

Культурно-образовательный потенциал города: от пространства смыслов к креативной среде

Суховская
Дарья Николаевна 

кандидат философских наук, доцент,
Пятигорский государственный университет,
Россия, Пятигорск
daria.sukhovskaya@yahoo.com

Рукопись получена: 10 января 2025 | Пересмотрена: 21 февраля 2025 | Принята: 09 марта 2025

Аннотация

Статья посвящена исследованию культурно-образовательного потенциала городской среды, которая является пространством трансляции смыслов, формирования креативного мышления и воспитания личности. Рассматриваются ключевые аспекты формирования городского образовательного пространства, включая его физические, символические и интеллектуальные компоненты. Особое внимание уделяется роли креативной городской среды в развитии творческого потенциала жителей, а также механизмам взаимодействия городских текстов, знаковых систем и медийного пространства. Анализируются условия, способствующие успешной социализации и инкультурации, формированию активного городского сообщества и развитию конкурентных преимуществ креативного класса.

Ключевые слова

городское культурно-образовательное пространство; креативное мышление; социализация; городские тексты; инкультурация; креативная среда; медийное пространство; знаковые системы; культурный потенциал; городская идентичность; межличностная коммуникация

Для цитирования: Суховская, Д. Н. (2025). Культурно-образовательный потенциал города: от пространства смыслов к креативной среде. *THEORIA: журнал исследований в образовании*, 6(1), 22–31. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14995652>

Cultural and educational potential of the city: from the space of meanings to creative environment

Daria N. Sukhovskaya 

PhD in Philosophical Sciences, Associate Professor,
Pyatigorsk State University,
Pyatigorsk, Russia
daria.sukhovskaya@yahoo.com

Received: 10 January 2025 | Revised: 21 February 2025 | Accepted: 09 March 2025

Abstract

The article is devoted to the study of the cultural and educational potential of the urban environment, which is a space for the translation of meanings, formation of creative thinking and education of personality. The key aspects of the formation of urban educational space, including its physical, symbolic and intellectual components, are considered. Special attention is paid to the role of creative urban environment in the development of creative potential of residents, as well as the mechanisms of interaction between urban texts, sign systems and media space. It analyses the conditions contributing to successful socialisation and enculturation, the formation of an active urban community and the development of competitive advantages of the creative class.

Keywords

urban cultural and educational space; creative thinking; socialisation; urban texts; enculturation; creative environment; media space; sign systems; cultural potential; urban identity; interpersonal communication

For citation: Sukhovskaya, D. (2025). Cultural and educational potential of the city: from the space of meanings to creative environment. *THEORIA: Journal of Educational Studies*, 6(1), 22–31. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14995652>

Использование сведений, полученных из окружающей действительности, в процессе воспитания и обучения, практикуется издавна. Настало время, когда нашей «окружающей действительностью» стало городское пространство, наполненное разнообразными смыслами. На сегодняшний день изучение городского пространства в его образовательной ипостаси и создание методики процесса подобного образования (воспитания, обучения) занимает многие умы. Отметим, что слово «потенциал» здесь является очень точным, так как обозначает предполагаемые исследователем возможности (функции) и свойства (характеристики), еще не до конца изученные или вовсе неопознанные. Этот термин присвоен педагогической наукой сравнительно недавно, но уже получил широкое распространение, знаменуя осознанно-повышенное внимание к личности обучаемого (Копина, 2019, с. 36-42).

Каким же условиям должен соответствовать город, чем обладать и как осознаваться социумом, чтобы мы могли говорить о его культурно-образовательном потенциале?

В первую очередь, в городе должна быть развернута сеть организаций и заведений, при помощи которых происходит освоение различных культурных пластов. Эффективнее всего такое освоение происходит через обретение знаний о культуре региона, в котором проживает человек. С одной стороны, процесс первичной социализации на интуитивно понятных и духовно близких примерах (традициях, обычаях) проходит мягче, с другой – приобретаются именно те навыки и знания, которые будут с большой долей вероятности востребованы в дальнейшем (Трушина, 2000, с. 155).

Вторым по значимости можно считать совпадение трендов: педагогическая наука и практика делают сегодня ставку на гуманизацию всего процесса образования, и современный город так же выстраивается горожанами для горожан, располагая индивидуума на центральной позиции относительно окружающего мира, стараясь удовлетворить его потребности, в том числе и образовательные.

