

УДК 130.2

Doi 10.31773/2078-1768-2024-66-68-74

КОНЪЮНКЦИЯ И ДИЗЪЮНКЦИЯ ПАТТЕРНОВ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Мальшина Наталия Анатольевна, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных наук, Саратовская государственная консерватория имени Л. В. Собинова (г. Саратов, РФ). E-mail: malsnataliya@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1632-538X>

Автором рассматриваются такие ключевые параметры индустриального общества, как цифровизация, интеграция, фрагментация, рутинизация, в качестве детерминант, а в определенных ситуациях и паттернов активности культуры. Автором под *паттерном* понимается относительно стабильная модель, схема/образ поведения в системе индустриального общества, а *культурными паттернами* (паттерны культуры) индустриального общества – относительно стабильные, неестественно сложившиеся образцы активных культурных действий/поведения. При этом паттерн возникает и зависит от сложившейся институциональной среды, в которой формируется каркас для возникновения и установления желательных и нежелательных с точки зрения экономики паттернов, обеспечивающих изменение данной среды и всей системы. Очевидно, что культура, как система отношений, ускользает от какого-либо управленческого воздействия и регламентации. То есть управлению, как организационно-экономическому механизму воздействия, поддается только «индустрия культуры». Детерминанты экономической плоскости культуры (индустрии культуры) оказывают влияние на культуру и могут быть рассмотрены как культурные паттерны индустриального общества (то есть сложившиеся культурные образцы), и уже с возможным трансформирующимся содержанием в плоскости традиционной культуры. Соотношение паттернов культуры индустриального общества на основе *конъюнкции* является оптимальным и подтверждает истинность входящих сложных суждений. В данном случае соотношения паттернов и экономические и внеэкономические составляющие истины. При соотношении при помощи операции *дизъюнкция* доминирующим истинным будет одно из составляющих (или экономические, или внеэкономические). Автором выделяются антиномичные пары паттернов современного состояния культуры: *ценность/стоимость, знание/информация, сервис/творчество, техника/природа (талант/уникальность/одаренность), приятное (рекреация)/прекрасное, контроль/свобода*. Удовлетворение потребности в саморазвитии личности через различные формы подлинной культурной/созидательной/творческой деятельности и наличие доступных знаний, необходимых субъекту, становится базовым элементом для устойчивости всей системы общества. Именно подлинные культурные ценности как императив самоограничений симуляционных потребностей субъекта выступают средством формирования общественных потребностей не в количественных, а в качественных результатах.

Ключевые слова: детерминанты, культурные паттерны, конъюнкция, индустрия культуры.

CONJUNCTION AND DISUNCTION OF PATTERNS IN THE INTERRELATION OF ECONOMY AND CULTURE OF INDUSTRIAL SOCIETY

Malshina Nataliya Anatolyevna, PhD in Philosophy, Associate Professor of Department of Humanities, Saratov State Conservatoire (Saratov, Russian Federation). E-mail: malsnataliya@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1632-538X>

The author considers such key parameters of industrial society as digitalization, integration, fragmentation, and routine as determinants and, in certain situations, patterns of cultural activity. It is obvious that culture,

as a system of relations, eludes any managerial influence and regulation. That only the *culture industry* can be managed as an organizational and economic mechanism of influence. Consequently, the determinants of management in the economic plane of culture (culture industry) have an impact on culture and can be considered as cultural patterns of industrial society (established cultural patterns), and already with a possible transforming content in the plane of traditional culture. The author understood a pattern as a relatively stable model, scheme/image of behavior in the system of industrial society, and cultural patterns (patterns of culture) of industrial society as relatively stable, not naturally formed patterns of active cultural actions/behavior. The correlation of the patterns of culture of industrial society based on conjunction is optimal and confirms the truth of the incoming complex judgments. This case is the correlation of patterns and the economic and non-economic components of the truth. With the ratio using the disjunction operation, one of the components (either economic or non-economic) will be the dominant true. The author identifies antinomic pairs of patterns of the current state of culture: value/price, knowledge/information, service/creativity, technology/nature (talent/uniqueness/giftedness), pleasant (recreational)/beautiful, control/freedom. Satisfaction of the need for self-development of the individual through various forms of genuine cultural/original/creative activity and the availability of accessible knowledge necessary for the subject, becomes the basic element for the stability of the entire system of society.

