

# АРТ-КОЛЛАБОРАЦИЯ: ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА



## АННОТАЦИЯ:

Формирование конструктивного городского патриотизма является условием и следствием успешного позиционирования территории не только на всероссийском, но и международном уровне. Истинный патриотизм воспитывается в человеке посредством приобщения к культурным ценностям, хранить и распространять которые, в первую очередь, призваны учреждения культуры, формирующие в совокупности единое городское культурное пространство. Конкурентная среда, в которой развиваются города, требует не только сохранения культурного наследия, но и насыщения досуговой жизни интересными, оригинальными культурными событиями, эффективным инструментом реализации которого является арт-коллорация. Задачей исследования является раскрытие возможностей арт-коллорации в создании новых культурных продуктов, которые помогут сделать городское пространство более креативным и конкурентоспособным и развить у жителей региона местный патриотизм, которые позволят решить многие муниципальные социально-экономические проблемы.

В статье рассматриваются понятия «патриотизм», «арт-коллорация», «городское культурное пространство», приводятся современные методы классификации арт-коллораций, анализируется екатеринбургский опыт их создания, особенности применения в целях развития городского культурного пространства, моделируются возможные проблемы их реализации. Выявлены и проанализированы две формулы взаимодействия партнеров в создании продуктов культуры: «искусство и искусство» (например, открытие художественной галереи «Эгида» в Свердловской Филармонии), и «искусство и бизнес» (совместные проекты телекоммуникационной компании «Теле2» и «Екатеринбургского музея изобразительных искусств»).

В статье используются результаты актуальных научных исследований, теоретические методы исследования: классификация, моделирование, анализ, синтез, обобщение, сравнение.

Результаты проведенного исследования показывают, что применение арт-коллораций на данный момент является перспективным вектором развития городского культурного пространства, в создании которого авторы принимают активное участие и планируют продолжить данное исследование в плане изучения возможных организационных форм партнерства, алгоритма арт-коллорации.

## Сохранить и укрепить

Конкурентоспособное позиционирование территорий является современной задачей менеджмента субъектов РФ, которая актуализировалась в связи с ограничениями на выезд граждан страны за границу в условиях пандемии и возможностью при-

влечь к себе путешественников. Кроме развитой социальной инфраструктуры, территория может привлечь к себе внимание интересными оригинальными арт-объектами и арт-событиями, создание которых требует новых подходов и форматов. Их появление решает еще одну важную задачу – формирование

и развитие городского патриотизма местных жителей.

В своем исследовании Ш. Пирогланов, Д. Сабалин и Н. Бережной назвали старшее поколение инициатором городского патриотизма, выделив при этом необходимость приобщения молодежи к этому процессу, развития ее территориальной активности

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

### Аликперов Игорь Мирзамович

Екатеринбургская академия современного искусства (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3)

✉ [aigor55@mail.ru](mailto:aigor55@mail.ru)

### Мезюров Алексей Александрович

Екатеринбургская академия современного искусства (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3)

✉ [a.mezurov@eaca.me](mailto:a.mezurov@eaca.me)

## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

арт-коллорация, партнерство, сотрудничество, городское культурное пространство, городской патриотизм, муниципальное учреждение культуры, культурное событие.

## ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Аликперов И.М., Мезюров А.А. Арт-коллорация: эффективный инструмент развития городского культурного пространства // Муниципалитет: экономика и управление. 2021. № 4. С. 17–25.

## *Слепой патриотизм – это чувство привязанности к родине с ее беспрекословной положительной оценкой*

посредством применения неких педагогических и воспитательных технологий. Авторы пришли к выводу, что сегодня особенно важно создавать все необходимые условия для «формирования городского патриотизма в молодежной среде как базовой ценности, позволяющей сохранить и украсить территорию проживания» [1].

Е. Панина, изучая социокультурный потенциал городского пространства как фактор формирования патриотического сознания у подростков и молодежи, уделяя особое внимание процессу познания историко-культурного наследия города, упоминала о том, что способствовать решению задач по формированию патриотического сознания может использование социокультурных ресурсов города: памятников истории и культуры, исторической застройки, характера городской среды, традиционных промышленных производств и ремесел, народных обычаев, духовности и самобытности [2].

### **Инструмент развития**

**М**ы считаем, что успешное формирование конструктивного городского патриотизма сегодня во многом зависит от состояния городского культурного пространства, чье совершенствование нуждается в применении эффективных инструментов развития, таких как арт-коллаборации, которые, хотя и требуют преодоления различных барьеров в партнерстве, приносят новые возможности.