Третий аспект представлен форматом самого городского пространства, открытого для изучения различных временных, идеологических и стилистических пластов человеческого бытования в данной географической локации. Это многообразие, будучи познаваемым, дает возможность осмыслить существование человеческого сообщества с различных, порою альтернативных, позиций, что, в свою очередь, способствует принятию мира во всей его неоднородности и многоплановости.

Построение и понимание городского пространства как многоплановой, многоуровневой и многофункциональной и креативной среды способствует развитию столь востребованного сегодня креативного мышления, являющегося значительным конкурентным преимуществом на рынке труда.

Исследованием тенденций влияния городской среды на человека активно занимался А.Ахиезер. Основываясь на его выводах, можно выделить несколько

параметров городской среды, которые позволяют считать ее инновационной и креативной, и говорить о ее воздействии на индивидуума.

1. Городское культурно-образовательное пространство никак нельзя назвать статичным, обладающим раз и навсегда заданными параметрами. Как было неоднократно отмечено, городская среда подвержена большому количеству скоротечных изменений вслед за изменяющимися запросами и потребностями социума. Сам по себе динамизм городской среды, ее способность и даже предрасположенность к переменам, вызывает у представителей креативного класса и городских сообществ желание относиться к ней творчески, создавать новые и трансформировать старые смыслы. За счет этого городское пространство не только воспроизводится, но и развивается, предлагая все новые возможности, вовлекая все новые слои городского населения в процесс преобразования самого себя. Такая «творческая лаборатория», правильно освоенная личностью, не может не способствовать ее дальнейшему образованию (или как минимум стремлению к нему).

2. Горожанин, приобщившийся к городскому сообществу и ставший его актором, вольно или невольно начинает воздействовать на городскую среду. А поскольку каждый из членов сообщества является носителем собственной идентичности и индивидуальности, то и воздействие имеет разнообразную природу и формы, которые, стремясь к созданию общего пространства, а не к его разрушению, вынуждены вырабатывать способность к взаимодействию и взаимному дополнению. Таким образом эклектическое городское социокультурное пространство имеет скорее объединяющий, примиряющий, познавательный характер.

3. Еще одной особенностью исследуемого формата существования города является отсутствие каких-либо ограничений, кроме ограниченности мышления (отсутствия креативности). Креативная городская среда потенциально безгранична, так как обладает способностью при реализации различных проектов вовлекать в свою сферу деятельности бесконечное множество творцов (приглашать «звезд» различной специализации, привлекать к сотрудничеству консультантов и творцов), а путем организации значимых для региона ивентов не только приглашать к участию в них значительное количество жителей конкретной местности, но и, распространяя свой опыт различными способами, способствовать развитию креативного творческого потенциала других территорий.

4. Одной из главных особенностей креативного городского пространства является его способность выступать в качестве отправной точки для осознания человеком своей творческой составляющей и стремления развивать эти свои задатки. Человек начинает расширять свою мыслительную практику, научается выстраивать логические конструкции, находить связь между понятиями и категориями – то есть, развивать свое креативное мышление. Так постепенно происходит образование мыслителя, который со временем научится видеть мир более широко и объемно, ставить перед собой глобальные задачи и пытаться их решить (что более успешно происходит именно в креативной среде). Без присутствия в городском креативном пространстве, открытом и динамичном, провоцирующим к рождению творческих идей, этот процесс мог бы так и остаться втуне, не будучи востребованным. Согласно наблюдениям Т.А.Бондаренко, в этих условиях появляются новые свойства личности, которые выражаются в измененном поведении.

5. Одна из главных особенностей городского креативного пространства состоит в его открытости и потенциальной возможности к расширению, поэтому его существование и развитие труднопредставимо без коммуникативной составляющей. Именно распространение информации о самом себе позволяет транслировать собственные ценностные и сущностные ориентиры и вербовать новых участников. Именно поэтому феномен городского социокультурного, образовательного, креативного пространства получил такое широкое распространение в век информационных технологий.

