочек и рассказать, как за ним ухаживать (он скрасит долгую зиму). Для посадки растений можно привлечь горожан, которые устраивают сады в своих квартирах.

В ходе обсуждения данной концепции, возникла идея устроить для старшеклассников и взрослых посетителей выставки некий шокирующий эксперимент: в зале отгородить пространство, где воссоздать атмосферу улицы, но без зелени. Для этой «камеры» следует подобрать соответствующее музыкальное сопровождение, которое будет держать человека в напряжении. Также можно смоделировать ситуацию, где дышать человеку будет позволено только через респиратор. Такой ход должен встряхнуть людей и, возможно, заставить задуматься.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бычков В.В. Эстетика: учеб. – М.: Гардарики, 2004.
2. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Изд. Дом «Классика-XXI», 2011.
3. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды: проблемы возраст. и пед. психологии / Д. Б. Эльконин; под ред. Д.И. Фельдштейна. – М.: Междунар. пед. акад., 1995.

М. Ю. Климова

Екатеринбург – город легенд

Этот проект принадлежит к неклассической музейной парадигме, так как здесь, скорее всего, будет важна форма, композиционные приемы и подача материала. Выставка адресована студентам и старшим школьникам, которые являются первичной аудиторией проекта. Думаю, данная тема интересна не только молодежи, но и другим группам посетителей.

Тема связана с легендами Екатеринбурга. Как известно, у каждого города есть свои тайны и легенды, и Екатеринбург не является исключением. Ежедневно мы проходим мимо «музейных экспонатов», не замечая их. Но каждое здание исторического центра Екатеринбурга уникально и готово рассказать удивительную историю о себе. А в ней может

быть и захватывающий рассказ о создании архитектурного памятника, и связанные с ним городские легенды. Сейчас в городе сохранились значимые для страны архитектурные памятники прошлых времен и появились новые сооружения, которые уже успели обрасти своими легендами. В проекте можно рассказать о самых разных памятниках Екатеринбурга. Это будут городские легенды (ГЛ), фотографии и интересные факты.

Опираясь на труды А. В. Иконникова, отечественного историка и теоретика архитектуры, я определила основные характеристики понятия «городские легенды». Легенда является отражением коллективного обыденного сознания, она содержит нравственные нормы существования человека в мире, а также коллективные верования и опыт людей, приобретаемая, тем самым, символический характер. Область существования легенд – это историческое время, а главные персонажи – люди. Существуют два так называемых «фактора реальности», на которых строится легенда. Первый – достоверный факт, правдивый по определению; второй – иллюзия, в которую многие просто верят.

Легенды сегодняшнего дня не принадлежат лишь «темным», необразованным слоям населения. Концентрируясь на проникающих повсюду верованиях, на поиске неизвестного, необъяснимого и непонятного, они привлекают людей. Нет сомнения в том, что городские легенды являются довольно популярными повествованиями. Люди любят рассказывать и слушать городские легенды вне зависимости от возраста, социального положения или образовательного уровня.

Едва появившись, городские легенды сразу попадают в широкий круг обращения, в котором они приукрашиваются и переделываются. Участвовать может каждый – от диктора, рассказавшего историю по национальному радио до человека, пересказавшего ее соседям. Человек становится одним из творцов рассказа, что вполне естественно придает

ему чувство гордости за свое произведение. Имеет значение то, что история правдоподобно отражает окружающий мир, основывается на другой истории и то, что человек участвует в ее распространении.

Согласно официальному определению «городские легенды» с сайта www.urbanlegends.com, она характеризуется тем, что неожиданно появляется и распространяется в различных вариантах; при передаче содержит юмористический и ужасающий элемент; представляет интересное повествование; не обязательно является ложью. В городских легендах часто присутствует факт, но именно развиге придает ей особый интерес.

На сайте www.urbanlegends.com приводится разграничение людей на основании того, почему они рассказывают городские легенды, благодаря этому разграничению можно сделать вывод, что их рассказчиком может оказаться любой человек, который начинает повествование в силу своих психологических установок и нравственных ценностей.

Таким образом, исходя из того, что городские легенды интересны практически всем людям, независимо от их возраста, образования и статуса, можно на основе этого создать музейный проект, который будет рассказывать о легендах Екатеринбурга.

Рекомендации. На выставку можно звать всех еще с улицы: например, человек, загримированный, как привидение с микрофоном будет таинственно приглашать к себе в гости.

