

УДК 316.75+008

UDC 316.75+008

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА КАК ПРОСТРАНСТВО ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

ARTISTIC CULTURE AS A MEASURABLE SPACE OF THE QUALITY OF A CULTURAL PRODUCT

Т. В. Карнажицкая,
*кандидат культурологии,
доцент, докторант кафедры
культурологии БГУКИ*

T. Karnazhitskaya,
*candidate of cultural studies, associate
professor, doctoral student at the
Department of Cultural Studies, BSUKI*

Поступила в редакцию 19.02.2025.

Received on 19.02.2025.

Статья посвящена рассмотрению художественной культуры как сферы продуцирования культурных продуктов, обладающих качественными характеристиками. Художественная культура Беларуси богата не только устойчивыми традициями, но и значимыми достижениями, что требует изучения ее как измеряемого пространства показателей качества культурных продуктов. В статье показано, что в современной художественной культуре белорусской нации актуализированы запросы на качественные показатели культурных продуктов и услуг, а количественные показатели ее измерения являются факторным планом. Новационным оказывается поиск потенциала культурологических подходов к определению критериев и технологиям измерения качества культурного продукта, которые оказываются ресурсами повышения гуманитарных показателей художественной деятельности.

Ключевые слова: художественная культура, культурный продукт, культурное пространство, культурный капитал, качество, измерение, эстетизация.

The article is devoted to the consideration of artistic culture as a sphere of production of cultural products with qualitative characteristics. The artistic culture of Belarus is rich not only in stable traditions, but also in significant achievements, which requires studying it as a measurable space of indicators of the quality of cultural products. The article shows that in the modern artistic culture of the Belarusian nation, requests for quality indicators of cultural products and services have been updated, and the quantitative indicators of its measurement are a factorial plan. The search for the potential of cultural approaches to defining criteria and technologies for measuring the quality of a cultural product, which turn out to be resources for increasing the humanitarian indicators of artistic activity, turns out to be innovative.

Keywords. artistic culture, cultural product, cultural space, cultural capital, quality, measurement, aestheticization.

Цель исследования определяется необходимостью актуализации культурологического обоснования возможности измерения качественных характеристик культурного продукта и разработки наиболее общих критериев повышения его гуманитарно-эстетической ценности.

Введение. Проблема анализа качества первоначально получила теоретическое осмысление в философских трактатах. Понимание качества как категории, раскрывающей особые свойства объекта, реализующие всю совокупность его ценностных и эстетических характеристик, представлены в теориях индийской философии [1]. Новые подходы к пониманию качества были раскрыты в философско-эстетических трактатах древнегреческих философов. Аристотель считал, что качеством называется видовое отличие сущности. В этом ракурсе измеримость качества становится принципом типологии изучаемых предметов. Аристотель подчеркивал динамическую изменчивость качественных показателей и настаивал на

использовании принципа сравнения их характеристик во времени [2].

Позднее развивалась тенденция расширения содержательного наполнения категории «качество» в системах не только философского, но и социального, технического, экономического, эстетического и правового аспектов. Проблема теоретических оснований для определения показателей качества культурного продукта обусловлена необходимостью новой концептуализации художественной культуры, в которой актуализированы подходы к рассмотрению качественных показателей культурного продукта с широким спектром характеристик. Понимание качественных показателей в этом контексте оказывается синонимичной понятию гармонии между ценностно-эстетическими запросами потребителей культурного продукта и ресурсными возможностями его создателей. Новые характеристики обусловлены такими социокультурными феноменами, как арт-рынок, цифровизация, коммуникаци-

онные форматы межкультурных взаимодействий, идеологизация и эстетизация креативных практик. Они способствуют развитию принципиально нового понимания главного концепта художественной культуры – культурного продукта как особого социального товара, обладающего не только художественно-эстетической ценностью, но и качественными свойствами, требующими осознания его как коммуникационного посредника в социальной среде. Данный факт расширяет концептуальное пространство художественной культуры и требует интеграционных исследований в области культурологии, экономики культуры, идеологии, философии культуры, эстетики. Проблемой оказывается комплекс измерения показателей качества культурного продукта, продуцируемого в среде художественной деятельности. Сегодня измерение качества культурного продукта оказывается в области культурного и эстетического запроса социума. Важно определить не только критерии социального интереса на критерии качества культурного продукта, выявить специфику и подходы изучения и измерения качественных характеристик, но и определить пути технологического совершенствования результатов культуротворческих практик. Разработанность данной темы оказывается недостаточной.