Keywords: determinants, cultural patterns, conjunction, culture industry.

Несмотря на наличие разноплановых подходов, разработок, методик и показателей, на сегодняшний день в российской практике не существует общепринятой методологии, инструментария исследования и взаимодействия экономической сферы и сферы культуры. Исследования в этом направлении только начинают развиваться и представляют значительный научный и практический интерес. В практике *российской науки* исследования взаимодействия экономических детерминант и культурных установок проводили А. А. Аузан и Е. Н. Никишина, А. Я. Рубинштейн, М. Матецкая, В. Ю. Муzychuk и др. Для понимания взаимосвязи между культурой и экономикой имеет значение направление воздействия – культуры на экономику и/или экономики на культуру. В большинстве своем исследователи однозначны в мнении о наличии влияния культуры на экономическое поведение через нормы, ценности, традиции и т. п., укоренившиеся в том или ином обществе, а также о том, что экономические процессы имеют непреодолимую культурную составляющую. Однако это влияние признается с определенной оговоркой: «Культура влияет на экономическое развитие, но не детерминирует его» [1, с. 85]. При этом зачастую экономисты склонны полагать, что можно внести в культуру определенные изменения извне, с тем чтобы выйти на «нужные» темпы и/или масштабы экономического развития. Однако эмпирические исследования демонстрируют не

столько прямое воздействие на культуру в целях достижения определенных параметров экономического развития, сколько реализацию таких институциональных изменений, которые согласуются с существующей культурной традицией или встраиваются в нее.

В отдельных работах интерес к взаимосвязи экономики и культуры был назван «*культурным поворотом*» (cultural turn) экономической науки, произошедшим в конце XX века и обусловленным определенной восприимчивостью к культурным идеям со стороны экономической теории. *Индустрия культуры* представляет собой «совокупность предприятий, учреждений и организаций, реализующих производство, распределение, сохранение и координацию потоковых процессов предоставления и потребления товаров/продуктов и услуг культуры, обеспечивающих удовлетворение социально-культурных и информационных индивидуальных и общественных потребностей» [6, с. 76]. При определении индустрии культуры изначально концентрируется внимание на неотъемлемом ее составляющем – изготовлении и распространении текстов, которые влияют на наше понимание мира. *Индустрия культуры* является «сложной бизнес-структурой, заинтересованной в получении прибыли, путем изготовления и распространения текстов» [6]. «В конце концов, создатели символов являются главными изготовителями текстов. Тексты по определению не могли

бы без них существовать, несмотря на индустриальные системы их (текстов) воспроизводства, дистрибьюции и маркетинга и получения за них вознаграждения» [12, с. 18].

Индустрия культуры интегрирует накопленные знания в области смежных наук и сфер деятельности, исключая любую методологическую унификацию, в пользу методов, способных решать задачи комплексного уровня познания многосоставного явления культуры. Исследование феномена индустрии культуры предполагает комбинирование подходов, в результате *индустрия культуры* предстает как «определенный способ производства культурных смыслов, организованный в соответствии с требованиями современности и активно способствующий преобразованию окружающей реальности» [2]. *Индустрия культуры* (creative industries) по сути – это «цельный промышленный аппарат по производству единообразных, стандартизированных новинок в сферах искусства, живописи, литературы, кино, являясь, по сути, развлекательным бизнесом, приносит стабильный и значительный вклад в развитие экономики» [12]. Культурные артефакты детерминированы логикой прибыльности и максимизации капитала с масштабной систематичностью общества массового потребления.

Платные услуги, предоставляемые населению РФ в рамках индустрии культуры, являются полезными результатами труда в процессе производства, удовлетворяющими за плату определенные потребности граждан. Они являются «объектом купли-продажи и реализуются по ценам, целиком или в значительной мере покрывающим издержки производителя (за счет выручки от реализации) и обеспечивающим ему прибыль» [9]. *Индустрия культуры* порождает потребности, мнения и идеалы с целью обеспечения максимизации прибыли. *Индустрия культуры* развивается циклично, назначая обществу модные идеалы, ценности, и рассматривается как механизм преобразования организованной деятельности в дискретные явления, разделяя культурные практики на несоединимые.

