

скульптора-исполнителя на художественном комбинате. После службы в Советской Армии в 1988 г. поступил в Ташкентский театрално-художественный институт на отделение художественной керамики. В 1993 г. становится главным художником малого предприятия «Гелиос» в г. Ташкент. Переехал в Крым в 1994г. В 1999 году преподавал в детской студии «Глиняные узоры». Начиная с 2003 г. преподает художественную керамику на кафедре Декоративно-прикладного искусства Крымского инженерно-педагогического университета. Участник выставок различного уровня, в том числе и международных. Известны монументальные работы Рустема Якубова – стела, посвященная легендарному герою Алимю Азамату, созданные с тонким ощущением крымскотатарских традиций фонтаны, украшающие рестораны «Караван-Сарай», «Ай-Петри». Интересны характерные сюжетные композиции малой пластики, вазы.

Традиции династии керамистов нашли продолжение в творчестве Эдие Якубовой (1977г.р., п. Кибрай, Ташкентская обл., Узбекистан). Интерес к лепке и рисунку проявила еще в раннем детстве. Отмечает, что любовь к искусству привил отец, так как знакомил с творчеством разных авторов. После окончания средней школы в 1995г. переехала в Крым. В 1994 г. занималась на курсах вышивки. С 1997г. участвует в проекте «Крымскотатарский килим» под руководством художника Мамута Чурлу. С 2001 г. по 2007 г. обучалась в КИПУ, по специальности «педагог ИЗО», участвовала в выставках разного уровня, как с изделиями ткачества, так и с произведениями керамики. С 2006 года преподавала лепку в Украинской гимназии. Работает в технике росписи по сырой эмали. Керамические изделия Эдие Якубовой оригинальны по форме, а также наполнены философским смыслом.

Также представляют большой художественный интерес работы других мастеров. Мамут Чурлу – его декоративные блюда отличаются изысканностью рисунка, благородно-сдержанной гаммой и прекрасно вписываются в современный интерьер. Для создания новых композиций автор нередко использует мотивы крымскотатарской народной вышивки. В работах молодого художника Рустема Скибина также ощущается глубокое знание национального орнамента и законов его построения.

Бытовые и декоративные сосуды Абдюля Сеитаметова поражают пластичностью форм и разнообразием типов. Небольшие вазы, кашпо отделаны сдержанно и лаконично, чаще всего в виде орнаментальных поясков, расположенных на плечиках.

Скульптурные композиции, вазы Февзи Сеитхалилова поражают фантазией и смелостью в создании разнообразных и сложных форм. Автор нередко использует метафорические и аллегорические приемы и средства выражения.

Таким образом, можно сделать **вывод**:

Декоративно-прикладное искусство не забыто, возрождается, и вступило на путь поисков, где новое не теряет своих национальных свойств. Главной задачей мастеров является сохранение и возрождение национальной культуры не на любительском, а на профессиональном уровне.

Современные художники декоративно-прикладного искусства являются наследниками богатой истории и достижений культуры.

#### **Источники и литература:**

1. Акчурина-Муфтияева Н. Терминологический Словарь крымскотатарского декоративно – прикладного искусства. – Симферополь: из-во «Крымучпедгиз», 2007. – 117 с.
2. Асан Е. Крымская каменная летопись // Qasevet. – 2002. – № 1. – С. 26-29.
3. Заатов И.А. Крымскотатарское декоративно – прикладное и изобразительное искусство. – Симферополь: из-во «ТАРПАН», 2003. – 331 с.
4. Усманов М.А. Жалованные акты Джучиева Улуса XIV-XVI вв. – Казань, 1979. – 243 с.
5. Червонная С.М. Искусство татарского Крыма. М., 1995. – 320 с.

#### **Голодникова Ю.А.**

### **ГОРОД: НОВЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Актуальность темы:* История развития городов связана с формированием каналов коммуникации и коммуникативных сред. Подобно медиуму, город аккумулирует разнообразные способы и традиции коммуникации и предоставляет возможности для их многофункционального воспроизводства. Именно город является проводником процесса визуализации власти и культуры, макросистемой, вмещающей знаки, символы, тексты коллективной памяти, ценности общественной морали и институты регуляции социального поведения. «Город строят политики, а не архитекторы, – заметил однажды генерал Де Голль.