Основная часть. Понятие качества в контексте философско-культурологического определения показателей культурного продукта.

Проблема качественных показателей культурного продукта сопряжена с поиском гуманитарных резервов художественной культуры. Для этого необходимо подчеркнуть, что характеристики культурного продукта, продуцируемого в художественной сфере, определяются свойствами и характеристиками его качества. В философии качество выступает в диалектическом единстве с категориями «количество» и «мера». Философский подход предполагает, что качественные характеристики определяются через системы количественных признаков присутствия того или иного критерия в исследуемом объекте. Важной для понимания качества в философском контексте стала теория Г. В. Ф. Гегеля, где оно определяется как внутренняя определенность предмета, которая, раскрываясь в проявляемых характеристиках, позволяет ему соотноситься с иными объектами [3]. В современной философии концепция качества сводится к неделимости диалектической триады:

Качество – тезис (утверждение),

Количество – антитезис (отрицание),

Мера – синтез (отрицание отрицания).

Однако в культурологии измерение и анализ качественных критериев объекта (культурного продукта) не всегда оказывается неотделимо зависимым от количественных критериев и позиции их меры и требует особых подходов.

Специфика измерений качества культурного продукта в художественной сфере.

Е. Ю. Смыкова в статье «Культурное пространство Беларуси в статистическом измерении» приводит статистические данные, которые предлагает рассматривать в качестве основных показателей развития культурного пространства. Данный подход предполагает шкалу сравнения на уровне увеличения или уменьшения исключительно количественных критериев. Измерение показателей состояния культурного пространства автор строит на анализе статистики Интегрированного банка данных учреждений культуры (2019–2023 гг.), предоставленной Институтом повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств». Автор статьи утверждает, что «анализ статистических данных выступает в качестве исходной точки исследования данного феномена, который дает возможность оценить текущее состояние развития культурного пространства страны» [4, с. 55]. Такое утверждение представляется спорным, так как количественные показатели скорее необходимо рассматривать как сопутствующий фактор и ресурс общей динамики культуры. В качестве качественных показателей автор предлагает учитывать количество работников учреждений культуры и их возраст, что очень спорно. В ракурсе качественных показателей скорее должны оказываться творческая инициатива, культуротворческий креатив, способность к новаторности, патриотизм, художественные способности, эстетический вкус и т. д. Только качественные показатели могут выступать маркером состояния культурного пространства, среди которых должны выступать культуротворческий и культуроохранный потенциал субъект-объектного ресурса создателей и запрос потребителей культурного продукта.

Спецификой измерения качества в художественной культуре оказывается не результативным метод сравнения. Это связано с тем, что произведение искусства, как правило, оказывается всегда уникальным и сравнение его качества не имеет смысла. Факт тиражирования в массовой культуре, как привнесения количественных характеристик, должен рассматриваться в отрыве от качественных критериев. Например, количество экранизаций или тираж литературного произведения может считаться критерием его высокого качества в позиции востребованности. Популярность актера, как количество сыгранных им ролей или наполняемость зала, также оказываются скорее количественными характеристиками, которые попадают в ракурс качественного показателя только условно (известны примеры сыгранных ролей, которые оказались единственными в судьбе актеров, но прославивших их). Джазовая и академическая музыка не предполагает большие залы, но это не есть критерий ее низкого качества. В то время как поп- и рок-музыка основана на принципе большого охвата

концертной аудитории и не всегда доказывает качество этого музыкального продукта. Поэтому особенность продуцирования в художественной сфере проявляет необходимость выявления специфики показателей качества ее культурного продукта.

Одним из вариантов измерения показателей качества культурного продукта художественного пространства является теория морфологии культуры М. Кагана. Автор предлагает типологизировать результаты культуротворческой деятельности в соответствии с их принадлежностью к сферам культуры [5]. Однако в современных условиях морфология художественной культуры существенно изменилась. Развитие новых коммуникационных форматов, возникновение соцсетей, практики работы блогеров, расширение возможностей Интернета, появление технологий цифровизации существенно трансформировали жанровые, стилистические характеристики художественной деятельности. Стали меняться и качественные показатели продуктов художественной культуры. Теперь качественные характеристики обрели формат технологичности, товарности, ориентации на соответствие потребительскому запросу, коммуникабельности. Можно наблюдать изменение критерия социальной коммуникабельности культурного продукта тяготеют сегодня к глубинным архетипическим смыслам. Особое место в художественной культуре обретают арт-проекты исторической ретроспективы, которые требуют использования новых способов эстетизации, наполненных общекультурным контекстом.