Индустрия культуры понимается как «меж- и полидисциплинарное явление, сложно организованная динамичная система визуальных знаков и символических локаций, выражающих и

транслирующих культурно-антропологические смыслы» [7], ценности и практики. Визуализация базовых культурных смыслов и ценностей в индустрии культуры современного общества потребления имеет фундаментальные перспективы как визуальные и вербальные способы *культурного кодирования*: традиции и тренды, применение информационных цифровых технологии культурного кодирования, производство культурного кода общества потребления: институты, паттерны, практики.

Взаимосвязь продуцентов и потребителей индустрии культуры формирует уровень массового потребления продукта культурной деятельности и оказывает влияние на рынки, связанные с данной областью в частности и на всю экономику страны в целом. Культурные индустрии здесь играют центральную роль в переходе к экономикам, основанным на брендах, знаках и смыслах, на креативности, интеллектуальной собственности, к информационному обществу или обществу знания. Современное понимание индустрии культуры «построено на принципах творческой (креативной) экономики и отражает комплексный подход к развитию и взаимодействию основных секторов искусства, медиа, культурного наследия и сектора услуг» [5].

Понятие «индустрия культуры» направлено на обслуживание нужд капитала и переводит искусство, культуру, знания в сферу массового потребления и производства не культуры, а сознания. Последующая индустриализация сознания, как новая форма массового распространения культуры, выступает основной силой промышленного производства в XX веке. Культурная индустрия переводит искусство в сферу потребления, а основными условиями существования «индустрии сознания» являются: прокламация, накопление капитала, техническое развитие. Управлению, как организационно-экономическому механизму воздействия, поддается именно индустрия культуры как сфера экономической деятельности.

Ключевые параметры индустриального общества (цифровизация, интеграция, фрагментация) могут выступать детерминантами, влияющими факторами, а при определенных сочетаниях – паттернами активности культуры. При этом автором под *паттерном* понимается модель по-

ведения в системе индустриального развития общества, а культурными паттернами (паттерны культуры) индустриального общества – неестественно сложившиеся образцы активных культурных действий. В самом широком смысле паттерн представляет собой *схему/образ* действия посредством определенного видения/представления. Применительно к математике результат применения функции рассматривается как математический паттерн. В экономике паттерн понимается как параметр деятельности/поведения субъектов экономической деятельности. Применительно к системным исследованиям в качестве «паттерна рассматривается ряд феноменов, которые обеспечивают изменения в системе» [3]. Применительно к общественным институтам содействия «в российских корпорациях формы разнокачественных рутин (модели поведения, повторяющиеся и видоизменяющиеся с течением времени) рассматриваются как паттерны» [8], характеризуются дисфункциональностью, проявляемой в неформальной институциональной среде присутствием суррогатов/симулякров. Р. Нельсон характеризует «паттерны... как относительно стабильные аспекты среды, рутины, которые достаточны для достижения целей» [13].

Таким образом, одной из основных характеристик паттернов с точки зрения экономических отношений является *рутинизация*; многократное повторяющиеся однообразные действия, в значительных масштабах применяемые в модели поведения, а также устойчивые привычки в процессе экономических взаимоотношений рассматриваются как паттерн. При этом паттерн «зависит от сложившейся институциональной среды, в которой формальные и неформальные институты, институты нормы и институты организации формируют каркас для возникновения и установления желательных с точки зрения экономики и нежелательных паттернов» [11].

Автором выделяются антиномичные пары паттернов индустрии культуры *ценность/стоимость – знание/информация – сервис/творчество – техника/природа (талант/уникальность/одаренность) – приятное (рекреация)/прекрасное – контроль/свобода*. То есть имеется антагонистическая направленность групп паттернов – регресс и прогресс, деградация и развитие. При

доминировании паттернов *стоимость, сервис и информация, техника, приятное (рекреация), контроль* – направленность на регресс/деградацию, при доминировании паттернов *ценность, творчество и знания, природа (талант), прекрасное, свобода* – направленность на прогресс/развитие.