*Постановка проблемы:* Визуализация информации о товарах, услугах, стиле и образе жизни осуществляется через каналы коммуникации, что создает структуру и параметры предметно-вещной среды, а значит, изменяет способы визуального восприятия города. Не удивительно, что многие исследователи рассматривают публичное пространство как «арену для самовыражения, самоутверждения и демонстрации различий социальных групп и культур, представители которых живут в данном городе»[1, с.54].

*Целью данной статьи является* исследование трансформаций публичного пространства современного города.

*Анализ последних исследований и публикаций:* Наиболее значимыми для данной статьи оказались концепции и размышления представителей социологического, философского и психологического знания: А. Лефевра, Н.Лумана, М.Маклюэна, П.Бурдьё, Ж.Бодрийяра, Ги Дебора, Дж.Лакана, М.Кастельса,

Э.Тоффлера, а также исследования различных аспектов массовой коммуникации в работах Л. Мановича, Б.Потятинника, Г.Почепцова, О.Косюк. Наш подход к исследованию форм социальной коммуникации в пространстве современного города основывается на бодрийеровском понимании процесса потребления как символического присвоения и обмена, развивает идею о ведущей роли массмедиа в совершении этого обмена или «спектакля» (по Ги Дебору) и утверждает, что медиаформы возникают не только как «внешние» расширения человека (по М.Маклюэну), но и как потребность человека в разнообразных видах коммуникации с Другим – человеком, социумом, городом.

Поиски идентичности подталкивают каждого из нас к тому, чтобы быть ближе к себе подобному. Наиболее динамично этот процесс разгадывания ответов на волнующие вопросы в современном обществе реализуется через Интернет-коммуникацию. Собственно, проблему идентичности М. Кастельс считает краеугольным камнем сетевого общества: обязательным условием контракта между получателем сообщений и каналом массмедиа выступает сам получатель сообщений. Он принимает только то, что соотносится с собственным жизненным опытом, видит то, что хочет видеть, включает телевизор, чтобы узнать то, что соответствует его представлениям о себе в настоящий момент. Сеть постоянно провоцирует личность искать то, что никогда не удовлетворит ее запросов окончательно, но компенсирует это «никогда» символическим присоединением к «своей стае».

Оценивая перспективы интеграции электронных коммуникаций в социум, Мануэль Кастельс представил образ сетевого мира: общество превращается в сеть коммуникаций, сеть «работает» непрерывно, коммуникации находятся в постоянном взаимодействии; характер взаимодействия обусловлен потоками информации. «В этой сети ни одно место не существует само по себе, – отмечает М. Кастельс, – поскольку позиции определяются потоками. <...> Технологическая инфраструктура, на которой строится сеть, определяет новое пространство почти так же, как железные дороги определяли «экономические регионы» и «национальные рынки» индустриальной экономики; или очерченные внешними границами институциональные постановления граждан (и их технологически передовые армии) определяли «города» торгового общества в эпоху происхождения капитализма и демократии. Эта технологическая инфраструктура сама является выражением сети потоков, архитектура и содержание которых определяются силами, действующими в нашем мире» [2].

Аналогия «город»–«сеть» и метафора «пространство потоков» тут же были подхвачены последователями идей М. Кастельса, научное сообщество заговорило о том, что, благодаря развитию телекоммуникаций, пространство города пополняется еще одним «уровнем» или «виртуальным этажом», который «все больше вступает в противоречие с пространством места». Бесконечные разговоры по мобильным телефонам на улицах и в общественном транспорте, навязчивое мелькание уличных рекламных мониторов – все это, по словам Эрика Ключтенберга, образует «гибридные места, напряженная обстановка в которых свидетельствует о растущем разрыве между пространством потоков и пространством места» [3].