Целью данной статьи является рассмотрение возможно-

стей арт-коллаборации как инструмента развития городского культурного пространства в контексте формирования конструктивного городского патриотизма и успешного позиционирования территории.

Сегодня существует множество определений термина «патриотизм». Так, П. Попов, проанализировав различные дефиниции данного понятия, выделил следующие его аспекты: патриотизм 1) как сильное устойчивое чувство, 2) как социальный долг, 3) как уважение к культуре и национальным традициям, 4) как готовность к служению родине, 5) как нравственный принцип, подкрепленный сознательной гражданской позицией и находящийся на уровне устойчивого состояния личности [3].

Таким образом, объектом патриотизма может быть все, что укладывается носителем в понятие «родина»: государство, регион, область, республика, город, район и т. д. В контексте данной статьи мы преимущественно будем рассуждать о патриотизме городском (местном).

### **Люби или проваливай**

**Г**оворя о патриотизме, нельзя также не затронуть разновидности данного чувства.

Наиболее точную, на наш взгляд, его классификацию предложили исследователи Р. Шатц, Э. Стауб и Г. Лавин. Они выделили два основных вида патриотизма: слепой и конструктивный. К первому было отнесено чувство привязанности к родине с ее беспрекословной положительной оценкой. Ко второму – чувство любви к родине с анализом и критикой ее настоя-

щего положения и стремлением изменить его к лучшему. Если деятельность носителей конструктивного городского патриотизма направлена на сохранение каких-либо присущих конкретной местности ценностей и развитие городского пространства в целом, то поступки приверженцев слепого патриотизма влекут укоренение пагубного принципа «люби свою родину такой, какая она есть, либо оставь ее» [4].

Н. Савкин назвал две основных разновидности патриотизма, мешающих формированию подлинного: мнимый и показной [5].

Мнимый, или «фальшивый», проявляется в превознесении всего своего и в неприятии всего чужого, ненависти к нему. Носителям данной разновидности присущи невежество, недостаток осведомленности о реальных достижениях другой страны, пренебрежительное к ней отношение.

Показной, «ура-патриотизм», характеризуется стремлением носителя продемонстрировать свою «любовь к родине» и способность ее защитить, даже в тех случаях, когда на самом деле ей ничто не угрожает. Типичным является наличие общего «якобы врага» и его активное порицание. Так или иначе, подобные псевдо-патриотические проявления препятствуют развитию цивилизованного, истинного патриотизма. Поэтому сегодня особое внимание стоит уделить проблеме формирования подобного социального чувства, а именно – тому, каким образом мы можем способствовать развитию конструктивного и деятельного патриотизма среди населения и воспрепятствовать возникновению слепого, мнимого и показного.

Конструктивный городской патриотизм воспитывается в гражданине посредством постепенного приобщения к локальным культурным ценностям,

истории и достижениям региона, его жителей. Наблюдая примеры созидания, испытывая гордость за культурные достижения своих сограждан, человек начинает осознавать идентичность и ощущать негласную обязанность «сохранить и преумножить» достоинства своей родины. Стремление «внести свою лепту», как правило, возникает вследствие насмотренности человека. Именно поэтому необходимо обеспечить горожанина возможностью обогащения культурного опыта.

Основными носителями и распространителями культурных ценностей на данный момент являются различные учреждения культуры, развитие которых нуждается в новых идеях, технологиях и людях. Их совокупность формирует собой единое городское культурное пространство, которое, в свою очередь, должно безостановочно совершенствоваться, чтобы оставаться интересным и привлекательным для современного городского жителя. Интерес к территории должен стимулироваться новыми яркими креативными событиями, такими как международная акция «Ночь музеев», международный музыкальный фестиваль «Уральская ночь музыки», международная выставка современного искусства «Уральская индустриальная биеннале современного искусства» и др.

### Партнерство 2+

Таким образом, благоприятствовать росту конструктивного патриотизма среди населения возможно, постоянно демонстрируя культурный потенциал города, развивая и расширяя культурное пространство. Одним из наиболее эффективных инструментов, направленных на решение данной задачи, сегодня является арт-коллаборация различных субъектов городского культурного пространства.



**Музей изобразительных искусств в Екатеринбурге запустил совместный проект с оператором связи «Теле2». Каждый посетитель музея, являющийся клиентом компании, имеет возможность пройти по выставкам бесплатно. А с помощью смартфона можно построить маршрут с дополненной реальностью.**

За последнее время термин «коллаборация» успел прочно закрепиться в бизнес-среде. Этому понятию можно найти и более привычные для носителя русского языка синонимы, такие как «сотрудничество», «партнерство» или «взаимодействие». Суть коллабораций заключается в совместной деятельности двух и более участников для достижения определенных целей.

