

## Интеграция объектов индустриального наследия в культурное потребление россиян

Продвижение индустриального наследия, его включение в актуальный социальный оборот предполагает не только возвращение в городскую ткань объектов архитектуры, но более активное оказание услуг в сфере культуры соответствующими музейными институциями. На основе вторичного анализа эмпирических данных, с использованием моделирования социальных процессов автор формулирует несколько проблем, которые следует учесть при более активной интеграции индустриальных объектов в культурное потребление россиян: эмоциональную наполненность, эстетичность, безопасность. Эмоции от техногуманитарного дисбаланса (развитие технологий опережает развитие социального капитала) следует учесть при конструировании паттернов нового потребительского поведения — видеть завод изнутри, изучать его, тестировать технологии, оценивать индустриальное наследие как часть локальной истории.

**Ключевые слова:** индустриальное наследие, объект наследия, завод, потребительское поведение, музей, услуги в сфере культуры, безопасность.

PETROVA L. E.

INTEGRATION OF INDUSTRIAL HERITAGE OBJECTS IN THE CULTURAL CONSUMPTION OF RUSSIANS

*Promotion of industrial heritage, its inclusion in the current social turnover presupposes not only the return of architectural objects to the urban fabric, but more active provision of cultural services by the relevant museum institutions. On the basis of a secondary analysis of empirical data, using modeling of social processes, the author formulates several problems that should be taken into account in the more active integration of industrial objects into the cultural consumption of Russians: emotional fullness, aesthetics, safety. The emotion emerging from the techno-humanitarian imbalance (the development of technology is ahead of the development of social capital) should be taken into account for constructing patterns of new consumer behavior — to see the plant from the inside, to study the plant, to test the plant technologies, to evaluate the industrial heritage as a part of local history.*

*Keywords: industrial heritage, heritage object, plant, consumer behavior, museum, cultural services, security.*



**Петрова  
Лариса  
Евгеньевна**

кандидат социологических наук, доцент, проректор по научной и инновационной работе, профессор, Екатеринбургская академия современного искусства (институт), Екатеринбург, Российская Федерация

e-mail:  
petrova@eaca.ru

### Введение

Среди более чем 2 тыс. музеев в России большинство — краеведческие и художественные. Музеи науки, технологий, производств — скорее, исключение, что противоречит современному состоянию общества, которое находится в процессе перехода из индустриальной в следующую стадию, где капитализируется не вещное, а символическое, информационное. Современное заводское пространство поэтому интересно музеефицировать, и практика такой работы может быть столь же распространенной, как сельский/провинциальный/дореволюционный быт в краеведческом музее любого города. Важно «на входе» в такой возможный массовый процесс учитывать закономерности потребления в актуальном обществе, сложившиеся традиции посещения музеев россиянами, современные требования к услугам в сфере культуры.

### Анализ проблемы

Практика презентации в сфере досуга объектов индустриального наследия является малоизученной. Можно выделить несколько групп

публикаций, важных с точки зрения темы, — понятие и современная работа с ним, включенность индустриального наследия в мемориальную культуру в РФ, трансформация пространств за счет актуализации индустриального наследия, потребительские практики и место в них индустриальным музеям.

Само понятие «индустриальное наследие» активно осмысливается в разных дискурсах — правовом, научном, практическом. Так, В. В. Запарий указывает: «Материальное культурное наследие, частью которого является индустриальное наследие, определяется как совокупность строений и артефактов, произведенных обществом с использованием труда, и считается достаточно важным для сохранения будущим поколениям. Если прежде в оценках наследия доминировали такие факторы, как эстетические свойства и уникальность, то материальное наследие индустриального периода более ценится как документальное доказательство экстраординарности определенного периода человеческой истории. Изучение и восстановление индустриального наследия помогает понять индустриализа-

цию — один из наиболее значительных периодов, который, начавшись на западе Европы и в Северной Америке, распространился по всему миру» [7]. Отсюда актуальной задачей является «возвращение» в городскую ткань индустриальной архитектуры, а востребованным процессом — использование мультикритериального метода регенерации историко-архитектурного наследия [2]. При этом наблюдается диалектическое противоречие (как теоретическое, так и на практике) между процессами деградации и реабилитации историко-архитектурных объектов, оценка состояния которых требует не только экономической, но и экологической экспертизы [3].