Размещение в зале. На стенах зала по периметру будут развешены фотографии мест Екатеринбурга, которые имеют свои легенды, к ним будет прилагаться небольшой рассказ о легенде. Также можно разместить проектор, который будет показывать небольшие видео-ролики о данных местах. В центре зала можно разместить мягкие кресла мешки вокруг имитированного костра. Все желающие смогут туда присесть и рассказывать свои истории и легенды, о которых они слы-

шали и которые связаны с городом. Также там будут сидеть люди (сотрудники или студенты, помогающие организовать выставку), которые будут приглашать людей и расспрашивать их о том, какие они знают городские легенды. Здесь так-

же можно предлагать посетителям чай с леденцами, для создания более дружественной атмосферы. Свет в зале можно сделать приглушенным, чтобы создавалась атмосфера тайны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иконников А. В. Город – утопии и реальное развитие // Город и искусство: субъекты социокультурного диалога / Сост. Т.В.Степугина. – М.: Наука, 1996. – С.75-84.
2. Прозерский В.В. Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века. Материалы научной конференции 10 октября 2001 г. Серия “Symposium”, выпуск 16. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 5–7.
3. Истории о странном и непонятном. URL: <http://www.urban-legends.ru/>

А. А. Лопатина *«Уютный Екатеринбург»*

Проект выставки «Екатеринбург глазами современности» следует строить на основании неклассической парадигмы эстетики. Неклассическая парадигма осуществила переход от объектно-субъектных отношений к субъектно-субъектным, а значит в приоритете признание собственного мнения о красоте каждого человека. «Человек начал осознавать себя в качестве единственной и высшей разумной и духовной силы, что существенно изменило всю систему его миропонимания и миродействия, дало мощный толчок развитию его интеллектуальной и научной деятельности, веры в безграничные возможности человеческого разума и одновременно породило соблазн переоценки всех традиционных ценностей, сложившихся в иной «системе измерений» [1. С. 301]. Человек становится главной фигурой в культуре, признается равенство всех ценностей. Концепция выставки, посвященная Екатеринбургу глазами современного человека, наиболее гармонично соотносится с неклассической парадигмой эстетики.

Выставка предполагает в качестве основной аудитории – людей в возрасте от 20 до 35 лет. В эти годы у большинства людей очень загруженный и стремительный образ жизни. Молодые люди и девушки стремятся получить сразу не-

сколько высших образований, устроиться на престижную работу, много путешествуют. Такой темп жизни не позволяет уделять должное внимание отдыху, спокойной обстановке вокруг себя. И выставка об «уютном Екатеринбурге» должна стать таким местом, где люди смогут чувствовать себя комфортно, отвлечься от своих проблем. Поход в музей как альтернатива более привычному досугу молодежи – поход в кинотеатр или кафе/ресторан.

Одна из важных для человека ценностей – это ценность Дома. Дом как символа уюта, комфорта, семейной обстановки. Дом – то место, куда любому человеку всегда хочется возвращаться. Создание выставки об уютном Екатеринбурге является подтверждением и поддержанием идеи о ценности комфортного жизнеощущения человека. Основываясь на аксиологический подход в понимании культуры человека, позволяет нам говорить об актуальности темы.

Теоретической основой для этого проекта послужила книга Джейн Джекобс «Смерть и жизнь больших американских городов», в которой автор рассуждает об осмыслении города как безопасного места для его жителей. По мнению Дж. Джекобс, безопасность в городе достигается тогда, когда люди пользуют-

ся улицами добровольно, получают от этого удовольствие. Тротуары – это не только пешеходные части улиц, которые обеспечивают движение людей. Это еще и место встреч, случайных коммуникаций с незнакомыми прохожими, место детских игр, где все жители города чувствуют себя безопасно и комфортно. Наряду с тротуарами автор отмечает еще одну из главных ценностей города – парки, залог успеха которых зависит от их наполненности людьми разных возрастов и социальных групп. Чем больше парк или сквер будет наполнен людьми, тем больше он будет вызывать доверия и безопасности. Здания, которые находятся вокруг парка, должны быть разного функционального назначения (музеи, офисы, жилые дома, церковь), что обеспечит максимальную проходимость горожан в парке. Чем больше насыщенно и разнообразно городское пространство, тем оно будет живее и безопаснее восприниматься его жителями.