Так, коллаборации используются в совместном производстве товаров или услуг в целях уменьшения рисков и нагрузки каждого партнера или разработки инновационных технологий, оригинальных продуктов, услуг и т. д. К современным примерам реализации подобного рода проектов можно отнести сотрудничество компаний *Apple* и *MasterCard*, результатом которого стало внедрение системы мобильных платежей *Apple Pay*, подарившей миру возможность бесконтактной оплаты с помощью смартфона. *MasterCard* имеет обширную клиентскую базу в США. Такое сотрудничество позволило *Apple* популяризовать

новый платежный сервис, не дожидаясь, пока другие банки и ритейлеры смогут интегрироваться с ним. *MasterCard*, в свою очередь, стала первопроходцем в предоставлении своим клиентам подобного рода услуги [6].

Также сегодня коллаборации широко применяются в маркетинговой деятельности компаний через кобрендинг, что повышает ценность создаваемых продуктов и, соответственно, их капитализацию, узнаваемость брендов среди перекрестных аудиторий и доверие как к продуктам, так и к этим компаниям.

Подобным примером стало сотрудничество музыкального сервиса *Spotify* и онлайн-коллекции текстов песен *Genius*, воплощенное в создании плейлистов, каждая музыкальная композиция которых была дополнена текстом. Изначально тексты готовились сообществом *Genius* по принципу краудсорсинга. Далее команда сотрудников компаний наложила эти тексты на звуковую дорожку. Результатом сотрудничества стало не только внедрение удобной

для меломанов услуги, но и привлечение широкой пользовательской аудитории [7].

Таким образом, коллаборационный формат проектной деятельности зарекомендовал себя как эффективный инструмент достижения общих целей, будь то создание и внедрение оригинального продукта, услуги или же расширение аудитории.

### Развиваемся вместе

Арт-коллаборацией сегодня принято называть креативное партнёрство в сфере культуры и искусства с целью совместного продвижения собственных брендов. Несмотря на то, что данная концепция выглядит очень современно, наглядными примерами подобных проектов могут послужить многочисленные произведения искусства, создаваемые в соавторстве испокон веков.

Полезные качества коллабораций, описанные выше в контексте бизнеса, распространяются и на сотрудничество в сфере культуры. Сегодня формат арт-коллабораций приобретает популярность по разным причинам. Е. Дробышева и Ю. Сماعيلов предложили следующую их классификацию:

1. Экономические. Во-первых, сотрудничество участников на одной территории снижает затраты на инфраструктуру. Во-вторых, участники обеспечивают друг друга аудиториями, получают большую прибыль.

2. Социальные. Аудитория участников расширяется не только количественно, но и качественно, так как к узко заточенным потребительским группам добавляются косвенно заинтересовавшиеся зрители.

3. Ментальные. В коллективном опыте участников арт-коллабораций формируется актуальный запрос на тот или иной контент, а также осваиваются определенные приемы его производства [8].

Словом, арт-коллаборации, так или иначе способствуют взаиморазвитию их участников, что особенно важно в контексте совершенствования городского культурного пространства, ведь его равномерной модернизации, внедрению в его процессы инновационных технологий способствует опыт, приобретаемый учреждениями культуры в процессе сотрудничества.

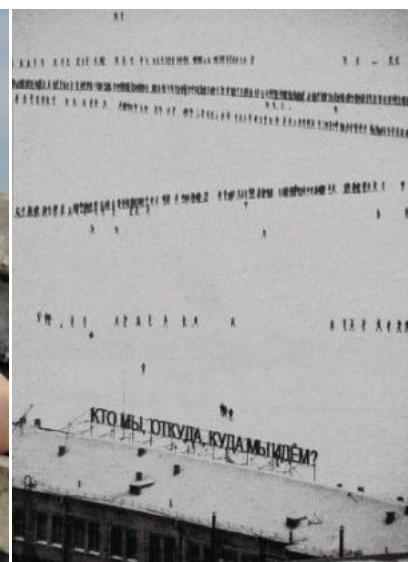
Кроме того, арт-коллаборация часто сама по себе является полноценным культурным про-

дуктом и содействует просвещению населения. А множество вариантов комбинаций участников и технологий позволяет организовать это содействие наиболее эффективным образом, добиться конкретного результата.