Исследователи осмысливают отдельные объекты и процессы включения в актуальный культурный оборот индустриального наследия. Например, Водонапорная башня УЗТМ 1929 г. постройки давно стала знаковым объектом культуры Екатеринбурга [9]. Технологии и оборудование анализируются в связи с особенностями регионального развития [1].

Но, пожалуй, главным является установка на совместность действий не только в сохранении, но и продвижении индустриального наследия: мы имеем дело с эпохой огромного разнообразия профессиональных задач, включающих как реабилитацию промышленных территорий, так и разработку футуристических урбанистических прогнозов, принципиальное значение имеет поиск связи между архитекторами и маркетологами-менеджерами-дизайнерами до выработки новых научных методик анализа архитектурного процесса. Собственно, установка на активное взаимодействие разных агентов поля защиты и продвижения индустриального наследия лежит и в основе интереса к анализу аудитории музеев соответствующего направления.

В странах Восточной Европы, включая Россию, процессы осмысления наследия находятся на новом этапе — смена политической, экономической парадигм приводит к альтернативным оценкам, возникновению институтов коррекции оценок и пр. Отсутствие корпуса исследований не позволяет говорить о мемориальной культуре и о ее трансформации, но можно фиксировать отсутствие «политики памяти» на государственном уровне [13], активное осмысление семейной истории как на уровне гражданской активности, так и в академическом дискурсе [5].

При этом индустриальные пространства (территории [6]) активно переосмысляются на уровне публикаций и событий [14]. Индустриальное — важнейшая часть локального [12]. А публичное пространство (промышленные предприятия могут открывать свои территории, делать их доступными горожанам, туристам) в настоящее время быстро и эффективно становится сайтспецифичным публич-артом [10].

Наконец, осмысление индустриального наследия как объекта культуры невозможно без осознания того, что современный посетитель музея, участник инициативных практик по работе с наследием, городской активист и пр. в первую очередь — потребитель. По мнению исследователей [8], общество потребления подрывает основы современной цивилизации западного типа, в эти процессы втягивается Россия, а возможным выходом из проблемы перепотребления является креативный консюмеризм. Фиксируются новые сценарии потребительского поведения, которые выражаются в востребованных способах организации торговых пространств — они становятся не только местом покупок, но и структурным условием реализации других потребностей современного человека — образовательных, культурных, в коммуникации и пр. Трансформация практик поведения заключается в том числе и в том, что востребованное для потребления про-

странство активно воздействует на эмоциональную сферу, создает зрелищность и притягательность, формирует разные сценарии, призвано формировать незабываемые впечатления [11]. Именно на это следует ориентировать экспозиционную и проектную работу музеев индустриального наследия, тем более что технологии, представленные в таких институциях, пригодны для интерактива, партиципаторных методов работы с аудиторией. Исследования показывают, что есть определенный потенциал интереса и установки на включенность в актуализацию историко-архитектурного наследия даже малых индустриальных городов [4]. «Даже» — это указание на пока весьма слабую представленность проектов продвижения рассматриваемого сегмента наследия в практику культурного потребления даже столиц, мегаполисов, не говоря уже о малых городах, обладающих огромным, но не используемым потенциалом индустриального наследия.

Отсутствие публикаций со сведениями о российской аудитории музеев индустриального наследия создает перспективу междисциплинарных исследований и основу для практических действий. Пока контекст моделирования составляют публикации с понятийным аппаратом, опыты изучения трансформации территории и потребительских практик.

