Воробьева В.Д.,
кафедра культурологии,
Институт социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический государственный университет;
г. Москва, Россия,
vorobevaleria25@yandex.ru

**Партисипативные практики в контексте социокультурной
ревитализации (на примере музея-резиденции
«Арткоммуналка. Ерофеев и другие» в Коломне)**

Аннотация: в статье рассматриваются проекты по ревитализации наследия, влияющие на культурные процессы в городе. Организация деятельности подразумевает работу с локальным сообществом и развитие креативной среды путем создания арт-резиденций, включающих население города в партисипативную коммуникацию. Активное соучастие, основанное на общих интересах, ведет к позитивным преобразованиям в регионе, влияющих на улучшение экономических и социокультурных показателей.

Ключевые слова: ревитализация; партисипация; социокультурная коммуникация; учреждения культуры 2.0; музей; креативное пространство; культурный проект.

Valeria Vorobeva,
Department of Cultural Studies,
Institute of Social and Humanitarian education,
Moscow Pedagogical State University;
Moscow, Russia,
vorobevaleria25@yandex.ru

**Participatory practices in the context of socio-cultural
revitalization (on the example of the "Artkommunalka
Museum-Residence. Erofeev and others" in Kolomna)**

Abstract: the article discusses projects for the revitalization of heritage that affect the cultural processes in the city. The organization of activities includes work with the local community and the development of the creative environment, through the cre-

ation of art residences that include the population of the city in participatory communication. Active participation based on common interests leads to positive transformations in the region, affecting the improvement of economic and socio-cultural indicators.

Keywords: revitalization; participation; socio-cultural communication; cultural project; cultural institutions 2.0; museum; creative space.

Ревитализация (буквально – «возвращение к жизни») территорий, раскрытие новых возможностей объектов, происходит благодаря привлечению ресурсов: финансовых, энергетических, временных и информационных. Процесс ревитализации встраивает в современную жизнь элементы культуры различных исторических периодов: архитектурную застройку, городской ландшафт, предметы искусства, памятники науки и техники и т. д. Пространства трансформируются под новые цели и в дальнейшем становятся культурными центрами для населения. Цель оживления (ревитализации) исторических пространств – создать благоприятные условия для социального и культурного развития людей, наделение места новым полезным функционалом.

Ревитализация касается функциональных изменений пространства, поэтому учитывается предварительный анализ местоположения объекта, его история, исследуется отношение местного сообщества, так как вместе с объектом ревитализации формируется культурная среда. На основе полученных данных разрабатывается концепция, которая будет служить основанием для создания социокультурного института. Таким учреждением может стать музей, функции и роль которого будут пересмотрены в пользу пространства коммуникации посетителей.

Принято выделять два типа экономической поддержки проектов в контексте оживления пространств:

1) «top-down» (сверху вниз), когда инициатива исходит от представителей местной власти и инвесторов, способных вкладывать значительные финансовые ресурсы в городские проекты;

2) «bottom-up» (инициатива «снизу»), когда привлекаются ресурсы местных стейк-холдеров и приглашаются к содействию горожане [4].

Внутренняя инициатива может запустить процесс ревитализации урбанистического пространства с привлечением художников, режиссеров, сценаристов, музыкантов для организации арт-резиденций в городе. Нередко арт-комьюнити не только визуально преобразует пространство, но и предлагает образовательные программы для горожан. Деятельность

творческой группы меняет отношение населения к своему городу, повышая уровень осведомленности о данном месте, с точки зрения культуры и истории, продвигая локальный бренд.

На сегодняшний день в России существует несколько арт-резиденций, развивающих потенциал культурного наследия в регионах: «Выкса» (VYKSA AIR) в Нижегородской области, «Никель» в Мурманске, «Арт-Гуниб» в Республике Дагестан, «Школа на 280 учащихся» (проект «Гаража») на ВДНХ в Москве, «Заря» во Владивостоке, «Арткоммуналка. Ерофеев и другие» в Коломне. Открытие творческих мастерских обусловлено модернизацией городского ландшафта, развитием современного искусства в России и осуществлением просветительской миссии в российской провинции.

Возникновение феномена современных «культурных учреждений 2.0», подразумевающих активную партисипацию, было обусловлено широким распространением культуры потребления, где человек становится пассивным реципиентом культурной продукции. По данным ФОМ, для жителей малых городов и сел характерен низкий уровень социальной активности, большинство из опрошенных предпочитают проводить отпуск дома, люди не готовы к переезду в крупные города, не хотят посещать культурные места, такие как музеи, театры и др. Необходимость изменения вектора поведения людей была переосмыслена в сторону содействия и активного участия [5, с. 10].