Для примера, представим, что горожанин спонтанно решает посетить художественный музей, и по удачному стечению обстоятельств в этот день там проходит камерный музыкальный концерт. Он видит не только картины, но и слышит музыку – значит одновременно он приобретает не только визуальный опыт, но и опыт слушателя, формируется его лояльность к музею и к выступающим музыкантам.

Е. Байков и Л. Хакимова выделили несколько обязательных условий реализации успешной коллаборации: общность целевой аудитории (клиенты должны быть заинтересованы в приобретении товаров или услуг, созданных в сотрудничестве); удовлетворение какой-либо определенной потребности людей, и не только в рекламных целях; взаимовыгодность сотрудничества для всех участников (результат должен быть позитивен, цели – достигнуты) [9].

Успешной может считаться коллаборация, результатом ко-



Уральский бренд *Urals* в коллаборации с уличным художником Тимофеем Радя и фотографом Викторией Халиуллиной выпустил футболки, на которых размещена фотография екатеринбуржцев, идущих по заснеженной Исети. Также на снимке видна знаменитая фраза, созданная в 2017 году Тимофеем Радя: «Кто мы, откуда, куда мы идём?».

торой стало: увеличение продаж, прибыли или доходов; улучшение имиджа; расширение аудитории; достижение определенных задач индивидуальной для каждой организации.

На данный момент можно выделить две основные схемы сотрудничества, в соответствии с которыми теперь реализуется большинство арт-коллабораций: «бизнес и искусство», «искусство и искусство».

Бизнес зачастую рассматривает арт-коллаборации в качестве уникальной возможности выйти за рамки привычных форматов взаимодействия, достичь необходимых целей в сфере социальной ответственности или увеличить охват и количество упоминаний бренда в СМИ с помощью культурных событий, которые принесут определенные эмоции публике и позволят ассоциировать полученные эмоции с бизнесом, который помог организовать данное мероприятие. Кроме того, подобное сотрудничество может стать важной частью истории организации, а накопившийся контент – использоваться для продвижения, выполнения других приоритетных задач.

### Деловой разговор

Существует множество форматов арт-коллабораций по схеме «бизнес и искусство»: лимитированные коллекции (художник разрабатывает собственный оригинальный дизайн для продукта), арт-объекты (создание брендированных произведений искусства), арт-ивенты (организация фестивалей или выставок на территории организации, с участием бренда), digital-арт (сотрудничество в социальных сетях, представление художника в качестве амбассадора бренда, специальные проекты, розыгрыши). Выбор формата зависит от целей, задач участников.



© Фото: Александр «Еж» Осипов

**Ежегодно Ural Music Night (Уральская ночь музыки) превращает Екатеринбург в большую музыкальную платформу. Более 100 учреждений, расположенных в деловом центре города в шаговой доступности друг от друга, становятся бесплатными концертными площадками.**

Так, например, в октябре 2021 года уральский бренд *Urals*, совместно с уличным художником Тимофеем Радя и фотографом Викторией Халиуллиной, выпустил футболки, на которых была размещена фотография людей, идущих по заснеженной Исети. Примечательно, что в кадр попал арт-объект «Кто мы? Откуда, куда мы идем?». Снимок был сделан во время несанкционированного митинга в Екатеринбурге 31 января 2021 года местным фотографом. Коллекция футболок была выпущена ограниченным тиражом [10].

Согласно муниципальной программе «Развитие культуры и искусства в муниципальном образовании „город Екатеринбург“ на 2021–2025 годы», для Екатеринбурга все еще остается актуальной проблема недостаточных темпов модернизации культурной инфраструктуры [11]. На решение этой проблемы могут быть направлены арт-коллаборации в формате сотрудничества учреждений культуры и коммерческих предприятий.

Ярким примером арт-коллаборации по схеме «бизнес и искусство» является сотрудничество международной телекоммуникационной компании «Теле-2» и «Екатеринбургского му-

зея изобразительных искусств». Данные партнерские отношения заметно усовершенствовали музей, сделали его более удобным для современного посетителя: обеспечили его бесплатными зонами Wi-Fi, возможностью удобной подзарядки смартфонов и аудио-гидами. Кроме того, каждое воскресенье абоненты данной сети могут посетить «Музей ИЗО», «Музей наивного искусства» и центр «Эрмитаж-Урал» совершенно бесплатно.

Еще одним важным результатом сотрудничества стал музейный маршрут с дополненной реальностью. Так, посетителям музея предлагается с помощью смартфона и специального приложения пройти уникальный маршрут и увидеть, как картины русских художников и Каслинский чугунный павильон «оживают и рассказывают о себе и своих создателях увлекательные истории». Всего в маршрут вошли 10 объектов экспозиции Екатеринбургского «Музея ИЗО» [12].