В рамках авторской модели паттерны делятся на два взаимосвязанных/взаимодействующих антиномичных блока: функциональный и ресурсный. В функциональный блок входят внеэкономические компоненты (*ценность – знание – творчество – природа – прекрасное – свобода*), ресурсный блок состоит из блока экономических компонентов (*стоимость – информация – сервис – техника – приятное – контроль*).

Автору представляется, что именно соотношение паттернов культуры индустриального общества на основе конъюнкции является оптимальным и подтверждает истинность входящих сложных суждений. «*Конъюнкция* истинна только тогда, когда истинны оба входящих в нее простых суждения. Состоящее из большего числа простых суждений соотношение паттернов также истинно только в том случае, когда истинны все входящие в него суждения, во всех остальных случаях соотношение является ложным» [10, с. 87]. В данном случае соотношения и экономические и внеэкономические составляющие истинны.

При соотношении при помощи операции *дизъюнкция* доминирующим истинным будет один из составляющих (или экономические, или внеэкономические). «*Строгая дизъюнкция* истинна только тогда, когда одно входящее в нее простое суждение истинно, а другое ложно. При больших составляющих истинно соотношение только в том случае, когда истинно только одно из входящих в нее простых суждений, а все остальные ложны» [10, с. 87].

Интегральная модель индустрии культуры / экономических составляющих и традиционной культуры / внеэкономических составляющих функционирует в направлении именно на внеэкономические компоненты при условии:

– сохранения *ценности* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления;

– сохранения *творчества* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления;

– сохранения *знания* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления;

– сохранения *свободы* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления;

– сохранения *природы (талант/одаренность)* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления;

– сохранения *прекрасного* при обеспечивающем уровне давления *стоимости, информации, сервиса, техники, контроля и приятного* и разрушения *ценности* при высоком уровне их давления.

Таким образом, материальные компоненты обеспечивают нематериальные / традиционно духовные культурные компоненты культуры. Приоритетное положение занимает не столько количественное преобразование (увеличение объемов и числа процессов и операций), но в большей степени *качественное* позитивное изменение, нововведения и инновации. Также трансформируются и материальные компоненты индустрии культуры, естественно испытывая влияние нематериальных ценностных компонентов. Формируется новый тип экономических составляющих, отвечающих ценностным культурным предпочтениям.

В результате *конвергенции* паттернов формируется *новый тип индустрии культуры*, в котором материальные показатели не находятся в приоритетном положении, а именно нематериальные факторы определяют направление развития индустрии культуры.

На уровне субъекта индустрии культуры оптимальную перспективу индустрии культуры можно видеть в сочетании возможностей массовой культуры и рассмотрения личности как

центра сосредоточения идентичности / социально-культурной ответственности. Единственным возможным выходом из замкнутого круга доминирования массового индустриального сознания представляется осознание личностью потребности в *самоограничении* симуляционных потребностей, навязанных рыночным механизмом. Потребности человека и знания, необходимые для их удовлетворения, формируются в процессе творческого культурного саморазвития вне непосредственного материального производства, образуя своего рода заказ для качественного развития всего общества, с последующим ростом духовных потребностей по всех областях деятельности. Личность потребителя как сотворца и сопроизводителя произведения культуры и искусства, культурного социального блага определяет конечный результат процесса производства культурного продукта, является необходимым условием его реализации. Всякое искусство, произведение культуры моделирует и организует окружающую его реальность, каждый раз неповторимым способом. Чем выше уровень потребителя, обширнее уже имеющаяся базовая информация – тем больше он сможет принять, осмыслить и переработать культурных текстов и кодов.

Удовлетворение потребности в саморазвитии личности через различные формы подлинной культурной/созидательной/творческой деятельности и наличие знаний, необходимых для этого, у субъекта становятся существенным базовым элементом для устойчивости всей системы общества. При этом «сдвигаются те культурные критерии, которые определяют рамки рационального. А вместе с этим – главным в разумном, рациональном определении человеческих потребностей становятся именно *культурные*, а не *экономические императивы*» [4, с. 227]. Именно подлинные культурные ценности как императив самоограничений субъекта выступают средством формирования общественных потребностей не в количественных, а в качественных результатах. Полученный результат в процессе данной деятельности, конечно, открывает поле потенциальных возможностей удовлетворения дополнительных, все возрастающих потребностей, расширяя спектр применения через наличие знания, что открывает совершенно новый способ присвоения и

отказа от классической собственности на материальные продукты труда.