Информация о городе транслируется в сеть; городские сообщества коммуницируют в чатах; обмен информацией о проходящих мероприятиях происходит через электронные СМИ, доступные в любой точке планеты (в отличие от местных печатных изданий, которые можно было приобрести только в конкретном регионе); знаковые и популярные личности (в том числе эксперты) могут проводить консультации или принимать участие в самих мероприятиях при помощи различных платформ (например, zoom), и так далее. Таким образом, качественной информации, которая может стать толчком к развитию креативного мышления горожанина, становится в разы больше, остается только усвоить ее, осознав ценность нового знания для приобретения новых компетенций и самообразования – то есть, начать действовать в соответствии с ценностными установками, которые транслирует креативное городское пространство.

6. Именно за счет своей открытости и общедоступности, креативная городская среда оказывается высококонкурентной, ведь здесь встречаются представители социума, условием существования и успеха которых по определению является обладание востребованными в обществе компетенциями, способность к образованию и поддержанию значительного количества профессиональных и социальных связей, проектное мышление, открытость к инновациям и прочие качества, присущие жителю мегаполиса с его динамичной и напряженной спецификой существования. В такой среде индивидум, который стремится сохранить за собой статус полноправного члена сообщества, должен уметь анализировать происходящее и действия других людей в предложенных обстоятельствах, правильно определять свои предпочтения и возможные точки приложения сил, использовать преимущества креативного пространства для достижения собственных целей и успешной реализации своего творческого потенциала.

Следует учитывать также расположенность городской креативной среды к постоянным изменениям. Эти изменения затрагивают даже рутинные, базовые среды, к примеру, городской транспорт. Московское метро в последние годы изменяется не только инфраструктурно (значительно быстрее, чем раньше, появляются новые станции, видоизменяются способы перелинковки с наземным транспортом, разнообразнее стали возможности оплаты проезда) но и чисто визуально, даже в плане появления нового стиля отображения топонимов. В результате сегодня старшее поколение москвичей, в том числе и коренных, с трудом ориентируется в подземке (Флорида, 2007, с. 35).

Исследователи городского пространства склонны считать, что его культурно-образовательная составляющая может быть осознана и реализована только в процессе деятельности, обладающей свойствами и качествами креативной, то есть является

инновационной, основанной на освоении и переработке определенного объема качественной информации и предполагает наличие результата. В ряде публикаций, и в первую очередь в трудах «отца теории творчества» Элиса Поля Торренса, приводится перечень признаков, которые позволяют определять деятельность, как креативную (Карлова, 2009, с. 110).

Среди них выделяют умение формулировать значительное количество предложений/решений и идей в единицу времени; способность рассматривать задачу с разных позиций, предполагать возможность применения различных стратегий; приоритет новаторского подхода, отказ от банальных решений.

Именно такая деятельность способствует построению, становлению и развитию городского креативного пространства, формирующегося на различных уровнях. В первую очередь, следует иметь в виду исторически сложившуюся данность с точки зрения места конкретного города в иерархии (столица – провинция) и его инфраструктурной связанности с крупными центрами, а также его «специализации» (культурная столица, промышленный регион, житница и т.п), степень присутствия и развитости научного потенциала (даже в нестоличных промышленных городах могут быть представлены мощные научно-исследовательские институты, разрабатывающие тематику региона с точки зрения конкретного вида производства, например, в нефтедобывающего). Большое значение имеет наличие и развитость в городе непромышленного сектора (торговля и услуги), в котором обычно сосредоточены предприятия малого и среднего бизнеса. В настоящее время трансформировалось представление о городе, как о пространстве концентрированного проживания специалистов, работающих в сфере ИТ, так как пандемия поменяла предпочтения этого достаточно мобильного сегмента работоспособного населения. Однако по-прежнему значимыми остаются такие параметры, как зависимость от бюджетного финансирования, которая снижается за счет диверсификации экономики (в том случае, если местные власти готовы способствовать этому процессу) (Шумакова, 1991, с. 27–32).

Все перечисленные параметры города влияют на качество городского населения, на концентрацию в нем представителей креативного класса – студентов, преподавателей, научных сотрудников различных учебных заведений, врачей, учителей, менеджмента предприятий, работающих в сфере финансов, высоких технологий и ИТ, профессиональных музыкантов, артистов, сотрудников сферы искусства и так далее. Эти люди не просто сами влияют на наличие и качество креативного пространства, они притягивают в свою сферу других горожан, влияя на культурное пространство в целом.