Продолжим эту мысль: гибридные места – явный признак трансформации публичного пространства современного города в альтернативные формы коммуникации. Распространенные практики игровой деятельности, обусловленные возможностями сетевого творчества, – флэш-мобы, квесты, соревнования по городскому ориентированию (новая познавательная форма краеведения) направлены на карнавално-творческое преображение города. Так, знаменитый сетевой проект DOZOR, имеющий слоган «Играй с городом!» 15.02.09 г. осуществил Пешеходный квест «Отстоим Севастополь!». Об этом событии сообщило агентство новостей «Е-КРЫМ». Участники квеста выполняли различные задания, решали головоломки, разгадывали шифры. «История переписывается, – отмечает Лариса Мельник, инициатор проведения данной акции, – мы возвращаемся к своим истокам, к людям, которые играют важнейшую роль в истории нашего города, и хотим, чтобы молодежь, жители Севастополя знали и любили свой город» [4]. А вот как отреагировали на квест сами участники акции на форуме сетевого проекта DOZOR: *Derek: хорошая разминка+ хороший пиар Дозор; FaNk: Классная игра! Для первого раза мы отыграли просто на отлично! Обидно что от лидера всего на 7 минут отстали(... ХОТИМ ЕЩЕ ПОДОБНОЙ ИГРЫ!!!! ); Христя: да, игра была отличная – весело и со вкусом, единственное, что не понравилось – некорректность некоторых заданий, например про Нахимову – он же не постоянно крутится! не точная, сбивающая формулировка (( а так все было на высшем уровне! » [5].*

Возможность «почувствовать город ногами», изучить его в динамике повседневной жизни предлагает сетевой проект «Бегущий город». В его основе, согласно высказываниям организаторов, «давнишнее желание поделиться своим городом. Показать его с неожиданной стороны» Цель «Бегущего города» – «связать воедино те части, что могли казаться разрозненными. Рассказать о малоизвестных или незаслуженно обойденных вниманием живописных уголках» [6]. Примечательно, что соревнования по городскому ориентированию построены на использовании типично урбанистических средств перемещения: общественного и личного транспорта, велосипеда, роликовых коньков и пешего хода.

Принцип соревновательности заложен и в основу командных выступлений по паркуру, хотя сам по себе этот вид экстремального спортивного движения нацелен на борьбу спортсмена со своими страхами и комплексами. Сначала паркур появился в кино («Ямакаси», «13й район»), затем – переместился на улицы городов. Причем, участников подобных соревнований вдохновляет не только современный город, но и руины древнего Херсонеса: «Херсонес идеален для паркура. – Сообщается на одной из страниц Живого Журнала. – Маршруты любого уровня сложности, есть и скоростные, все поверхности не скользят...Если же захочется большего – можно потрейсить по Севастополю – в этом городе нет ни одного непреодолимого забора, а для любителей острых ощущений в самых неожиданных местах есть военные части с расслабленными солдатами» [7].

Пожалуй, А. Лефевр, мечтавший о новом урбанизме, мог бы констатировать тот факт, что улица не отказалась от своих исторических функций. Она открыта для спонтанности и остается игровой сценой – подтверждением тому служат перечисленные примеры активной социальной коммуникации. В этом ряду флэш-моб выступает гибридной формой коммуникации, иногда выполняющей функцию иллюстрации к комментариям на форуме [8], иногда – жеста, реплики в сторону идеологии и общественной морали; свернутого сообщения. Главной характеристикой флэш-моба остается визуальная провокация в публичном пространстве. Приведем примеры диалогов крымских мобберов, обсуждающих проведение очередной акции (тексты сайта <http://nitro.com.ua/flashmob/forum> приводятся без изменений):

*drgregor: имитируем присутствие людей, которых типо видим только мы моберы. к примеру: кто то тащит верёвочку имитирует сабаку; двое говорят с кемто невидимым и тп. моно пофантазировать*