Отношение россиян к историческому наследию вообще не слишком лояльно — в «битву» за объекты культурного наследия готовы включиться только 1% россиян. В целом, не более чем каждый десятый в крупном российском городе рассматривает историческое наследие как значимый компонент своей повседневности. На этом фоне отношение к индустриальному наследию меркнет еще больше. Индустриальное наследие имеет коннотации с непрестижным трудом рабочих, «оборонкой», социалистическими идеалами и пр. Технологии, нынешняя конкурентоспособность России за счет промышленности не выглядят значимыми факторами. В целом среди населения России восприятие индустриального наследия проигрывает по сравнению с богатством царских дворцов (самый посещаемый музей в последние годы — Государственный музей-заповедник «Петергоф»), имперской историей. В институциональном образовании прививается идея о том, что музеев — это там, где находятся работы В. М. Васнецова, И. Е. Репина и пр. А недавняя история в цехах завода, где «отцы и деды работали», — это не наследие. Патриотизм в России основан во многом на победах в «горячих» и «холодных» войнах, а не на каждодневных подвигах, незаметном труде. Основывать предложение музея-завода на локальном патриотизме весьма нелегко, спрос не сформирован.

Кейс — старый (гражданский) пивной завод в городе Тыхы (Силезия, Польша), преобразован в IT-лофт с множеством арендаторов, условиями для событий (Иллюстрация 1). Весной 2020 г. там открылась галерея современного искусства. Здание не является объектом культурного наследия. При этом оно сохранено не только из-за моды на краснокирпичные индустриальные пространства, но и потому, что память о месте, составившем славу маленькому городу, жива и поддерживается. Это — не пример музеефикации промышленного здания, но пример отношения к историческому наследию, мотивации, основанной на уважении к истории и конвертации ее в бизнес.

Эмоции — не менее важная составляющая формирования интереса аудитории к тому или иному культурному объекту. Музей предполагает коммуникацию. Жизнь в экономике впечатлений предполагает установку на гедонизм, положительные эмоции, которые не всегда дает музей (Иллюстрация 2). Состояние катарсиса, осмысление критического потенциала музейного контента востребованы незначительной частью публики. Какие эмоции



Иллюстрация 1. Преподобное пространство бывшего пивного завода, г. Тыхи, Силезия, Польша. 2017 г. Фото Л. Е. Петровой



Иллюстрация 2. Экспонат музейного комплекса «Северская домна», г. Полевской, Свердловской области. 2019 г. Фото Л. Е. Петровой



Иллюстрация 3. Пространство экспозиции 5-й Уральской индустриальной биеннале современного искусства, Екатеринбург. 2019 г. Оптико-механический завод. Фото Л. Е. Петровой

мы можем предложить посетителю музея-завода — гнев? отвращение? печаль с грустью? презрение? страх? счастье? удивление? А ведь это и есть список самых распространенных эмоций. Если добавить сюда неистовство, ностальгию, меланхолию, уныние, то картина не меняется. Удивление, приятные ощущения, ощущения счастливой полноты жизни — запрос публики. Посетитель музея — в первую очередь, потребитель. На его поведение, выборах траты ресурсов сказывается состояние рынка в целом. Поэтому, чтобы пойти в индустриальный музей, его нужно убедить,

что там он получит удивительные, спонтанные и погружающие в реальность впечатления, много эмоций, притом положительных. Его нужно вовлечь в какой-то процесс (варить сталь?) или организовать событие. У индустриальных музейных объектов много возможностей — избалованный потребитель ждет уникальности, новизны, даже немного вызывающего контента. Конечно, доля таких людей (ориентированных на внутренний культурный продукт) невелика в общем объеме посетителей.