Развитие семиотики меняет уровень сложности кодирования, глубину контекстов, скрытость смыслов, сложность знаковых систем текстуальности. Шкалой измерения качества становится коммуникативная среда функционирования культурного продукта. Данные возможности измерения качества можно свести к новому уровню понимания всего комплекса художественной культуры (интеграция систем производства, тиражирования, позиционирования, передачи и архивирования свойств и качественных характеристик культурного продукта посредством технологий художественного кодирования).

Большим исследовательским потенциалом обладает анализ динамических процессов в культуре как системы ресурсов измерительных технологий. Соотнесение повторяемого и изменчивого может рассматриваться как комплекс шкалы измерения. Стиль оказывается критерием соотнесенности повторяемого и привнесенного в культурный продукт. Если для классицизма качеством оказывается соблюдение канона, образца, то для авангардных течений именно отход от него.

Гуманитарные ракурсы измерения показателей эффективности культуротворческих практик оказались доминирующими и для развития культурного брендинга. Именно возведение качества

культурного продукта до уровня способности сформировать культурный бренд оказывается высшим и наиболее устойчивым показателем его функциональности в социуме. В качестве примеров формирования брендов, реализовавших образцы культурных продуктов высшего качества в Беларуси, можно привести коллектив «золотого состава» ансамбля «Песняры», творческое наследие Я. Коласа и Я. Купалы, балеты Е. Глебова, Заслуженный коллектив Государственной академической хоровой капеллы Республики Беларусь им. Г. Ширмы, Национальный академический народный оркестр Республики Беларусь им. И. Жиновича, творчество Наполеона Орды, Михаила Савицкого, Витольда Бялыницкого-Бируля, исторические архитектурные ансамбли городов Несвижа и Мира, мемориальный комплекс Хатыни, огромный список региональных фестивалей, слетов, праздников, исторических реконструкций и т. д.

Проблема соотнесенности измерения качественных и количественных характеристик культурного продукта как гарант реализации гуманитарного потенциала художественной культуры и формирования культурного капитала нации.

Особенно интересным оказывается рассмотрение специфики особых форм соотнесенности качественных и количественных критериев культурного продукта. М. Глинка написал всего две оперы (количество), которые не только вошли в сокровищницу мирового музыкального искусства, но и оказались отправными точками развития национальных направлений в русской опере (героико-патетической исторической оперы и сказочно-лирической). Эстетизация тематического и художественно-музыкального содержания до уровня патетического, героического и возвышенного стали в этом случае критериями измерения качества культурного продукта на минимальных количественных показателях. При этом не менее великий композитор Дж. Верди создал несколько сотен опер (количество), из которых только некоторые стали популярными (качество). Возможно, что многие оперы Верди не вошли в историю музыки как значимые, не обрета статус великих произведений, но именно популярность оказывается критерием в данном случае.

Единство качественных и количественных характеристик представлено в Государственном знаке качества, утвержденном в Беларуси недавно. Пять углов знака символизируют сочетание пяти показателей производства: безопасности, экологичности, инновационности, технологичности и эстетичности. Соотнесение этих показателей с качественными критериями измерения культурного продукта позволяет говорить о его комплексном единстве. Безопасность культурного продукта должна соотноситься с принципами гуманитарности, направленностью на повыше-

ние общечеловеческой, национальной и социально-гражданской значимости культурного продукта. Экологичность культурного продукта может рассматриваться идеологическими критериями, создающими условия для повышения уровня культуры жизни. Новационность должна реализовывать высокий уровень креативности культурного продукта, в сочетании с технологичностью соответствовать требованиям и запросам времени. Эстетический уровень качества культурного продукта предполагает способность вызывать чувственную реакцию, регулирующую позитивную культурную деятельность и социальную активность, наполненную поисками совершенства и гармонии.