Таким образом, детерминанты экономической плоскости культуры (индустрии культуры) оказывают влияние на традиционную культуру и могут быть рассмотрены как культурные паттерны индустриального общества (то есть неестественно сложившиеся культурные образцы, схемы-образы действия), и уже с возможным трансформирующимся содержанием в плоскости традиционной культуры. Автором выделяются

антиномичные пары паттернов современного состояния культуры: *ценность/стоимость, знание/информация, сервис/творчество, техника/природа (талант/уникальность/одаренность), приятное (рекреация)/прекрасное, контроль/свобода*. Соотношение паттернов при помощи *конвергенции* формирует *новый тип индустрии культуры*, в котором материальные показатели не находятся в приоритетном положении, а соотношение паттернов культуры индустриального общества на основе конъюнкции является оптимальным.

Литература

1. Аузан А. Культурные коды экономики. Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа. – М.: АСТ, 2022. – 160 с.
2. Адорно Т. В., Хоркхаймер М. Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. – 104 с. – ISBN 978-5-91103-276-0.
3. Артур У. Б. Теория сложности в экономической науке: иные основы экономического мышления // *TERRA ECONOMICUS*. – 2015. – Т. 13, № 2. – С. 15–37.
4. Бодрунов С. Ноономика. – М.: Культурная революция, 2018. – 432 с. – ISBN 978-5-6040343-1-6.
5. Болдырева Е. В. Сервисное развитие услуг музея: внешние сервисы современных музеев // *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. – 2022. – № 58. – С. 55–61.
6. Мальшина Н. А. Интегральный оценочный показатель функционирования индустрии культуры РФ // *ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура*. – 2021. – № 1 (84). – С. 76–81.
7. Марков В. И., Егле Л. Ю. Культурологические аспекты исследования региональной музыкальной традиции // *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. – 2019. – № 46. – С. 106–114.
8. Плетнев Д. А., Николаева Е. В. Паттерны института содействия в современных российских корпорациях // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2016. – № 2 (384). – С. 151–161.
9. Показатели эффективности в сфере культуры [Электронный ресурс]. – URL: <https://индустриякультуры.рф/> (дата обращения: 09.01.2023).
10. Руденко А. М. Логика. – Ростов н/Д.: Феникс, 2022. – 251 с. – ISBN 978-5-222-26124-8.
11. Развадовская Ю. В. Новая индустриализация: фазы, доминанты и паттерны // *Вестник Томского государственного университета*. Экономика. – 2020. – № 5. – С. 291–306.
12. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с. – ISBN 978-5-7598-0837-4.
13. Nelson R.R. Human Behavior and Cognition in Evolutionary Economics [Электронный ресурс] // *Biol Theory*. – 2011. – No 6. – P. 293–300. – URL: <https://doi.org/10.1007/s13752-012-0036-4> (дата обращения: 09.01.2023).

References

1. Auzan A. *Kul'turnye kody ekonomiki. Kak tsennosti vliyayut na konkurenciyu, demokratiyu i blagosostoyanie naroda [Cultural codes of the economy. How values influence competition, democracy and the well-being of the people]*. Moscow, AST Publ., 2022. 160 p. (In Russ.).
2. Adorno T.V., Horkkхайmer M. *Kul'turnaya industriya. Prosveshchenie kak sposob obmana mass [Cultural industry. Enlightenment as a way of deceiving the masses]*. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2016. 104 p. (In Russ.), ISBN 978-5-91103-276-0.
3. Artur U.B. *Teoriya slozhnosti v ekonomicheskoy nauke: inye osnovy ekonomicheskogo myshleniya [Complexity Economics: A Different Framework for Economic Thought]*. *TERRA ECONOMICUS*, 2015, no. 13 (2), pp. 15-37. (In Russ.).
4. Bodrunov S. *Noonomika [Noonomika]*. Moscow, Kul'turnaya revolyutsiya Publ., 2018. 432 p. (In Russ.), ISBN 978-5-6040343-1-6.