«Вкусовщина» как жаргонизм и метафора из художественной литературы точно отражает современный нерв сферы культуры: противоречие между этикой и эстетикой, инфляцию арт-критики, экспертности и пр. Пристрастность в восприятии бывших заводских, промышленных пространств очевидна. Так называемый стиль «лофт» вошел в употребление россиян с позиций «специально обшарпанный». Понимание красоты руин — удел немногих ценителей старины, оригинальности и «настоящего». Массовый же потребитель с трудом воспринимает все, где нет ремонта, гипсокартона и пр.

Кейс — Уральская индустриальная биеннале современного искусства на бывшем приборостроительном заводе в Екатеринбурге. Цитаты из интервью с посетителями: «...это какое-то новое сейчас направление, все эти старые заводы, все грязные помещения. Я тут сижу и все во мне возмущается, тут раньше было приятно, это был живой организм, что тут было серьезно, а сейчас оно в таком состоянии, тут все это развешено, конечно, это надо все воспринять попытаться. А вообще мне явно здесь не хватает именно завода... Дискомфортно. Потому что я не понимаю вот этих стен ободранных и грязных. Вот Вы знаете, не понимаю. Мне здесь плохо. Мне здесь некомфортно». Фразы свидетельствуют о том, что конвенционального восприятия бывших заводских пространств как музейных, зрелищных, важных не происходит — в противовес восприятию бывших жилых пространств (усадьбы, музей-квартиры и пр.) как наследия, истории и пр. И это — вопрос времени, институциональной установки на формирование отношения к недавним производствам как к интересным и важным с эстетической, познавательной и исторической точек зрения.

Эстетика индустриальных пространств — вообще не конвенциональная тема (Иллюстрация 3). Элитарная привязанность к стилю «лофт», подлинным (поэтому «обшарпанным») пространствам — недавнее явление в России. Именно эстетика, а не этика движут потребителями такого культурного продукта. Подлинность, аутентичность стен, лестниц, дверей, внутренних интерьеров и фасадов востребована у крайне незначительной части зрителей. Иногда эстетизация заводской повседневности принимает формы почти глянцевого стиля, фотографии создают ощущение футуристической, утопической, фантастической красоты, нереальности (примером служит выставка Саши Генциса «Социалистический сюрреализм» в галерее «Синара-Арт» в рамках 5-й Уральской индустриальной биеннале современного искусства).

Труд не воспринимается как объект искусства, скорее это — процесс, создающий какие-то продукты, предваряющий или завершающий процесс восприятия прекрасного. Самые многочисленные российские музеи — краеведческие — выставляют предметы быта, прежде всего, как часть технологий (прялка, ступка и др.), а не как проявление эстетики определенного времени. Сформированная в общественном мнении установка на красоту как следствие труда вступает в противоречие с необходимостью эстетизации пространства для зрителей музеев индустриального наследия в расчете на массу посетителей. Процесс формирования такого интереса (эстетического в дополнение к историческому) — длительный, требующий осознания, проектирования и действий в условиях конкуренции с презентуемым дворянским бытом, золотом и классической живописью.

Безопасность — традиционный элемент потребительского выбора и организации оказания услуг в сфере культуры. Эта позиция дуальна — безопасность (как сохранность) самих производств и безопасность посетителей в условиях производства. Если в традиционном музее посетители вовлечены в классические и привычные практики — просмотр, в крайнем случае — слабая вовлеченность в обсуждение или экспериментирование, то это указывает на относительно невысокие требования к организации посещения. На индустриальных же площадках обеспечение безопасности — новая и дорогостоящая задача. Помимо технологических условий (взаимодействие с оборудованием, заводским пространством), есть и проблема обеспечения экологической безопасности — проверка на превышение предельно допустимых показателей загрязнения территории.

Но безопасность самих индустриальных объектов не менее важна.

Обслуживание зданий и сооружений — это время, деньги и особые компетенции. Применительно к объекту культурного наследия (ОКН) время — важный фактор. Разобрать печатный станок в советской типографии недолго, сохранить и обеспечить его безопасное функционирование — долгий и ответственный процесс.