Теоретический труд Дж. Джекобс послужит опорой для организации выставки о Екатеринбурге как о комфортном и безопасном городе.

Музейное пространство должно стать местом отдыха, спокойной и расслабленной обстановки, непринужденного общения. Приходя в музей, посетитель может сам выбирать маршрут следования по выставке, чтобы чувствовать себя легко и свободно. Выставка об уютном Екатеринбурге будет выставкой фотографий. К вниманию посетителей будет представлена серия фотографий, как из центральных мест города, так и районов, отдаленных от центра Екатеринбурга, но,

тем не менее, снимки будут демонстрировать, что везде есть места для культурного отдыха. Фотографии будут представлены не только в большом размере, но они еще будут находиться в фотоальбомах, наподобие семейных, которые есть у каждого человека в его доме. Такой формат презентации фотографий будет создавать особую, домашнюю атмосферу. Каждый посетитель может посмотреть как фотографии, которые будут висеть на стенах, так и полистать фотоальбомы. Продолжая эту тему, всем желающим будет предоставлена возможность принести личные фотографии, где запечатлены те места в Екатеринбурге, которые они считают для себя местами спокойной, уютной атмосферы. Таким образом, количество выставочных объектов будет расширяться, поэтому возрастает вероятность, что в музей придут еще раз, чтобы увидеть новое. Выставка фотографий профессиональных фотографов наряду с фотографиями любителей будет размывать границу между искусством и жизнью, между строгой музейной содержательностью и повседневностью.

В качестве рекомендаций организаторам и дизайнерам следует указать на внешнюю обстановку выставочного пространства. Для создания уютной атмосферы в оформлении следует придерживаться теплых, пастельных оттенков. В мебельном решении следует сделать выбор в пользу мягким бескаркасным креслам. В дизайне афиш, экспликаций необходимо избегать применение шрифтов с засечками, и отдавать предпочтение шрифтам с закругленными краями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бычков В.В. Эстетика – М., Гардарики, 2004.
2. Джекобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов – М., Новое издательство, 2011.
3. Есин А. Б. Введение в культурологию – М., Академия, 1999.

Н. С. Кузеванова **«В каком Екатеринбурге будешь жить ты?»**

Слоган: «В каком Екатеринбурге будешь жить ты?»

Концепция выставки относится к неклассической музейной парадигме – выставка рассчитана на молодежь => отсутствие витрин с экспонатами за стеклом и стендами с текстом, их заменит альтернативная экспозиция и возможность интерактивности. В условиях современности, когда Екатеринбург стремительно меняется, вопрос видения города людьми, живущими в нем, особенно актуален.

Первичная аудитория: молодежь в возрасте от 15 до 18 лет. Образ жизни: подростки 15–18 лет – визуалы. Значит, на выставке должен быть максимум визуальной информации, минимум текста, возможность участвовать в выставке через подвижные виды деятельности. Тинейджеры много времени проводят в интернете, особенно в социальных сетях («Вконтакте»). Контент-анализ анкет на сайте www.vk.com показал, что молодежь в возрасте 15–18 лет в основном слушает электронную и клубную музыку, зарубежную попсу и легкий рок, увлекается художественной фотографией (многие подростки активно фотографируют мир и людей вокруг, обрабатывают кадры и выкладывают их в общий доступ).

Люди указанного возраста не терпят навязывания ценностей, давления, дидактизма. Им важно почувствовать свою значимость, хотя они еще не готовы выражать каждый свое индивидуальное мнение – мнение лидера группы задает общее направление. Тем не менее, чувство свободы выбора для них играет особое значение.

Подростки стремятся проводить время со сверстниками, общаться. Поиск себя – основное направление развития личности в этот период, поэтому слоган выставки должен привлечь внимание целевой аудитории, т.к. он также связан с

проблемой личного выбора (однако, в данном случае речь идет не о вынужденном выборе, какой ставят перед ними школа и родители, а о выборе занимательном, когда к подростку и его предпочтениям проявляют ни к чему не обязывающий интерес). Подростки находятся в поиске занятия по душе, новых увлечений, деятельности, в которой они могли бы реализовать свою потребность в самовыражении.

Тинейджер ощущает определенное давление: от него постоянно требуют принятия решения (куда он пойдет после окончания школы, где и на кого станет учиться, с каким видом профессиональной деятельности он свяжет свою жизнь). Естественно, подросток испытывает избыток внутреннего напряжения и желание освободиться от него, от родительского контроля и давления, почувствовать свою взрослость и независимость.