Измерение качества культурного продукта влияет на выявление гуманитарных критериев развития нации, в которых раскрываются эстетические смыслы культуротворческих и культуроохранных технологий. Д. С. Лихачев писал о значимости культуры в качестве фактора обеспечения гуманитарного качества жизни, так как она есть условие реализации созидательного потенциала личности и общества, форма сохранения самобытности и обеспечения духовного здоровья нации [7].

Интересные идеи о значимости качественных показателей культуры высказал А. Я. Флиер. Он утверждал, что качество объединяет все элементы сознания и жизни человека и выделял такие его показатели, как мировоззрение, политические взгляды, религиозность, вкусы [8]. Именно в культурном продукте происходит осмысление гуманитарной значимости существования, всей жизнедеятельности человека. Поэтому важно отметить, что для белорусской культуры актуально формирование национальной информационной платформы культурных ресурсов Беларуси, которая «...должна включать не только фактологическую и статистическую информацию, но и отражать историко-культурологические аспекты представляемых культурных объектов» [9, с. 68]. Изучение технологий развития культурного пространства как специфической платформы реализации программ идеологии и культурной динамики обладает значительным гуманитарно-эстетическим потенциалом.

Поскольку понятие художественной культуры является сложным и включает в себя не только суть художественности, но и технологии создания эстетических смыслов социального позиционирования культурного продукта, измерение его качества оказывается ресурсом развития культурного капитала нации как ядра культурного пространства Беларуси. Он воплощается средствами осуществления социокультурных проектов, так как «...социокультурные проекты сегодня широко реализуются регионами, однако их специфика и уникальность далеко не всегда связаны с задачами социально-экономического развития» [9, с. 35]. В национальной художественной культуре функционируют проекты исторической

реконструкции, создания культурных брендов, проекты фестивального характера (кинофестивалей, музыкального искусства, театральные проекты и т. д.), мероприятия волонтерского профиля, ведется работа по организации государственных, национальных и профессиональных праздников. В последние годы инновационными для художественной культуры Беларуси стали разработки исторической реконструкции белорусской государственности, эстетизация культурных брендов гастрономических учреждений национальной кухни. Эстетизация в данных направлениях обусловлена необходимостью развития национальной аксиосферы, основанной на самобытных ценностях белорусов [10].

Измерение качества художественного культурного продукта имеет много возможностей для планирования систем технологического создания национальных культурных брендов, которые способны становиться базовым арсеналом позиционирования национальной культуры на уровне трансгуманизма как особой генетической и кибернетической трансформации человека [11].

Заключение. Приоритеты формирования и развития культурной политики государства необходимо рассматривать не только как процессы инновационных векторов развития художественной культуры, но и как ресурс измерения и формирования нового качества культурного продукта. Инновации не только создают условия для развития новых технологий качественных характеристик культуротворчества, но и активно влияют на формы рекламирования и позиционирования его продуктов в социуме. Появляется новая возможность для художников в сфере расширения своей аудитории и повышения качества культурного продукта. В качестве показателей качества культурного продукта художественной культуры могут выступать:

- художественные и эстетические свойства;
- потребительский спрос;
- система товарного оборота от производства до реализации;
- блок коммуникационного сопровождения функционирования культурного продукта;
- комплекс художественного образования и профессиональная подготовка деятелей художественной культуры;
- технологии позиционирования культурного продукта в социальных практиках;
- практики актуализации государственного и социального запросов на культурный продукт;
- присутствие и степень вовлеченности культурного продукта в досуговые форматы и др.