Современные учреждения культуры в контексте модели 2.0. живут благодаря объединению единомышленников, заинтересованных в существовании локального социокультурного института. «В теории «community organizing» отношения между людьми строятся не вертикально, а горизонтально» [4]. Достижение совместных целей в таких учреждениях происходит благодаря установлению партнерской системы коммуникации, а не довлеющей иерархии.

Ряд социокультурных проектов помогает привлечь общественность к развитию и переформатированию городского пространства. Эксперты выделяют пять этапов развития социокультурных проектов, включающих процессы подготовки, запуска, развития, расширения, завершения, или перехода на новую ступень. Эти стадии помогают выявить активную роль общественности в решении задач, направленных на улучшение городской среды. Условия управления в социальной и культурных сферах показывают, где необходим контроль, поддержка, улучшение экономической базы для реализации новых целей и задач внутри проектов [3, с. 15].

Идеи, предложенные горожанами, становятся полноценными проектами в рамках локального взаимодействия. Это увеличивает роль социального капитала в городском пространстве. Горизонтальная система взаимодействия – показатель качества социокультурного проекта, участие в его делах свидетельствует о заинтересованности в нем местных жителей. Ревитализация того или иного пространства, промышленного объекта или сооружения включает не только технические модификации, ремонт здания и смену интерьеров, но и включение общественности в новое социокультурное пространство города через различные события, перформансы, фестивали, культурные практики, концерты, работу фудмоллов. Люди, задействованные в социокультурных активностях города, участвуют в процессе постоянного оживления социокультурного пространства, проходя стадии от неведения, пассивной роли к совместному принятию решений, готовности взять на себя ответственность за развитие городских проектов.

Феномен партисипации в социокультурных учреждениях описан в работе Нины Саймон «A Participatory Museum» [6]. Музей, взятый в качестве образца, сравнивается с платформой интернет (Web 2.0.), когда посетители сайта реагируют на опубликованную информацию, кликают на ссылки или пишут в комментариях свои отзывы. Если на каждую программу или мероприятие посетители будут оставлять свой отзыв, музей получит обратную связь и поймет, что необходимо усовершенствовать, исходя из их предпочтений. Это повышает статус культурного учреждения в глазах его потенциальной аудитории. Такой тип музейной коммуникации Нина Саймон называет «от Я к Мы». Использование «коллективного интеллекта» предпочтительнее, потому что музей в этом случае может работать с большим потоком посетителей. От индивидуальных действий зависит продуктивное коллективное (сетевое) взаимодействие в учреждении культуры.

Контент создается одной группой посетителей, следующие реагируют на него: так происходит социальная коммуникация в музее. Тематика, история, пространственно-предметное содержание становятся поводами к диалогу посетителей между собой и с сотрудниками музея. По утверждению Нины Саймон, партисипативный музей делает не «вместо», а «вместе с» посетителями. Партисипация – это своего рода книга отзывов и предложений, существующая практически в каждом учреждении, где музейная публика дает рекомендации по улучшению социокуль-

турного пространства. Вместе с этим музей, как площадка активного взаимодействия, исследует свою реальную и потенциальную аудиторию, ее потребности.

Партисипация может служить одним из механизмов ревитализации, процесса «оживления» объекта культуры. Восстановленный объект встраивается в систему визуальной и социальной коммуникации с окружающей средой города. Объект после восстановления может стать «визитной карточкой», потому что он будет формировать имидж города, и привлекать туристов своей насыщенной событийной программой и вовлеченной аудиторией.

Исследуемые нами социокультурные учреждения музейного типа, по своей сути – некоммерческие организации. Для поддержания их жизнеспособности необходимы внешние ресурсы, поэтому партисипативные практики включают механизмы социального участия общества, привлекая средства для развития проектов. Работая с локальным сообществом, музеи дают возможность людям реализовывать себя. Культурный потребитель способен трансформироваться в культурного участника, активно взаимодействующего с музейными представителями. Посетитель создает новые культурные продукты благодаря партисипации.

Выбор музея-резиденции «Арткоммуналка. Ерофеев и другие» в Коломне (Московская область) обусловлен тем, что этот город обладает богатейшим историко-культурным наследием. Этот музей – государственно-частный проект в пространстве провинциального города, реализующий культурные программы и мероприятия. Силами АНО «Коломенский посад» развивается туризм в Подмосковье. Музей актуализировал и внедрил в свою работу культурное наследие как ресурс, организовав активное взаимодействие с локальным сообществом через новые способы коммуникации [2].