В качестве теоретической основы для концепции выставки был взят труд Й. Хейзинги «*Homo ludens*». Согласно теории автора, культура возникает и развивается в игре.

В книге приводятся функции игры: высвобождение избыточной жизненной силы; удовлетворение инстинкта подражания; удовлетворение потребностей в разрядке; упражнение на пороге серьезной деятельности; тренировка в самоограничении; поддержание собственной индивидуальности.

Все вышеперечисленное отвечает основным требованиям подростков. Вдобавок к предыдущим пунктам автор делает несколько важных замечаний. Игра – свободное действие: игра по принуждению не может оставаться игрой (нет жестких правил, участие строго добровольное, свободное перемещение в пространстве выставочного зала); игра не есть «обыденная» или «настоящая» жизнь. Игра – это выход из такой жизни в пре-

ходящую сферу деятельности с ее собственными устремлениями (здесь создается свой микроклимат). Замкнутость, ограниченность. Игра «разыгрывается» в определенных границах места и времени. Ее течение и смысл заключены в ней самой (игра будет разыгрываться в пределах музейного пространства). Напряжение. Именно элемент напряжения сообщает игре то или иное эстетическое содержание, ведь напряжение игры подвергает силы игрока испытанию: его физической силы, упорства, изобретательности, мужества, выносливости (момент состязательности – угадать тот или иной район – будет поддерживать интерес участников к игре). Обособленность, выраженная в таинственности (в процессе прохождения контрольных пунктов команда или участник создает свою картину города).

Концепция выставки. Пространство выставочного зала разграничено на 5–6 контрольных пунктов, каждый из которых отвечает за свой район города (Центр, ВИЗ, Химмаш, Эльмаш, Уралмаш, Вторчермет и др.). На входе гость (или команда гостей) получает буклет-карту, где объясняются правила прохождения экспозиции и основные возможности выставочного зала. На каждом контрольном пункте необходимо по набору из нескольких видов (природные пейзажи, фото городских ландшафтов и, к примеру, характерные бренды-ориентиры) определить, что за район Екатеринбурга представлен в данном участке зала. Результат необходимо вписать в свою карту-буклет и пометить выбираемый участником/командой вид, который, с его/их точки зрения, наиболее репрезентативен для данного участка города/лучше всего отражает его сущность, настроение.

Перемещение от одного контрольного пункта до другого производится посетителями в произвольном порядке, участники пересекают помещение зала в разных направлениях, по диагонали, так, что периодически их маршрут проходит

мимо стоящего в центре зала рояля, который закрыт стендами, стилизованными под сайт «ВКонтакте».

В рубрике «Мои сообщения» все желающие могут выбирать цветные стикеры, писать на них свои мысли, впечатления, оставлять рисунки и приклеивать свое творчество на «стену».

В разделе «Мои аудиозаписи» расположен плеер с набором музыки екатеринбургских исполнителей, подключенный к колонкам. Плей-лист может содержать песни известных исполнителей (к примеру, «Чайф») и начинающих молодежных групп, выступающих с небольшими концертами в городских клубах и на различного рода мероприятиях (что привлечет большее число посетителей, т.к. на подобные концерты приходят, в основном, друзья и знакомые выступающих). Своевременная реклама, сотрудничество с исполнителями через группы на сайте «ВКонтакте» обеспечат дополнительное число посетителей выставки, т.к. подобные исполнители зачастую готовы к бесплатному сотрудничеству с целью продвижения своего творчества на начальном этапе развития). Желающие могут выбирать понравившегося исполнителя и переключать композиции в плеере, служащие музыкальным сопровождением выставки.

В разделе «Мои видеозаписи» – экран с видеорядом (нарезка круглого стола о будущем Екатеринбурга, видеовставки моментов с самой выставки с участием посетителей). К примеру, момент фотографирования для общей стены или обсуждения на одном из контрольных пунктов. Таким образом, посетители смогут увидеть свою активность на выставке со стороны).

Раздел «Мои фотографии», где любой желающий может сфотографировать себя/свою команду, выбрать «фильтр» для изображения, подкорректировать получившийся кадр под собственный вкус, используя возможности программы Adobe Photoshop и других

программ для обработки изображений. Снимок будет отображаться на экране.