5. Boldyreva E.V. Servisnoe razvitie uslug muzeya: vneshnie servisy sovremennykh muzeev [Service development of museum services: external services of modern museums]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts], 2022, no. 58, pp. 55-61 (In Russ.).
6. Malshina N.A. Integral'nyy otsenochnyy pokazatel' funktsionirovaniya industrii kul'tury RF [Integral evaluation indicator of the functioning of the culture industry of the Russian Federation]. *POISK: Politika. Obshchestvovedenie. Iskusstvo. Sotsiologiya. Kul'tura* [SEARCH: Politics. Social Science. Art. Sociology. Culture], 2021, no. 1 (84), pp. 76-81. (In Russ.).
7. Markov V.I., Egle L.Y. Kul'turologicheskie aspekty issledovaniya regional'noy muzykal'noy traditsii [Culturological aspects of the study of regional musical tradition]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts], 2019, no. 46, pp. 106-114. (In Russ.).
8. Pletnev D.A., Nikolaeva E.V. Patterny instituta sodeystviya v sovremennykh rossiyskikh korporatsiyakh [Patterns of Institution of Assistance in Modern Russian Corporations]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 2016, no. 2 (384), pp. 151-161. (In Russ.).
9. *Pokazateli effektivnosti v sfere kul'tury* [Performance indicators in the field of culture]. (In Russ.). Available at: <https://индустриякультуры.рф/>
10. Rudenko A.M. *Logika* [Logic]. Rostov-on-Don, Phoenix Publ., 2022. 251 p. (In Russ.), ISBN 978-5-222-26124-8.
11. Razvadovskaya Yu.V. Novaya industrializatsiya: fazy, dominanty i patterny [New industrialization: phases, dominants and patterns]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Bulletin of Tomsk State University. Economy], 2020, no 5, pp. 291-306 (In Russ.).
12. Khezmondalsh D. *Kul'turnye industrii* [Cultural Industries]. Moscow, Izdatel'skiy dom Vysshey shkoly ekonomiki Publ., 2014. 456 p. (In Russ.), ISBN 978-5-7598-0837-4.
13. Nelson R.R. Human Behavior and Cognition in Evolutionary Economics. *Biol Theory*, 2011, no. 6, pp. 293-300. (In Engl.), Doi 10.1007/s13752-012-0036-4.

УДК 028.4:908

Doi 10.31773/2078-1768-2024-66-74-84

БИБЛИОТЕЧНОЕ КРАЕВЕДЕНИЕ В БРЕНДИРОВАНИИ ТЕРРИТОРИИ И СОХРАНЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Тараненко Любовь Геннадиевна, доктор педагогических наук, доцент, декан факультета информационных, библиотечных и музейных технологий, Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово, РФ). E-mail: tdk@kemguki.ru

Представлена характеристика проблемы брендинга территории с экономической и культурологической точек зрения. Обобщены основные предметы брендинга территории, выделены основные виды. Цель работы – изучить и обобщить деятельность библиотек в вопросах брендинга территории. Методом исследования стал анализ документальных источников; анализ опыта краеведческой деятельности библиотек в вопросах брендинга территории. Обобщены положения ведущих культурологов и библиотековедов в этой области. Отмечена содержательная характеристика брендинга территории в соответствии с направлениями библиотечного краеведения (историческое, культурологическое, литературное, церковное, экологическое, туристское, научное и др.). Выявлена тесная взаимосвязь брендинга с задачами библиотек по сохранению и продвижению регионального культурного наследия. Обозначена значимость краеведческой деятельности библиотек в стратегии брендинга территории. Представлена ресурсная база библиотечного краеведения. Рассмотрены основные формы работы библиотек в вопросах брендинга территории. Дана характеристика базовых краеведческих информационных ресурсов на сайтах/порталах библиотек, которые можно применять при проектировании брендов территории. Выявлена специфика работы библиотек с культурно-символическими ресур-