

экологические проблемы, а также реализованы стратегии выхода региона на мировой рынок в качестве значимого узла в системе товарных, финансовых, технологических и культурных потоков.

Литература

1. Гаевский В.В. Агломерации России как объект государственного управления // Развитие городских агломераций. Аналитический обзор. Выпуск 2: URL: <http://www.giprogor.ru/> (12.12.2017)

2. В Краснодаре китайцы готовы заняться индустриальным парком, трамваями и мусором // URL: <https://news.mail.ru/economics/30674704/>

Referenses

1. Gajewski V.V. Agglomerations of Russia as object of public administration // Development of city agglomerations. Analytical review. Release 2. URL: <http://www.giprogor.ru/> (12.12.2017)

2. In Krasnodar Chinese are ready to be engaged in the industrial park, trams and garbage / URL: <https://news.mail.ru/economics/30674704/>

УДК 130.2

В.П. ГРИЦЕНКО, Т.Ю. ДАНИЛЬЧЕНКО

КУЛЬТУРА КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТРЕНД¹

Гриценко Василий Петрович, доктор философских наук, профессор, завкафедрой философии и общественных дисциплин Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33), grbasile@yandex.ru

Данильченко Татьяна Юрьевна, доктор философских наук, профессор кафедры русского, иностранного языков и литературы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33), semiotike@rambler.ru

Аннотация. В статье рассматривается предпроект реконструкции набережной Сочи немецкого архитектора Манфреда фон Пентца. Независимо от реального осуществления этого проекта автор статьи использует это предложение для моделирования экономического мышления в социуме постиндустриального характера. В этой модели культурный проект и бренд выступают локомотивом для экономической целесообразности.

Ключевые слова: гуманитарная урбанистика, архитектура, постиндустриальный тренд, философия регионального брендинга.

UDC 130.2

V.P. GRITSENKO, T.Y. DANILCHENKO

CULTURE AS ECONOMIC TREND

Gritsenko Vasily Petrovich, Full PhD (philosophy), Full professor, head of department of philosophy and social science disciplines of the Krasnodar state institute of culture (Krasnodar, 40 let Pobedy, 33), grbasile@yandex.ru

Danilchenko Tatiana Yurevna, Full PhD (philosophy), Full professor of the Krasnodar state institute of culture (Krasnodar, 40 let Pobedy, 33), semiotike@rambler.ru

Abstract. The article is devoted to the preproject of reconstruction of the embankment of Sochi of the German architect Manfred von Pentz. Irrespective of real implementation of this project, the authors of

¹ Издание подготовлено при финансовой поддержке РФФИ в 2017 году и администрации Краснодарского края. Проект 16-13-23010.

the article use this sample for modeling of economic thinking in society of post-industrial character. The cultural project and a brand act as the locomotive for economic feasibility in this model.

Keywords: humanitarian urbanistics, architecture, post-industrial trend, philosophy of regional branding.

В постиндустриальном обществе, в обществе знаний и культуры нет голых экономических и даже военных проектов. Любой из этих проектов осуществляется как определенный культурный проект. Культурный тренд является ведущим звеном в экономическом проектировании и инвестировании продвинутых социумов [1, с. 25]. В цивилизованном социуме культурная политика и духовный порыв идеи являются опережающей формой стратегии [2, с. 201]. Это стало в свое время ответом на структурный кризис 1970-х гг.

В статье будут использованы идеи немецкого архитектора Манфреда фон Пентца [3], изложенные им в частном письме к нам и касающиеся возможной реконструкции набережной Сочи в районе Морского вокзала².

Немецкий архитектор проводит привязку нового проекта к уже существующему строению – зданию Морского вокзала. Проект набережной, с одной стороны, является как бы продолжением здания морского вокзала. С другой – главным изменением станет поднятие набережной с садами, создание удобных мест для прогулок и отдыха и других элементов, и все это с прекрасным эстетическим видом на море. Разрабатываемая область у морского вокзала Сочи включает приблизительно три четверти всего проекта. Внизу, в более узком пространстве и с открытой средней частью, будет торговая аркада в классическом стиле с магазинами, барами и ресторанами. Доступ к ней будет возможен с огромного гаража под садами, который может вместить более тысячи автомобилей. Изюминкой всего проекта является амфитеатр.

Идея проекта навеяна образом римского амфитеатра Арена ди Верона в Италии, возраст которого около 2 тысяч лет. Это величественное сооружение может вместить аудиторию в пятнадцать тысяч человек, ведь каждый год более пятисот тысяч посетителей приходят на мировые премьеры Пласидо Доминго, Пола Маккартни, Роллинг Стоунз. Арена представляет собой закрытый овал с высокой сценой, приставленной к одной стене. Создание такого архитектурного сооружения предполагает синтез архитектуры и театра, оперы, эстрады и сопряжено с изящными постановками произведений искусства и выступлениями великих мастеров современности. Сочетание практичности (огромная парковка), коммерции (магазины, рестораны и прочая коммерческая инфраструктура) и искусства создает неповторимый эффект действия, в котором совпадают успешность, удобство и шедевральность.



Рис. 1. «Аркадия» продолжит дизайн здания морского вокзала.

² Фотографии и эскизы взяты из письма Г. Фон Пентца.

