

УДК 338.9  
ББК 65.9(2Р)+60.55  
А 437

А 437 **Актуальные вопросы экономики и социологии** / под  
ред. О.В. Тарасовой – Новосибирск : ИЭОПП СО РАН,  
2018. – 271 с.

ISBN 978-5-89665-330-1

Сборник статей сформирован по итогам XIV Осенней конференции в новосибирском Академгородке «Актуальные вопросы экономики и социологии». Материалы сборника содержат результаты исследований по таким направлениям экономических и социологических исследований, как региональная экономика и территориальное развитие, экономика и управление предприятиями, социально-экономические проблемы современного общества, математическое моделирование социально-экономических процессов. Публикуемые материалы могут содержать спорные авторские идеи и помещены в сборнике для дискуссии.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических факультетов вузов.

УДК 338.9  
ББК 65.9(2Р)+60.55

© ИЭОПП СО РАН, 2018  
© Коллектив авторов, 2018

**КАЛАШНИКОВА К.Н.**  
ИЭОПП СОРАН, Новосибирск

## **КОНЦЕПЦИИ ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОСТРАНСТВ КАК ЭЛЕМЕНТА СИМВОЛИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА**

В данном исследовании был поставлен вопрос, какие существуют концепции выставочных пространств в рамках символической экономики? В качестве методов сбора информации применялись: наблюдение в выставочных пространствах, анализ информации с сайтов, а также на основном этапе интервью с директорами выставочных пространств. В результате были получены описания концепций выставочных пространств, выявлены их особенности и проведена дифференциация по значимым характеристикам. Была сконструирована типология, включающая в себя концепции «Визуальный аттракцион», «Предметный нарратив» и «Совместный опыт».

**Ключевые слова:** символическая экономика, выставочное пространство, концепция выставочного пространства.

**KALASHNIKOVA K.N.**  
IEIE SB RAS, Novosibirsk

## **THE CONCEPTS OF EXHIBITION SPACES AS AN ELEMENT OF SYMBOLIC ECONOMY OF THE CITY**

In this paper, the question was raised, what are the conceptions of exhibition spaces within the symbolic economy? As methods of information gathering are used: observation in exhibition spaces, analysis of information from websites, and also, at the main stage of investigation, interviews with directors of exhibition spaces. As a result, descriptions of the conceptions of exhibition spaces were obtained, their features revealed and differentiation carried out on significant characteristics. A typology was developed, it includes the concepts "Visual Attraction", "Subject Narrative" and "Joint Experience".

**Key words:** symbolic economy, exhibition space, concept of exhibition space.

Концепция символической экономики, сформированная американским социологом Ш. Зукин, основана на рассмотрении

взаимодействия между экономикой и культурой как возможности для конкуренции между городами. Эффект от развития символической экономики может быть зафиксирован в виде количественных показателей роста цен на недвижимость и появлении предприятий сферы услуг на территориях, характеризующихся культурным потреблением, но существует также не столь очевидный эффект в виде формирования привлекательного образа города не только для туристов, но и для капитала, не связанного с культурными инвестициями. Выставочные пространства являются важной частью символической экономики, и все же они зачастую страдают от недостатка финансирования, престижа и посетителей.

Нами была поставлена цель: дифференцировать концепции выставочных пространств по составляющим, выделенным в соответствии с характеристиками символической экономики.

Надо сказать, что термин «символическая экономика», как и в целом связанный с ним концептуальный взгляд еще не распространен, и музеи фигурировали в социологических исследованиях в первую очередь с точки зрения посетителей, как, например, в исследовании Е.И. Пахомовой, изучавшей потребности посетителей кремлевских музеев [1]. Но сейчас становится ясно, что выставочные пространства сами по себе могут быть объектом изучения. В них аккумулируются символы города и культуры, они тесно связаны с капиталом и идентичностью города. В рассуждениях и концепциях многих исследователей проявляются схожие идеи. Самым ярким, на наш взгляд, является П. Бурдье, одним из первых начавший разговор о «символической ценности» [2, с. 103]. Интересен также взгляд исследователей, говорящих о культурных индустриях. По мнению Шин Чанг, ресурсы символической экономики сконцентрированы в «культурных возможностях», которые представляют репрезентацию культурных ресурсов города: природу, историю, образование, творчество, труд [3]. Символическая экономика показывает себя в форме культурных индустрий, различных бизнес организаций, сгруппированных в городах. Э. Дж. Скотт утверждает, что к культурным индустриям относятся: медиа, мода, культурные сервисы, креативные профессии, а также коллективное культурное потребление музеев, искусства, библиотек [4].

Символическая экономика вызывает исследовательский интерес также у экономистов. А. Долгин указывает, что ортодоксальная экономическая теория упускает из виду важный символический аспект взаимодействия [5]. Экономический взгляд на проблему несколько отличается от социологического, так как рассуждение происходит в

терминах «полезности», «прибыли», а в социологической интерпретации символическая экономика связана с идентичностью, с пространством, с визуальностью.

Можно увидеть, что разные авторы употребляют различные термины, говоря фактически об одном – о культуре и ее роли в жизни и экономике города – но наиболее комплексная и проработанная концепция символической экономики, на наш взгляд, разработана Ш. Зукин. Исходя из относительной полноты и комплексности этой теории, дальнейшее рассуждение, по большей части, будет основано на ней.