Проблема измерения показателей качества культурного продукта оказывается не только недостаточно изученной, но и широкомасштабной по своей сложности. При этом это направление не только актуально в рамках темы года в нашей стране, но необычайно важно в ресурсном отношении развития национальной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Канаева, Н. А. Индийская философия древности и средневековья [Текст] / Н. А. Канаева ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. – М. : ИФРАН, 2008. – 255 с.
2. Аристотель. Метафизика / Аристотель. – Ростов-н/Д : Феникс, 1999. – 608 с.
3. Гегель, Г. В. Ф. Наука логики : в 3 т. / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Мысль, 1970. – Т. 1. – 501 с.
4. Смыкова, Е. Ю. Культурное пространство Беларуси в статистическом измерении / Е. Ю. Смыкова // Весті БДПУ. Серыя 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2024. – № 3 (121). – С. 54–62.
5. Каган, М. С. Общее представление о культуре [Текст] / М. С. Каган // Введение в культурологию. Курс лекций / под ред. Ю. Н. Солониной, Е. Г. Соколова. – СПб. : Петрополис, 2003. – 368 с.
6. Сухарев, А. Н. Арт-рынок: теоретические и практические аспекты / А. Н. Сухарев // Дайджест-финансы. – 2013. – № 12. – С. 35–42.
7. Лихачёв, Д. С. Диалоги о дне вчерашнем, сегодняшнем и завтрашнем / Д. С. Лихачев, Н. Г. Самвелян. – М. : Сов. Россия. – 1988. – 143 с.
8. Флиер, А. Я. наброски к построению социокультурной картины мира в границах культурологии / А. Я. Флиер // Обсерватория культуры. – 2012. – № 4. – С. 4–11.
9. Лаптенюк, И. Б. Культурный потенциал Республики Беларусь: методологические основания и практический опыт выявления, фиксации и систематизации культурных ресурсов / И. Б. Лаптенюк, О. А. Галкин, И. Г. Голубева ; под общ. ред. И. Б. Лаптенюк ; М-во культуры Респ. Беларусь. Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2019. – 276 с.
10. Бондарь, Ю. Самобытные ценности / Ю. Бондарь, Л. Криштапович // Беларуская думка. – 2016. – № 2. – С. 46–51.
11. Степин, В. С. Человек. Деятельность. Культура / В. С. Степин. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного ун-та профсоюзов, 2018. – 800 с.

REFERENCES

1. Kanaeva, N. A. Indijskaya filosofiya drevnosti i srednevekov'ya [Tekst] / N. A. Kanaeva ; Ros. akad. nauk, In-t filosofii. – M. : IFRAN, 2008. – 255 s.
2. Aristotel'. Metafizika / Aristotel'. – Rostov-n/D : Feniks, 1999. – 608 s.
3. Gegel', G. V. F. Nauka logiki : v 3 t. / G. V. F. Gegel'. – M. : Mysl', 1970. – T. 1. – 501 s.
4. Smykova, E. Yu. Kul'turnoe prostranstvo Belarusi v statisticheskom izmerenii / E. Yu. Smykova // Vesci BDPU. Seryya 2. Gistoryya. Filasofiya. Palitalogiya. Sacyyalogiya. Ekanomika. Kul'turalogiya. – 2024. – № 3 (121). – S. 54–62.
5. Kagan, M. S. Obshchee predstavlenie o kul'ture [Tekst] / M. S. Kagan // Vvedenie v kul'turologiyu. Kurs lekcij / pod red. Yu. N. Solonina, E. G. Sokolova. – SPb. : Petropolis, 2003. – 368 s.
6. Suharev, A. N. Art-rynok: teoreticheskie i prakticheskie aspekty / A. N. Suharev // Dajdzhest-finansy. – 2013. – № 12. – S. 35–42.
7. Lihachyov, D. S. Dialogi o dne vcherashnem, segodnyashnem i zavtrashnem / D. S. Lihachev, N. G. Samvelyan. – M. : Sov. Rossiya. – 1988. – 143 s.
8. Flier, A. Ya. Nabroski k postroeniyu sociokul'turnoj kartiny mira v granichah kul'turologii / A. Ya. Flier // Observatoriya kul'tury. – 2012. – № 4. – S. 4–11.
9. Laptenok, I. B. Kul'turnyj potencial Respubliki Belarus': metodologicheskie osnovaniya i prakticheskij opyt vyyavleniya, fiksacii i sistematizacii kul'turnyh resursov / I. B. Laptenok, O. A. Galkin, I. G. Golubeva ; pod obshch. red. I. B. Laptenok ; M-vo kul'tury Resp. Belarus'. Belarus. gos. un-t kul'tury i iskusstv. – Minsk : BGUKI, 2019. – 276 s.
10. Bondar', Yu. Samobytnye cennosti / Yu. Bondar', L. Krishtapovich // Belaruskaya dumka. – 2016. – № 2. – S. 46–51.
11. Stepin, V. S. Chelovek. Deyatel'nost'. Kul'tura / V. S. Stepin. – SPb. : Izd-vo Sankt-Peterburgskogo gumanitarnogo un-ta profsoyuzov, 2018. – 800 s.