На последнем контрольном пункте участник/команда может на экране составить получившуюся у него карту города – и увидеть, в каком Екатеринбурге он хочет жить в будущем (будет ли это Екатеринбург природный или урбанизированный, а может, Екатеринбург-бренд и т.д.). Каждый район города будет отражен на экране в общей картине только в случае правильного его определения по фотографиям на контрольных пунктах, в противном случае, на месте предполагаемого изображения будет значиться название не опознанной участниками выставки местности, чтобы те знали свои «белые пятна» на карте города. Возможно, в результате неверного определения, выяснится, что какие-то районы города в Екатеринбурге участнику просто «не нужны», являются смысловой периферией в процессе взаимодействия с городом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кон И.С. Психология ранней юности. – М.: Просвещение, 1989
2. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития. URL: <http://psymania.info/raznoe/315.php>
3. Хейзинга Й. Homo ludens. – М.: Прогресс; Традиция, 1997.

Порозова Д.Ю.

«Это с детства любимый город»

Слоган: «Немного обо всем и все о немногом»

Для нашей музейной экспозиции первоначально предлагаю выделить ее первичную и вторичную целевую аудиторию. Под первичной целевой аудиторией предлагаю рассматривать младших и старших школьников, а также студентов, именно на них будет направлена музейная экспозиция, которая должна на них повлиять. Под вторичной целевой аудиторией предлагаю понимать людей в возрастной категории от 25 лет и более, они могут оказать воздействие на первичную целевую аудиторию, помочь им принять и понять экспозицию. Для вторичной целевой аудитории я также предлагаю изменение поведения, после посещения музейной экспозиции.

© Быстрова Т.Ю., 2013

Относительно привлечения посетителей: необходимо создание группы на сайте «ВКонтакте» и рассылка приглашений посетить выставку подходящей по возрасту аудитории. В группе можно выкладывать интересные кадры с выставки и изложить основные принципы мероприятия.

Рекомендации дизайнерам. Затемненное помещение, приглушенный свет, яркий акцент – на объект «рояль/стенд» в центре, где происходит творческая активность посетителей (страница «ВКонтакте» должна привлекать и располагать к свободной коммуникации). Остальные световые акценты, чуть менее интенсивные – в районе расположения фотоподборки на каждом контрольном пункте. Полумрак в сочетании с локальными высветами создаст ощущение той таинственности, которая необходима, согласно Й. Хейзинге, в игровой деятельности.

Любимый город – это милые и родные места. Для каждого жителя города, каждого периода его развития. В мелочах навсегда запечатлелись моменты жизни. Не зря говорят, что Родина начинается с малого. Вот он Екатеринбург, любимый город, любимые его жители. Я считаю, что существует разрыв между поколениями, мы плохо осознаем, что делали люди раньше, которые жили до нас, чем увлекались, что их волновало, что их окружало в какой-то период истории города. Именно в этом я вижу актуальность музейной экспозиции.

Экспозиция в музее рассказывает и показывает реалии и повседневность Екатеринбурга в каждый период его развития, рассказывает про профессии Ека-

теринбурга, о том, во что играли и увлекались дети раньше, как одевались жители Екатеринбурга.

Я предлагаю проводить интерактивные программы-экскурсии, которые школьники и студенты могут посетить сами или со своими родителями, учителями. Экскурсия интерактивная, практически все вещи должны быть доступны для посетителей или же должны быть в непосредственной близости с ними (допускается ограждение пространства, помещение особо ценных экспонатов под стекло).

Экскурсию предлагается вести в такой последовательности. Выделить основные моменты истории Екатеринбурга за 290 лет. Рассказать о жителях Екатеринбурга, о чем они мечтали, о чем думали что их окружало (допускается использование выдержек из личных переписок и дневников очевидцев какого-либо выбранного периода Екатеринбурга). Показать наглядно, в каких учебных заведениях учились, что изучали, как сдавали экзамены (допускается использование фотографий, копии дневников, учебники, пишущие принадлежности). Рассказать, в какие игры играли и чем увлекались жители Екатеринбурга (допускается наглядное воспроизведение игр того или иного периода, какие-либо достижения увлеченных жителей Екатеринбурга, например, рукоделие, рисование). Представить одежду и моду Екатеринбурга за 290 лет (допускается использование каких-либо предметов одежды, которые можно потратить, примерить, но очень аккуратно; допускается рассказ о происхождении той или иной вещи и ее назначении для жизни человека, можно рассказать и узнать о происхождении ватника, кожанки, сталинки, гимнастерки, послушать рассказ о прошлом шинели, галифе, кителя и френча и т.д.). Завершающим этапом выставки будет чаепитие с пряниками и баранками. Параллельно будут показаны несколько авторских короткометражек с одноименным названием «Екатеринбург, я люблю тебя!».