Освоение человеком образовательного пространства, погружение в него, осуществляется путем изучения и осознания культуры как набора форм деятельности, осуществляемой на основании накопленного человечеством опыта, знаний и умений. Этот процесс реализуется на практике в различных пространствах, определение которых обобщено в исследовательской литературе:

- физическое, которое имеет определенный набор качеств, таких как географическое положение, координаты в пространстве, размеры, целостность и так далее. Это пространство материально, реализовано в виде конкретного учреждения образования или целой сети таких учреждений.

- интеллектуальное, или ментальное, представляет собой обобщенные сведения о предмете, методике и способах обучения в данном образовательном пространстве.
- еще одной формой существования образовательного пространства является символическая, через которую вещи материальные выражают свое идеальное культурное содержание при помощи набора определенных знаков-символов.

По сути своей сама система образования является пространством социальным, которое, с одной стороны, определенным образом институализировано, а с другой – успешно справляется с функциями выстраивания всевозможных коммуникаций, формирования стандартов, нормативов и образцов. Совокупность перечисленных форматов освоения культуры, их одновременного влияния на характеристики городского пространства позволяет говорить о наличии образовательного пространства в самом общем понимании (Мурзина, 2008, с. 54).

Оценим городское пространство с точки зрения наличия в нем компонентов, необходимых для реализации культурно-образовательных функций.

Учреждения образования и культуры формируют, развивают и воспроизводят культурно-образовательное пространство за счет выполнения функций обучения городского населения (если мы имеем в виду всю систему образования, то человек проводит в различных заведениях первые пару десятков лет своей жизни), а также пополнения рынка труда востребованными данным городом квалифицированными специалистами. Учреждения, работающие в сфере культуры и искусства (а сегодня это не только театры, библиотеки, художественные галереи, всевозможные школы дополнительного художественного образования, но и городские общественные пространства), также обеспечивают пробуждение интереса к окружающему миру и к занятиям творческой деятельностью, способствуют пополнению креативной составляющей городского социума.

Городское культурно-образовательное пространство невозможно представить без продуманных и структурированных элементов, обеспечивающих информирование и коммуникацию. Это могут быть определенные знаковые системы, физические «накопители» и «хранители» коллективной памяти (музейные и библиотечные фонды, историко-архивные учреждения и т.п.), а также формальные и неформальные сообщества горожан, которые занимаются исследовательской и просветительской работой в области городской (региональной) истории (Королева, 2000, с. 272).

Мы уже упоминали о важности понимания тех сигналов, которые город транслирует в виде (формате) различных знаковых систем, частью которых является городской текст. Если внимательнее рассмотреть с этой точки зрения городское культурно-образовательное пространство, то можно выделить некие особенности городских текстов, позволяющие сгруппировать их определенным образом:

- тексты, предназначенные для межличностной коммуникации в различных жизненных ситуациях, причем по способу общения, по терминологии и эмоциональной окраске этих текстов можно даже идентифицировать собеседника как местного или приезжего.
- некоторые исследователи проводят параллели между организационной структурой культурно-образовательного пространства города и структурированием текстовой информации либо в традиционном формате печатного издания, либо в посткнижном представлении, дублирующем компьютерную сеть или базу данных. К

городам, ассоциируемым с печатными форматами изложения текста (ровные строки, наличие структуры (содержания), разделение на главы или части и так далее), авторы идеи предлагают отнести исторически сложившиеся, «возрастные», имеющие четкую иерархию по различным социальным, политическим и архитектурным принципам.

Ко второй разновидности эта гипотеза относит в первую очередь современные мега-города, где присутствуют и динамично развиваются всевозможные накопители информации, между которыми возникают, разрушаются или модифицируются различного уровня связи (информационные потоки), необходимые в данный момент времени для данного конкретного проекта. Об этой части городских текстов в своих статьях подробно пишет Т.Ершова (Заковоротная, 2000, с. 239).

