

Арт-пространства как социально-коммуникативная система

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Романова Софья Анатольевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: sonyarom32@gmail.com

Многочисленные города являются ключевыми местами для развития новых коммуникативных методов. Одним из мест где происходит активная социальная коммуникация являются арт-пространства.

На данный момент феномен арт-пространств является достаточно новым и поэтому мало изучен. Но уже сейчас существуют различные формулировки данного термина. Например, М. Б. Гнедковский указывает на то, что для определения нынешних арт-пространств нужно обратиться к концепции «творческих индустрий», которая возникла в Великобритании в 1998 году. Идея данной концепции в том, что множество автономных, некрупных, творческих компаний плотно размещены в определенном районе города, создавая своеобразную творческую среду и атмосферу. Согласно гипотезе, М. Б. Гнедковского, эта концепция широко распространилась и является сегодня достаточно популярной во всём мире [1].

Таким образом, арт-пространство можно определить следующим образом: открытая, общедоступная территория или помещение, предназначенное для создания произведений искусства и их представления зрителю, отдыха, самовыражения и коммуникации индивидов между собой, имеющая своеобразную творческую атмосферу.

Говоря о функциях арт-пространств следует выделить функцию экономическую. Это подтверждается тем, что одна из задач таких пространств — это распространение и популяризация различных товаров, услуг и продуктов, создающихся на территории того или иного кластера. Если быть точнее, то такими товарами могут являться как материальные предметы, такие как скульптура, живопись и т.д., так и нематериальные товары, например, искусство, наука и т.п. Так же арт-пространства выполняют образовательную функцию, они нередко выступают инициаторами организации и проведения мероприятий, фестивалей, выставок, лекций и семинаров, и других мероприятий в сфере культуры. Отметим, что в таких пространствах располагаются так называемые коворкинги — это общедоступные пространства для работы, их цель заключается в объединении людей, работающих в разных сферах деятельности, в том числе в сфере искусства. В таких условиях у людей есть возможность объединения и создания новых продуктов [2].

Арт-пространство — это место, где человек может свободно проявлять себя, независимо от наличия творческого потенциала и таланта, в арт-пространстве принято развиваться в разных видах творчества, как например, музыка, живопись, театр, литература, хореография и т.д. Поскольку отдых является неотъемлемой частью рабочего процесса и трудовой жизни, человеку становится просто необходимо найти себя в новых увлечениях. Арт-пространство выполняет так же и развлекательную функцию [3].

Участие в арт-пространстве приводит человека к коммуникации с единомышленниками, и стимуляции интеллекта. В некоторых арт-пространствах сотрудничество играет центральную роль, в то время как в других оно не является ни императивом, ни соображением [4].

В арт-пространстве соответствие и поддержка существующих канонов вторичны по отношению к исследованию нового. Несмотря на то, что дом и работа — два самых важных места в жизни людей, их недостаточно для полноценного развития и отдыха личности. Чтобы бороться с отчуждением и социальной изоляцией, которые отмечают многие исследователи в настоящее время, человеку нужно другое пространство, неформальные места, такие как например, арт-пространства. В таких неформальных местах, человек вступает в коммуникацию с другими людьми. Исходя из этого выделим еще одну функцию арт-пространств — коммуникативную.

Элементами арт-пространств, как системы, являются создатели произведений искусства, сами произведения искусства, посетители арт-пространств, случайные зрители, а также язык (коды). Безусловно, все перечисленные элементы находятся во взаимосвязи и взаимовлиянии друг на друга.

Подсистем арт-пространств насчитывается великое множество: архитектура, граффити и стрит-арт, живопись и т.д.

Арт-пространство является системой, со своими функциями, элементами и подсистемами. Обращаясь к модели линейной коммуникации Ласуэлла [5], докажем, что система арт-пространств является именно коммуникативной системой. Применяя вышеуказанную модель и отвечая на вопросы, предложенные Ласуэллом, можно увидеть следующее: кто говорит? авторы произведений искусства; что говорит? привлечение внимания к различным социальным проблемам; по какому каналу? визуальный, аудиальный, кинестетический каналы; кому говорит? посетителям арт-пространств, случайным зрителям; с каким эффектом? изменение отношение к каким-либо социальным проблемам, формирование тех или иных взглядов и ценностей.

Таким образом, феномен арт-пространств сейчас достаточно актуален, несмотря на свою новизну. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод что арт-пространство является социально-коммуникативной системой. Данное явление, на наш взгляд можно изучать с помощью методов контент-анализа, опроса, наблюдения и так далее. Анализ характеристик и особенностей общественных арт-пространств полезен, поскольку он побуждает к рассмотрению иногда упускаемых из виду вопросов, в частности, влияния физической среды на результаты, связанные с развитием общества.

Источники и литература

- 1) Гнедовский М.Б. Творческие индустрии – развивающийся сектор постиндустриальной экономики // Управленческое консультирование. 2006. No. 2. С. 140-151
- 2) Грибкова Г. И., Умеркашева С. Ш. Организация семейного досуга в условиях культурно-образовательной деятельности музея // Наука, технологии и инновации в современном мире. 2015. No. 1. С. 15-23
- 3) Белецкая Е.А. Социально-культурная деятельность клубных формирования как фактор самореализации подростков в современных условиях. // Современные наукоемкие технологии. 2019. No. 12. С. 139 - 143.
- 4) Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society / Reader in Public Opinion and Communication. 1966. P. 178–189
- 5) Сальникова Е. В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века // search.rsl.ru URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007579818> (Дата обращения 02.02.2022)