Теоретической базой для моей экспозиции послужили тезисы доклада Н. А. Никишина «Музей или уникальная историческая территория», прочитанного на международной конференции по сохранению и развитию уникальных территорий. Он пишет, что документируя факты, события и явления и формы коллекции, музей становится не просто хранилищем предметов, он становится хранилищем социальной памяти, которые заключены в движимых и недвижимых памятниках. Являясь хранителем социальной памяти, музей одновременно формирует историческое сознание, поскольку его экспозиции и выставки, а также осуществляемые на их основе музейно-педагогические программы воссоздают прошлое и реконструируют исторические образы, но и моделируют процессы, происходящие в природе и обществе. Музей изучает не только исторические факты и явления, но и их восприятие различными категориями людей в различные периоды истории. Объектно- и процессосохранительская функция музеев, отмеченная современными музееведами, возможно подведет как музееведов-исследователей, так и музейных посетителей к объективному и многомерному восприятию как прошлого, так и его связей с существующей действительностью. И с этим невозможно не согласиться [1].

Рекомендации дизайнеру. При оформлении стенда и экспозиции необходимо учитывать, что внимание проходящего человека задерживается не более чем на 3–5 секунд. За это время посетитель должен иметь возможность заметить наглядную часть экспозиции; найти интересующую его информацию или иметь возможность уточнить у экскурсовода. Экспонаты должны представлять все этапы развития Екатеринбурга за 290 лет, которые укладываются в тематику выставки, «чужеродным» экспонатам не место на выставке. Экспозиция должна, представлена в однотонном цвете, с минимальным использованием белого цвета, т.к. он один из самых неэффективных

цветов на выставке. Надписи и плакаты должны располагаться рядом или над экспонатами и легко читаться. Экспонаты должны быть видны основному потоку посетителей. Не должно быть чрезмерного количества экспозиционного материала, т.к. они могут внести сумятицу в умы

посетителей. Для освещения предлагаю использовать дневной свет или неяркий искусственный цвет, излишний свет может помешать посетителям. Необходимо предоставить комнату для чаепития и там же проектор, для показа короткометражных фильмов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Никишин Н. А. Музей или уникальная историческая территория // Тез. докл. II Междунар. конф. по сохранению и развитию уникальных территорий. – М., 1982.
2. Методические рекомендации по подготовке и проведению выставочных мероприятий / Профсоюз работников народного образования и науки Российской Федерации; Информационный бюллетень № 35. – М., 2007.

Е. И. Филимонова

«Екатеринбург – магнит сторон света: взгляд из окна»

Слоганы:

Екатеринбург – в нем есть все, что тебе нужно!

Екатеринбург – магнит сторон света!

Екатеринбург – калейдоскоп сторон света!

Узнай Екатеринбург по-новому, открой для себя мир.

Наш проект принадлежит к не классической музейной парадигме. Мы преодолеваем классические субъект – объектные отношения, когда человек воспринимает выставку и представленные там экспозиции, объекты как нечто «не живое», «мертвое» и от того чужое. Равенство сторон (субъект – субъектные отношения) позволяют человеку совершить «диалог» с произведением, таким образом, он открывается ему.

Главной идеей выставки является привлечение внимания аудитории к Екатеринбургу, потому, кажется, необходимым позволить человеку самому решать, что он считает шедевром, а что произведением искусства. Мы основывались на синтезе искусств, не отделяя один вид искусства от другого, таким образом, воздействие на человека, посетившего выставку, будет сильнее. Также мы основывались на идеях о том, что сегодня телесность компенсирует разум, размываются границы между искусством и реальностью.