— особая группа городских текстов описывает (отображает, воспроизводит) те аспекты городского культурно-образовательного пространства, которые можно определить, как обобщенную память конкретного места. Историческая память в различных ее проявлениях (материальных и мифологических) формируется в любом человеческом поселении, даже не обязательно «старом», потому что его жителям нужны объединяющие смыслы, способствующие самоидентификации. А вот «работа» с этими текстами – дело местной власти, которая при поддержке общественности ставит перед собой задачу построения бренда города. Если этот процесс логически выстроен (опирается либо на исторические факты, либо на устойчивые мифы), если его поддерживает социум, если к его реализации привлекаются профессионалы – успех гарантирован.

Огромную роль в формировании и функционировании городского социально-культурного пространства играет медийная среда. Сегодня буквально все значимые объекты, институции, и даже города просто обязаны иметь своего «двойника» в медиапространстве. Горожане проводят большую часть времени, общаясь в виртуальным городом, чем с реальным: они получают в интернете расписание и анонсы интересных их событий, и только на основании этой информации принимают решение о своем участии в них; они ориентируются в городе при помощи гугл-карт или навигатора; они принимают решения о покупке, изучая сайт магазина, они заказывают еду, заходя на сайт ресторана, они устраивают детей в школу на основе репутации учебного заведения, сформированной в родительском чате и так далее.

Таким образом можно сказать, что медиапространство предстает во многом формирующим по отношению к культурно-образовательному пространству города, и эти взаимоотношения между пространствами развиваются и совершенствуются ежедневно и ежечасно. Учитывая этот устойчивый тренд, можно говорить об абсолютно правильной политике тех культурных и образовательных институций, которые уделяют значительное внимание созданию своего «электронного двойника»: библиотеки и архивы, оцифровывающие свои коллекции; музеи, создающие виртуальные экскурсии по своим залам и привлекающие в качестве «виртуальных экскурсоводов» современников событий или кураторов выставок; театры и концертные залы, ведущие прямые трансляции со своих представлений – примеров успешной работы различных учреждений в этом направлении, к счастью, сегодня достаточно.

Тема образовательного потенциала медиапространства, особенно развившегося в период пандемии, когда этот формат был вызван к жизни объективными условиями существования человечества, заслуживает отдельного исследования (и таковые уже

активно проводятся) и осмысления. Отметим лишь, что на уровне города такой формат более чем востребован и также способствует развитию его образовательного пространства за счет появившихся возможностей вовлечения в образовательную среду «звезд» мировой науки и культуры. Изменение роли медиа в современном обществе, их влияние на все аспекты его существования, подробно исследованы в работах Н.Б.Кирилловой (Кириллова, 2005, с. 8-18).

Обобщая, перечислим еще раз важнейшие, на наш взгляд, аспекты существования городского пространства, позволяющие определять его, как культурно-образовательное, обладающее дополнительным пространственным контекстом. Культура не могла бы существовать и воспроизводиться без образования, именно образование позволяет человеку погрузиться в мир культуры, освоить его, идентифицировать как «свое», присвоить его ценностные установки. В то же время культура уже самим фактом своего существования провоцирует индивидуума к получению образования (не только в плане обогащения багажа знаний, но и в плане инкультурации).

Городское пространство предстает перед нами как на уровне образа городского поселения, доступного далеко за его пределами, так и на уровне индивидуального восприятия конкретным горожанином через «приземление» на уровне конкретных городских локаций.

Освоение городского образовательного пространства происходит путем социализации, превращающей гражданина в горожанина. Более глубокое качественное погружение в городскую среду происходит посредством инкультурации.

Городское образовательное пространство принято воспринимать и описывать, как текст – «город говорит». Большое значение в этой системе, предназначенной для общения между городом и горожанами, имеют всевозможные знаки и мифы, которые позволяют расширить границы восприятия, а это важно для развития творческого мышления (Канделевская, 2022, с. 60-65).

Горожанин существует в нескольких пространственно-временных континуумах, что порождает разнообразие поведенческих форматов и социальных ролей.

Городское культурно-образовательное пространство имеет совершенно четко осознаваемый и описываемый педагогический потенциал, который может быть успешно реализован в стенах конкретного образовательного учреждения (или их сети), имеющего определенную программу, собственные установки и цели, встроенного в городской социум.