Музей-резиденция «Арткоммуналка. Ерофеев и другие», посвященный советской повседневности 1960-х гг., создавался силами локального сообщества, когда каждый мог принять участие в организации местного музея. Коломчане приносили личные вещи в коллекцию «Арткоммуналки», делились воспоминаниями, связанными с этим пространством, так как музей занимает бывшую коммунальную квартиру. Для многих это территория памяти и ностальгии, поэтому жители и туристы Коломны выбирают «Арткоммуналку» для проведения досуга, участия в театрализованных экскурсиях, квестах и мастер-классах. Культурные проекты и события объединяют людей, на основании общих интересов и желаний

посетителей познакомиться с историей. Для музея это возможность найти единомышленников, меценатов и энтузиастов, готовых его развивать.

Таким образом, процесс ревитализации открывает новые возможности для устаревших форм. Рассматриваются вопросы применения новых технологий с учетом сохранности аутентичности культурного объекта и ландшафта местности.

Процесс ревитализации объекта сопряжен с деятельностью по привлечению локального сообщества. Это происходит под влиянием внутренних сил, когда проект возникает благодаря активистам и лидерам локального сообщества, включающихся в решение существующих городских проблем. Партисипация становится способом, улучшающим коммуникацию людей между собой и представителями городской администрации. Население берет на себя ответственность за принятие решений, касающихся улучшения условий среды. Высокая степень участия людей в социокультурных мероприятиях влияет на эффективность реализуемых проектов города. В ходе взаимодействия укрепляются горизонтальные связи между представителями общественности, что в свою очередь становится потенциальной возможностью создания новых социокультурных проектов. Еще одним показателем может стать формирование творческой среды города, которая способствует появлению современного искусства.

Литература:

1. Алимпиева А. Ревитализация промышленных зон: казнить нельзя помиловать? // Право на город. Калининград. 04.09.2019. URL: <http://pravonagorod.ru/revitalizatsiya-promyshlennyh-zon-kaznit-nelzya-pomilovat/> (дата обращения: 15.05.2021)

2. Купцова И.А., Воробьева В.Д. Музейная коммуникация как средство формирования культуры соучастия (на примере музея-резиденции «Арткоммуналка. Ерофеев и другие» (г. Коломна) // Этнодиалоги: научно-информационный альманах. 2019. № 2 (58). С. 152–165.

3. Лучшие практики социокультурных проектов: российский и международный опыт / Социокультурные проекты как двигатель развития малых городов и сел. Исследование КБ «Стрелка» по заказу Благотворительного фонда Е. и Г. Тимченко // Проект «Культурная мозаика» фонда Тимченко. URL: [http://cultmosaic.ru/content-load-Issledovanie_socioculturnye_proekty_dvigatel_razvitia.pdf](http://cultmosaic.ru/content-load/Issledovanie_socioculturnye_proekty_dvigatel_razvitia.pdf) (дата обращения: 30.04.2021)

4. Мерсиянова И.В., Шомина Е.С. Только общие ценности и доверие могут объединить людей в эффективные сообщества // Высшая школа экономики. Наука в университете. 17.08.2018. URL: <https://www.hse.ru/science/news/222447671.html> (дата обращения: 26.06.2021).

5. Отправные положения исследования / Социокультурные проекты как двигатель развития малых городов и сел. Исследование КБ «Стрелка» по заказу Благотворительного фонда Е. и Г. Тимченко // Проект «Культурная мозаика» фонда Тимченко. URL: http://cultmosaic.ru/content-load/Issledovanie_socioculturnye_proekty_dvigatel_razvitia.pdf (дата обращения: 30.04.2021)

6. Simon N. A Participatory Museum. Ch. 3: From Me to We. URL: <http://www.participatorymuseum.org/chapter3/> (accessed: 22.03.2021).

* * *

Во Тхи Хонг Зьеу,
аспирант кафедры культурологии,
Институт социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия
natasha.vodieu@gmail.com

Гастрономический туризм как средство знакомства с культурой (на примере культуры Вьетнама)

Аннотация: в статье анализируется гастрономический туризм как средство знакомства с культурой страны. Рассмотрены особенности традиционной вьетнамской кухни и развитие гастрономического туризма Вьетнама в последние годы. Подтверждается важность гастрономического туризма в представлении и продвижении имиджа страны, национальной культуры и обычаев местных жителей Вьетнама.

Ключевые слова: гастрономический туризм; вьетнамская кухня; культура; национальные блюда; кулинарное искусство.