Аудитория. Для того чтобы проект был успешным и имел реальные результаты необходимо четко выделять аудиторию, на которую будет направлено действие, т.е. собственно для кого все это делается. Знание особенностей аудитории, ее интересов, ценностей влияет на успешность проекта. Мы можем выделить первичную и вторичную аудиторию. При этом под первичной аудиторией мы понимаем конкретных участников выставки, которые присутствуют лично. Вторичная же аудитория включает людей, которые не присутствуют лично на выставке, но она их все же касается. В разработанном нами проекте мы ориентируемся на первичную аудиторию, к которой мы относим – молодых людей в возрасте 17-19 лет, которых отличает интерес ко всему новому, к веселому отдыху. Ценности: успех, признание, с претензией на уважение.

Актуальность нашего проекта связана в первую очередь с тем, что сегодня все больше молодого поколения стремятся эмигрировать. Конечно, причины этого кроются в социальных, экономических, политических, культурных и иных проблем современной России. Но для нас важна иная причина. Школьникам то и дело говорят о том, что Екатеринбург – это уральский город-завод. Но настоящему, они мало над этим задумыва-

ваются и видят только то, что осталось от того города-завода. Наша идея основывается на исследовании, проведенном не так давно, когда социологи выясняли, что «19% россиян хотели бы навсегда уехать за границу, среди желающих эмигрировать больше всего студентов и вообще молодежи - 45% и 37% соответственно». Что касается молодежи Екатеринбурга, то одной из причин подобного желания (разумеется, не главной, но, тем не менее, важной) является именно не любовь к заводской стороне города.

Суть нашего проекта можно свести к одной идее – показать Екатеринбург не просто как город-завод, но как крупный мегаполис, которому присущи европейские черты, с романтизмом Парижа и Провансом, со строгостью Англии и холодностью Германии. А также восточные мотивы. Таким образом, город открывается как калейдоскоп.

За основу мы взяли работу Роберта Парка «Город как социальная лаборатория». Можно выделить несколько главных выводов. Город является центром социальных изменений и мировой экономике, происходит все большее разделение труда, в то время как культуры сильнее смешиваются. Горожанин живет, не основываясь на традициях, не подчиняясь инстинктам, а живет своим умом. В итоге это приводит к тому, что человек становится индивидом, который мыслит и действует. У города как особой организации есть своя биография, но отдельные города могут иметь достаточные сходства.

Появляющийся не запланировано район Роберт Парк называет «естественной зоной», он пишет, что эта зона выполняет определенную функцию, при этом функции могут противоречить чьим-то планам, и приводит пример с трущобами. «Естественная зона» имеет свою историю. В итоге город – это совокупность естественных зон, каждая имеет свою среду, и функцию. Однако население каждой отдельной зоны не стоит рассматривать как нечто однородное. Дистанции между

людьми, не в зависимости от географической близости, сохраняются. Поэтому город состоит из зон, миров, которые соприкасаются, но при этом не взаимодействуют полностью.

При подробном анализе города можно заметить, что это не просто артефакт, это скорее организм: «В городе, каждый индивид, каким бы эксцентричным он ни был, непременно находит ту среду, в которой он может развить и каким-либо образом проявить особенности своей природы. И маленькое сообщество иногда терпит эксцентричность, но город зачастую и вознаграждает ее. Несомненно, город притягивает тем, что здесь любой тип индивида – будь то преступник или попрошайка, равно как и гений – всегда найдет подходящую компанию, и порок или талант, сдерживаемый в более тесном кругу семьи или в более узких рамках малого сообщества, обнаруживает здесь моральный климат, в котором он расцветает» [2].

Рекомендации по дизайну. Основу экспозиции составляют плоские изображения (преимущественно фотографии и видеоролики).

Вход в зал выглядит следующим образом: Екатеринбург (составленный из лиц людей), ниже либо магнит, либо калейдоскоп. Весь зал можно разделить на своеобразные стороны света, граница которых будет осуществлена с помощью планшетов, а также специальными блоками. Блок представляет собой картонное окно, заглянув в которое человек может увидеть либо фотографию, либо экран, на котором представлен город, в типичном для стороны света виде. Американский мегаполис – это фотографии высоких зданий, зданий офисов, может быть, видео панорама или Gif-изображения. На полу могут быть расстелены фотообои, которые представляют собой своеобразную карту Екатеринбурга, на которой обозначенные границы районов будут границами блоков.

ЛИТЕРАТУРА

1. 45% российских студентов хотят эмигрировать за границу: опрос //Аргументы и факты. 30 мая 2013 г.
2. Парк Р. Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение» Том 2. № 3. 2002. URL: <http://www.twirpx.com/file/921091/>