*Fenix: супер! и совсем она не бредовая!!! я, например, буду кататься на мопеде*

*RoKo: а я буду копать невидимую яму невидимой лопатой!*

*Punk: Ага, а я буду пить пиво которого нет.... а можно ещё драться с невидимкой*

Следующий пример – обсуждение проведения арт-моба (тексты сайта <http://nitro.com.ua/flashmob/forum> приводятся без изменений):

*Дядя Андрей: Вообще родилась идея такого арт моба:*

*Люди по одному – несколько человек изображают какую-нибудь скульптуру на протяжении 10 минут. Нужна будет табличка с надписью, что это за скульптура. Обязательна подготовка дома, создание таблички, подборка гардероба. Креативф должен работать по полной!*

*Для примера, какие могут быть скульптуры: "4 комсомольца тащат телевизор из ломбарда" (те кто помнят - поймут)) ...*

*Rash: я знаю кто будет скульптурой "Слон и моська" ))))))*

*Дядя Андрей: Скульптуры можно любые, абсолютно любые, но главное не матерные и не пошлые. Можете какое-нибудь живое изобразить (хотя это будет все-таки смотреться не очень)) ), но лучше именно изображать какое-то действие или человека.*

Еще одна форма визуальной городской коммуникации «смешанного типа» – граффити. Принято считать, что граффити – это способ «разметки» и психологического присвоения места. Однако обратим внимание на то, что содержание изображенного не обязательно прочитывается как текст, скорее как отпечаток образа среды общения и характеристик групп людей в этой среде. Во многих случаях стены города выступают индикаторами эмоций по поводу непосредственного общения и общения, опосредованного медиа. Перед «читателем» граффити не шрифты в их книжном понимании, а фигуры людей, находившихся на улице, буквы являются имитацией рисунка, провоцирующего к общению с автором и изображением. Акцент на подразумеваемом *видимом* плане флэш-сообщения и граффити превращает горожан в активных соучастников игрового действия: «граффити-послание» обретает силу только благодаря публичному «просмотру». Причем, просмотру «ускоренному», как сказал бы Элвин Тоффлер.

Наличие «телесного» присутствия в публичной коммуникации – признак медиатизированной реальности, ибо этот элемент коммуникации присущ практикам потребления массмедиа, на что указывал Ж. Бодрийяр. Таким образом, характер уличной коммуникации в значительной степени опосредован визуальными медийными образами, конструирующими потребительский тип поведения, «медийными привычками» повседневного общения в сети Интернет либо – через операторов мобильной связи. Даже митинг на центральной площади города – событие не столько политическое, сколько медийное: если журналисты не скажут об этом факте в новостях, значит, это не событие, события не было. Улица и площадь, подарившие электронным массмедиа культуру карнавала, сегодня снова становятся сценой для проведения ежедневного виртуального карнавала.

### Источники и литература

1. Желнина Анна Александровна Визуализация городской культуры и любительская фотография // Визуальные аспекты культуры – 2006: Сб. науч. ст./ Под ред. В.Л.Круткина, Т.А.Власовой. ГОУВПО «Удмуртский государственный университет» Ижевск, 2006. – С. 173 – 180.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под научн. ред. О.И. Шкаратана. М., 2000.– Интернет-публикация Библиотеки Русского гуманитарного Интернет-университета: [http://www.vusnet.ru/biblio/archive/kastels\\_inform/06.aspx](http://www.vusnet.ru/biblio/archive/kastels_inform/06.aspx).
3. Киреев О. Город и его анархитекторы//Компьютера.– №3.– 2005. –<http://cterra.kinnet.ru/575/37400.html>
4. Якимова М. В Севастополе хотят провести квест «Отстоим Севастополь»//<http://www.ecrimea.info/2009/02/13/17426/>
5. <http://www.dzzzr.ru/forum/showthread.php?t=40304>
6. <http://www.runcity.ru/about/>
7. <http://rigidus.livejournal.com/64144.html>
8. Большаков А.В Виды сетевого творчества//Электронное научное издание «Аналитика культурологи».–<http://www.analiculturolog.ru>.