Первый этап исследования был призван решить задачу: верифицировать теоретические положения на максимально разных кейсах и создать схему анализа концепций выставочных пространств. В качестве методов были применены наблюдение в выставочном пространстве и анализ сайтов, а в качестве кейсов выбраны выставочное пространство экспозиции «Сибирь в древности» Новосибирского государственного краеведческого музея и мультимедийная выставка «Дали. Живые полотна». Результатом разведывательного этапа стало первоначальное впечатление, полученное «в поле», а также уточнение основных терминов.

Концепция выставочного пространства – термин, который прошел долгий путь. От чисто теоретических составляющих, явно выделенных в теории Ш.Зукин, до неявных, но не менее важных составляющих, которые вносят огромный вклад в формирование облика символической экономики. Результатом разведывательного этапа стало определение концепции выставочного пространства как основополагающего и комплексного принципа организации выставочного пространства, его деятельности и наполнения, включающего в себя: символическую составляющую, пространственную, характер власти, финансы, трудовые ресурсы и взаимодействие с посетителем.

Основной этап исследования был призван описать особенности кейсов по всем выделенным компонентам, а также осуществить дифференциацию концепций выставочных пространств. В качестве методов, помимо наблюдения в выставочном пространстве и анализа сайтов, было применено интервью с директором выставочного пространства. Дальнейший анализ был основан на четырех кейсах: Исторический парк «Россия – Моя история», Музей Мировой Погребальной Культуры, Музей Счастья, Музей-квартира Академгородка.

В результате описания концепций выставочных пространств стало ясно, что во многом их возможности и ограничения, цели и средства связаны с тем, частная это организация или государственная. Разумеется, есть нюансы, но в целом рассмотренные кейсы разграничивались содержательно именно по этому признаку.

Также форму представления визуального, форму взаимодействия с посетителем определяло, на наш взгляд, то, что выбрано в качестве носителя символической ценности. Исходя из этого критерия, была сконструирована типология, включающая в себя концепции «Визуальный аттракцион», «Предметный нарратив» и «Совместный опыт».

Концепция «Визуальный аттракцион» предполагает акцент на инновационность и высокотехнологичность. В ней доминирует зрелище и впечатление. Кроме того, можно выделить два подтипа, которые отличаются немного разными фокусами:

- о Высокотехнологичная концепция. Акцент на современность, на высокие технологии и инновации. Из рассматриваемых кейсов наиболее близким является Парк «Россия – Моя история».

- о Зрелищная концепция. Акцент на зрелище, впечатление, масштабность. Из рассматриваемых кейсов наиболее близким является выставка «Дали. Живые полотна».

Концепция «Предметный нарратив» отличается тем, что подлинные предметы или реконструкции и стоящие за ними значимые истории – средство повествования, а также эмоционального вовлечения. Можно выделить также подвиды:

- о Историческая концепция. Акцент на историю, стоящую за экспонатом. Даже если он сам не известен, история, стоящая за ним либо известна, либо впечатляюща. Самые яркие примеры можно найти в Музее Мировой Погребальной Культуры и Музее-квартире Академгородка.

- о Известная концепция. Акцент на известности бренда (экспоната). Бренд сам по себе узнаваем и несет в себе символический капитал. Примером может стать бренд «Дали», задействованный на мультимедийной выставке не только в виде визуального ряда, но и в виде узнаваемых предметов.

Концепция «Совместный опыт». В рамках данной концепции экспонаты – не главное. Самое главное – это вызвать эмоции у посетителя с помощью предметов, нагруженных символами, перевоплощения и ритуалов.

о Ритуальная концепция. Акцент на ритуал, на действия, нагруженные символическим значением. Из рассматриваемых кейсов наиболее близким является Музей Счастья.

о Ролевая концепция. Акцент на перевоплощение посетителя, на его вовлечение в качестве носителя определенной роли. Музей-квартира Академгородка и Музей Счастья представляются самыми яркими примерами.

Описание таких разных кейсов дает представление об особенностях символической экономики города. Возможно это представление неполное, и анализ других кейсов дополнит сделанные нами выводы, но стоит отметить, что сам факт существования и успешного функционирования частных музеев говорит нам о жизнеспособности символической экономики. А характер государственных учреждений и внедряемые в них инновации дает представление о важности культурных учреждений и стремлении привлекать горожан и гостей города в выставочные пространства.

#### **Список использованной литературы**

1. Пахомова Е.И. Музеи Кремля: ожидания посетителей и информационные услуги музеев [Электронный ресурс] // Мониторинг общественного мнения. 2009. №4(92). С.230-244. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzei-kremlya-ozhidaniya-posetiteley-i-informatsionnye-uslugi-muzeev> (дата обращения: 10.09.2018).

2. Бурдые П. Практический смысл / Пер. с фр.: А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко; Отв. ред. пер. и Послесл. Н. А. Шматко. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.

3. Shih-Chang L. Symbolic economy: the types of urban capital from the cultural asset in Taipei in globalization context / L. Shih-Chang. AsRES, 2004. (Conference Papers).

4. Scott A. J. Capitalism, cities, and the production of symbolic forms / A.J. Scott // Transactions of the Institute of British Geographers. 2001. № 26(1). P. 11-23.

5. Долгин А.Б. Экономика символического обмена / А.Б. Долгин. М.: Инфра-М, 2006. С.99-193.