Кейс — «Лето на заводе» (Турчаниновский завод в Сысерти близ Екатеринбурга) все лето 2020 г. притягивал огромное число людей — сначала волонтеров, с августа — посетителей (Иллюстрации 4–6). Безопасность посещения открытых пространств внутри заводской территории возможна там и тогда, когда краснокирпичная архитектура, видимые сооружения интересны как картинка, как репрезентация и архитектуры, и истории, как зона селфи. Между цехами, как правило, много места, которое занимается публичной активностью, может быть парковочным местом. На месте старого доменного цеха в 2020 г. созданы лекторий, концертный зал, кофейня и пиццерия. За полтора месяца кластер посетили 20 тыс. человек, прошли десятки мероприятий. Часовая очередь за пиццей прямо из печи, рядом с когда-то «горячим» цехом с другой печью — доменной — свидетельствует о гибридности мотивов потребления современного горожанина.

Проблемы, требующие решения, на сегодняшний день многочисленны; к ним можно отнести отсутствие критичности в осмыслении индустриального наследия, коннотации с эксплуатацией, гонкой вооружений, неуважительными иерархиями в музеях-заводах и пр. (к примеру, аэропорт в Екатеринбурге назвали в честь А. Демидова, а в советских учебниках истории он был представлен как эксплуататор трудового народа). И что показывать на индустриальных объектах — технологии или труд? Какие оценки будут предъявлены? Сегодня вопросы этики в экспозиционных пространствах и при формировании коллекций стали крайне острыми, актуальными.

Нет конвенциональности в том, что такое наследие, является ли индустриальное наследие значимым, в чем приоритеты и пр. Колониалистская логика осмысления индустриальных пространств предполагает, что если это — небольшой город, то местные жители остаются «за кадром», не включаются в трансформацию. За редким исключением (в рамках программы «Арт-резиденция» для 2-й Уральской индустриальной биеннале, 2012 г., известный россий-

ский художник Л. Тишков представил проект «Заброшенные утопии» с историей Коньковского завода в Верхотурье). Вовлеченность локальных сообществ — важная черта ответственности и осмысленности представления индустриального наследия.

В «новой нормальности» в ближайшее время вряд ли следует ожидать музейного бума (так был назван 2019 г.). Но потоки посетителей в открытые пространства будут явно расти. Готовы ли заводы-музеи с точки зрения инфраструктуры — туалеты, общепит, парковки, онлайн-продажи билетов и пр.? Перестройка городского и пригородного пространств — насущная необходимость развития не только мегаполисов, но и небольших российских городов. Заводы с их открытой территорией и распространенным дефицитом интересных парков в крупных городах вполне могут стать ответом на этот запрос. Доходы россиян в массе своей падают, отсюда — востребованность внутреннего туризма с экономичными, но впечатляющими по эмоциям предложениями.

На восприятие индустриального наследия может негативно влиять размытая в общественном сознании эмоция от техногуманитарного дисбаланса — развитие технологий опережает развитие социального капитала. Это — мегатренд (наряду с ростом социального неравенства и крахом общественного договора с государством, которое не способно обеспечить свои обязательства по отношению к гражданам, второе — пессимизм в отношении будущего от неотвратимости негативных последствий изменения климата, природных и антропогенных рисков).

Представляется, что постковидный мир станет еще более непредсказуемым, неопределенным, сложным и неоднозначным. Может быть, это сможет стать конкурентным предложением со стороны заводов-музеев — они так стабильны, предсказуемы, по-хорошему сложны!