В последние десятилетия все больше внимания уделяется важности определенного вида человеческой деятельности, которую принято называть креативной. За счет своих особенностей эта деятельность способна активизировать образовательный потенциал городского культурного пространства, которое она же зачастую и формирует. Для осуществления этого процесса необходимо наличие в городе представителей креативного класса, требующего комфортных условий для самовыражения и развития.

Уровень креативности городского пространства оказывает влияние на социальную среду, провоцирует активность горожан, их желание участвовать в общественных дискуссиях и инициировать их по важным для самих горожан вопросам. В реальном пространстве и его виртуальном «зеркале» рождаются лидеры мнений, формируются

группы активных граждан, вовлеченных в вопросы обустройства поселения, оптимизации инфраструктуры, установления новых разумных норм городской жизни.

Литература

- Заковоротная, Н. В. (2000). *Информационные технологии: индивидуализм и тотальность: (социал. психол. аспект). Человек и город: в 2 т. / гл. ред. Н. Н. Моисеев*. Москва.
- Канделевская, Л. О. (2022). Креативные практики преобразования городских пространств. *Креативная экономика и социальные инновации*, 12, 1(38), 60-65.
- Карлов, О. А. (Ред.). (2009). *Креативная лаборатория: диалог творческих практик*. Москва: Акад. Проект.
- Кириллова, Н.Б. (2005). *Медиакультура: от модерна к постмодерну*. Москва: Академический проект.
- Копина, Ю. Ф. (2019). Формирование креативного пространства городской среды. *Актуальные научные исследования в современном мире*, 12-3(56), 36-42.
- Королева, А. П. (Ред.). (2000). *Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета*. Москва: Традиции.
- Мурзина, И. Я. (2008). Региональное образовательное пространство: к вопросу об одной педагогической категории. *Образование и наука*, 5, 51-59.
- Суховская, Д.Н. (2015). Деструктивное влияние креативных пространств поселений на процессы социализации и самореализации личности и среду ее формирования в условиях глобализации. *European Social Science Journal*, 1-2, 100-106.
- Трушина, Л. Е. (2000). Интерпретация визуальных текстов городского пространства. *Этическое и эстетическое: 40 лет спустя: материалы науч. конф.*
- Флорида, Р. (2007). *Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинова*. Москва: Прогресс.
- Шумакова, И. Б., Щербанова, Е. И. & Щербо, И. П. (1991). Исследование творческой одаренности с использованием тестов П. Торренса у младших школьников. *Вопросы психологии*, 1, 27-32.

References

- Zakovorotnaya, N. V. (2000). *Information technologies: individualism and totality: (social psychology aspect). Man and the city: in 2 vol. / ed. by N. N. Moiseev*. Moscow. (In Russian)
- Kandelevskaia, L. O. (2022). Creative practices of transformation of urban spaces. *Creative economy and social innovations*, 12, 1(38), 60-65. (In Russian)
- Karlov, O. A. (Ed.). (2009). *Creative laboratory: dialogue of creative practices*. Moscow: Akad. Proekt. (In Russian)
- Kirillova, N. B. (2005). *Mediaculture: from modern to postmodern*. Moscow: Academic Project. (In Russian)
- Kopina, Y. F. (2019). Formation of creative space of urban environment. *Actual scientific research in the modern world*, 12-3(56), 36-42. (In Russian)
- Koroleva, A. P. (Ed.). (2000). *Society and the book: from Gutenberg to the Internet*. Moscow: Traditions. (In Russian)
- Murzina, I. Y. (2008). Regional educational space: to the question of one pedagogical category. *Education and Science*, 5, 51-59. (In Russian)
- Sukhovskaya, D.N. (2015). Destructive influence of creative spaces of settlements on the processes of socialisation and self-realisation of personality and the environment of its formation in the conditions of globalisation. *European Social Science Journal*, 1-2, 100-106. (In Russian)
- Trushina, L. E. (2000). Interpretation of visual texts of urban space. *Ethical and Aesthetic: 40 years later: materials of the scientific conference*. (In Russian)

- Florida, R. (2007). *Creative Class: People Who Change the Future / per. from Engl. A. Konstantinov*. Moscow: Progress. (In Russian)
- Shumakova, I. B., Shcheblanova, E. I. & Scherbo, I. P. (1991). A study of creative giftedness using P. Torrence tests in younger schoolchildren. *Voprosy psichologii*, 1, 27-32. (In Russian)