С нашей точки зрения, у представленного проекта есть духовная Сверхидея, которая также воплощена и в архитектурном концепте-образе: береговая Церковь (часовня) с Маяком. Все сооружение будет интегрировать в себе идею единства бизнеса, прогресса и увенчано символикой духовности и возвышенности.

Проект продуман с точки зрения экономической эффективности, поэтому не случайно первой отличительной особенностью его является гараж. Эта часть проекта будет очень привлекательна для любого инвестора, особенно с учетом затрат на строительство, которые будут низкими в сравнении с возможной прибылью.

Следующим элементом проекта является променада. Она предназначена для прогулок и созерцательного отдыха.

Третья составляющая проекта – торговый центр Аркадия. Его назначение в другом: он предназначен для того, чтобы формировать эталоны вкуса и элегантности, он нацелен на ознакомление, воспитание и формирование изысканного вкуса, который часто ассоциируется с богатством, выраженным в различных артефактах искусства, украшениях. Поэтому на территории этого комплекса должны быть представлены аутентичные образцы высокой культуры и высокого потребления – одежда, украшения, другие потребительские товары, рестораны. Дух многонациональных ценностей в этой конкретной точке глобального пространства будет создавать впечатление о богатстве и единстве человеческих ценностей и культуры.

Четвертый элемент – центральный пассаж торгового центра. Эстетическим и визуальным центром его может быть центральный фонтан, а дополнением этого образа будут другие произведения декоративного и монументального искусства из камня, дерева, стекла и материала.

Пятый элемент проекта – это крытая терраса у пляжа. Она может быть использована под бары и рестораны, а также для обслуживания гостей. Пляжная и прибрежная инфраструктура должна также иметь свои особенности.

Внутри всей постройки, протянувшейся вдоль побережья на 2,2 км, последнюю секцию, или 500 м, можно определить для строительства 60 больших роскошных апартаментов. Очевидно, что эта часть может быть наиболее интересна в отношении инвестирования не только апартаментов, но и всего проекта.

В России есть солисты, коллективы и постановки мирового уровня, которые могут выступать на этой арене.

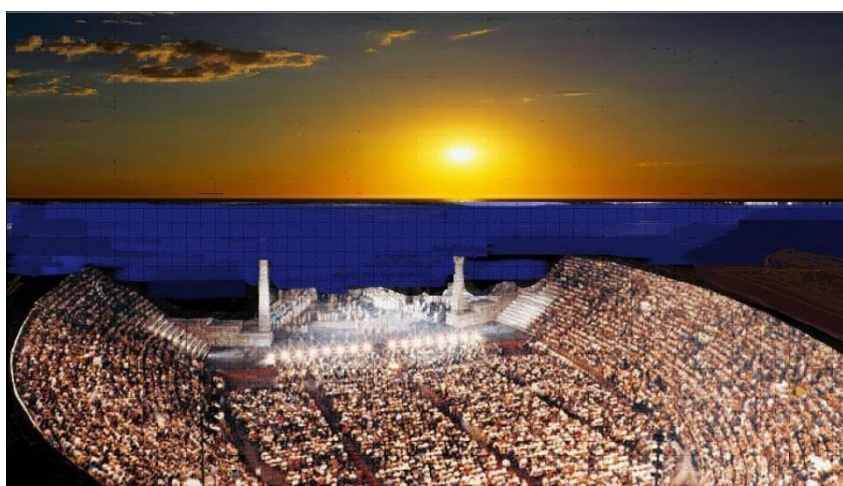


Рис. 2. Амфитеатр.

Проект, предложенный Манфредом фон Пентцем для региона, является глобальным по своему культурному содержанию. Он ориентирован на презентацию высших достижений мирового и национального искусства. В нем заложена философия интеграции как христианского мира, так и глобальной человеческой цивилизации. Коммерческая

часть проекта нацелена на поликультурность, на возможности использования потенциала казачества, народов Кавказа, многих других народов. Проект задуман в стиле экономики и культуры постиндустриальной цивилизации, когда культурный тренд, искусство являются локомотивом для коммерческого проекта. Автор постарался органично сочетать экономическую, прагматическую часть проекта и его эстетические и экологические стороны. Также в предлагаемом творении органично уживаются традиция, классика и модерн. В проекте Манфреда фон Пентца заложено большое идейное, гуманистическое, общеевропейское, общехристианское содержание.

Литература

1. *Гриценко В.П.* Брендинг территорий в контексте новой стратегии культурного развития Российской Федерации // Вестник Краснодарского государственного института культуры. 2016. № 2 (6).
2. *Брабандер Л.Де.* Забытая сторона перемен. Искусство создания инноваций. М., 2010. 203 с.
3. *Гриценко В.П.* Философия регионального брендинга: размышления над проектом Манфреда фон Пентца / Культура и время перемен. № 2 (17). 2017. URL. https://elibrary.ru/download/elibrary_30563918_54100167.pdf

Referenses

1. *Gritsenko V.P.* Brending of territories in the context of the new strategy of cultural development of the Russian Federation // Vestnik Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury. 2016. No. 2 (6).
2. *Brabande L.* Zabytaya storona peremen. Iskusstvo sozdaniya innovacij [The forgotten party of changes. Art of creation of innovations]. Moscow, 2010. 203 p.
3. *Gritsenko V.P.* Philosophy of regional branding: reflections over Manfred von Pentza // Kul'tura i vremena peremen. No. 2 (17). 2017. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30563918_54100167.pdf