## Заключение

Итак, музеи-заводы с их повседневным тяжелым трудом пока не рассматриваются как часть подвигов, побед, славы народа; востребованность положительных эмоций, ощущения полноты жизни у посетителей музеев как факт культурного потребления должна найти свое воплощение в презентации индустриального наследия, а вопросы эстетики пространств не являются конвенциональными для разных групп посетителей музейных пространств. Забота о безопасности



Иллюстрация 4. Проект «Лето на заводе», г. Сысерть, Свердловской области, завод Турчаниновых-Соломирских. 2020 г. Арт-объект А. Пищуговой. Фото Л. Е. Петровой



Иллюстрация 5. Проект «Лето на заводе», г. Сысерть, Свердловской области, завод Турчаниновых-Соломирских. 2020 г. Спектакль театра современной хореографии «Провинциальные танцы». Фото Л. Е. Петровой



Иллюстрация 6. Туристы в пространстве бывшего железодельного завода, г. Сысерть, Свердловской области. 2020 г. Фото Л. Е. Петровой

предполагает соблюдение не только технических, но и эпидемиологических и экологических стандартов и пр. Складывающаяся в общественном сознании эмоция от техногуманитарного дисбаланса (развитие технологий опережает развитие социального капитала) следует учесть как фон для конструирования паттернов нового потребительского поведения —

видеть завод изнутри, изучать завод, тестировать заводские технологии, оценивать индустриальное наследие как часть локальной истории.

### Список использованной литературы

- 1 Бугров К. Д. Ткацкие станки и доменные печи: культурный потенциал индустриального наследия в Центральном старотекстильном ареале и Уральском регионе // *Labyrinth. Теории и практики культуры*. — 2021. — № 1. — С. 51–64.
- 2 Быстрова Т. Ю. Методы регенерации объектов индустриальной архитектуры в малых городах // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2020. — № 1 (44). — С. 42–47.
- 3 Быстрова Т. Ю. Деградация и реабилитация историко-архитектурного наследия: функционально-типологический подход // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2019. — № 3 (42). — С. 26–30.
- 4 Быстрова Т. Ю., Певная М. В. Отношение жителей к архитектурному наследию — ресурс развития малых индустриальных городов // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2019. — № 2 (41). — С. 43–48.
- 5 Граматчикова Н. Б. Утрачены и придуманы: места и вещи семейной истории // *Labyrinth. Теории и практики культуры*. — 2020. — № 1. — С. 17–30.
- 6 Долгов А. В., Бердюгина Ю. М. Территория историко-культурного назначения как особый вид зоны с особыми условиями использования территорий // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2014. — № 4. — С. 61–65.
- 7 Запарий В. В. «Индустриальное наследие» и его современное толкование // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2009. — № 1. — С. 32–35.
- 8 Ильин В. И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления // *Журнал социологии и социальной антропологии*. — 2011. — Т. 14. — № 5. — С. 41–54.
- 9 Кучинский-Паровой Т. Р. Концепции публичного пространства Б. Гройса как основа для реализации проектов публич-арта // *АРТЭФАКТ*. — 2020. — № 14. — С. 96–102.
- 10 Кудрявцев С. В., Волков Е. М. Водонапорная башня федерального значения // *Академический вестник УралНИИПроект РААСН*. — 2016. — № 2 (29). — С. 75–81.
- 11 Маркеева А. В., Гавриленко О. В. Трансформация потребительских практик: новые сценарии потребительского поведения и способы организации торговых пространств // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология*. — 2017. — Т. 23. — № 2. — С. 92–115.
- 12 Марков А. В. Медиалогия локальной идентичности: Маршалл Маклюэн и Олжас Сулейменов // *Labyrinth. Теории и практики культуры*. — 2020. — № 4. — С. 16–22.
- 13 Смагар А. В. Дискурсивная трансформация мемориальной культуры США // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7: Философия*. — 2019. — № 5. — С. 86–95.
- 14 Проект «Уралмаш»: культурное будущее [пост] индустриальных городов: материалы междунар. симпозиума (Екатеринбург, 31 мая — 3 июня 2017 г.) / науч. ред. Л. Е. Петрова, И. А. Ахьямова, А. А. Пронин, М. С. Ильченко. — Екатеринбург: Екатеринбург. акад. современного искусства, 2017. — 273 с.
- 2 Bystrova T. Yu. Metody regeneracii ob'ektov industrial'noj arhitektury v malyh gorodah // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2020. — № 1 (44). — С. 42–47.
- 3 Bystrova T. Yu. Degradaciya i reabilitaciya istoriko-arhitekturnogo naslediya: funkcional'no-tipologicheskij podhod // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2019. — № 3 (42). — С. 26–30.
- 4 Bystrova T. Yu., Pevnaya M. V. Otnoshenie zhitelej k arhitekturnomu naslediyu — resurs razvitiya malyh industrial'nyh gorodov // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2019. — № 2 (41). — С. 43–48.
- 5 Gramatchikova N. B. Utracheny i pridumany: mesta i veshchi semejnoy istorii // *Labyrinth. Teorii i praktiki kul'tury*. — 2020. — № 1. — С. 17–30.
- 6 Dolgov A. V., Berdyugina Yu. M. Territoriya istoriko-kul'turnogo naznacheniya kak osobyj vid zony s osobymi usloviyami ispol'zovaniya territorij // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2014. — № 4. — С. 61–65.
- 7 Zaparij V. V. «Industrial'noe nasledie» i ego sovremennoe tolkovanie // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2009. — № 1. — С. 32–35.
- 8 Il'in V. I. Kreativnyj konsyumerizm kak trend sovremennoogo obshchestva potrebleniya // *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*. — 2011. — Т. 14. — № 5. — С. 41–54.
- 9 Kuchinskij-Parovoj T. R. Konceptii publichnogo prostranstva B. Grojsa kak osnova dlya realizacii proektov publik-arta // *ARTEFAKT*. — 2020. — № 14. — С. 96–102.
- 10 Kudryavcev S. V., Volkov E. M. Vodonapornaya bashnya federal'nogo znacheniya // *Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN*. — 2016. — № 2 (29). — С. 75–81.
- 11 Markeeva A. V., Gavrilenko O. V. Transformaciya potrebitel'skih praktik: novye scenarii potrebitel'skogo povedeniya i sposoby organizacii trgovykh prostranstv // *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Sociologiya i politologiya*. — 2017. — Т. 23. — № 2. — С. 92–115.
- 12 Markov A. V. Medialogiya lokal'noj identichnosti: Marshall Maklyuen i Olzhas Sulejmenov // *Labyrinth. Teorii i praktiki kul'tury*. — 2020. — № 4. — С. 16–22.
- 13 Smagar A. V. Diskursivnaya transformaciya memorial'noj kul'tury SSHA // *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 7: Filosofiya*. — 2019. — № 5. — С. 86–95.
- 14 Proekt «Uralmash»: kul'turnoe budushchee [post] industrial'nyh gorodov: materialy mezhdunar. simpoziuma (Ekaterinburg, 31 maya — 3 iyunya 2017 g.) / nauch. red. L. E. Petrova, I. A. Ah'yamova, A. A. Pronin, M. S. Il'chenko. — Ekaterinburg: Ekaterinburg. akad. sovremennogo iskusstva, 2017. — 273 s.

Статья поступила в редакцию в мае 2021 г.

Опубликована в июне 2021 г.

### Larisa Petrova

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Vice-rector for scientific and innovative work, Professor, Yekaterinburg Academy of Contemporary Art (Institute), Yekaterinburg, Russian Federation  
e-mail: petrova@eaca.ru  
ORCID: 0000-0003-2981-916X

### References

- 1 Bugrov K. D. Tkackie stanki i domennye pechi: kul'turnyj potencial industrial'nogo naslediya v Central'nom starotekstil'nom areale i Ural'skom regione // *Labyrinth. Teorii i praktiki kul'tury*. — 2021. — № 1. — С. 51–64.