Описанная выше арт-коллаборация не только способствовала модернизации музея, но и сделала его посещение более доступным. Компания же, в свою очередь, заручилась лояльностью местной аудитории.

### Семь нот

Следующим важным примером арт-коллаборации для Екатеринбурга является ежегодный международный музыкальный фестиваль «Уральская ночь музыки». Если рассматривать историю фестиваля до 2020 года (до начала пандемии и введения ограничительных мер), то его важнейшая особенность заключалась в том, что концерты проходили одновременно на множестве расположенных по всему центру города площадок, вход на каждую из которых был свободным. Масштабность событий может проиллюстрировать пример 2018 года, когда фестиваль прошел на 104 площадках, его посетили 2 000 музыкантов и 200 000 зрителей [13].

Площадками фестиваля становились не только площади, скверы, парки, музеи, театры, но и заведения общепита, для которых подобные мероприятия – возможность привлечения широкой аудитории, продвижения бренда, освежения имиджа компании. Всё это значительно преобразило город, стало образцом взаимодействия и коворкинга, ярким примером масштабного музыкального события.

Далее следует обратить внимание на не менее интересную формулу арт-коллаборации – «искусство и искусство». Разновидностей проектов подобно-

го формата, в силу широкого спектра художественных направлений и еще более широкого спектра их комбинаций, существует великое множество. Их следует подразделить на коллаборации в одном направлении искусства (участниками могут быть, например, представители разных жанров одного вида искусства) и коллаборации в различных направлениях искусства (участниками могут быть любые деятели искусства: художники и писатели, танцоры и музыканты и т.д.).

К первой разновидности можно отнести совместный концерт в формате музыкального пединка екатеринбургских рок-групп «Сансара VS Курара». Он состоялся в символическом месте – кинотеатре «Коллизей» – и привлек особое внимание прессы. Подобные мероприятия помогают музыкантам создавать не только новые оригинальные программы, но способствовать их продвижению: необычный формат концерта привлекает новых слушателей, а совместное выступление способствует обмену аудиториями.

### Эффект визуала

Вероятно, самым привычным для зрителя форматом арт-коллабораций сегодня являются выставочные проекты. Множество учреждений культуры, не связанных

напрямую с визуальным искусством, предлагают художникам свои пространства в качестве демонстрационных площадок. Такое взаимодействие стало настолько популярным, что некоторые учреждения культуры открывают в своих стенах постоянные галереи.

Так, например, в 2001 году в «Свердловской филармонии» была открыта художественная галерея «Эгида», выставки которой размещаются в нескольких филармонических пространствах: большом фойе, малом фойе и камерном зале. Несмотря на то что меняющиеся экспозиции предназначены, прежде всего, для посетителей концертных залов филармонии, они стали заметной частью художественной жизни Екатеринбурга. Часто в галерее можно увидеть работы малоизвестных уральских художников, что можно назвать проявлением городского патриотизма.

Особое внимание необходимо уделить ежегодной международной акции «Ночь музеев», приуроченной к Международному дню музеев. Основная цель акции – продемонстрировать публике возможности и потенциал современных музеев, привлечь в музеи молодежь. Екатеринбургские музеи присоединились к акции в 2007 году. С тех пор организации ежегодно готовят для посетителей спе-

**Летом 2021 года здание общежития филиала РАНХиГС в Екатеринбурге украсила работа известного художника-граффитиста Роберто Сиредца из Сардинии. Это результат арт-коллаборации вуза, итальянской компании *Technipova* и городского фестиваля «Стенограффия». Площадкой для договоренностей стал «Иннопром».**



циальные программы: экскурсии, выставки, квесты, творческие занятия, лекции, мастер-классы и спектакли. Нередко эта акция становится площадкой реализации арт-коллабораций в музейных пространствах.

Так, например, программа «Ночи музеев 2021» Екатеринбургского Музея ИЗО, в дополнение к привычным экскурсиям, включала выступления сторонних творческих коллективов различных направлений. Театральная студия «Шутки в сторону» представила спектакль «Время всегда хорошее», а дуэт «Эйфория» выступил в стенах музея с музыкальной программой. В рамках той же акции программа Культурного центра «Эрмитаж-Урал» включила показ вошедшего в лонг-лист Российской Национальной театральной премии и фестиваля «Золотая маска» спектакля Инклюзивного театра-студии Ога «Цирк Принтинпрам имени Даниила Хармса» [14]. На площади перед «Эрмитаж-Урал» студенты Екатеринбургской академии современного искусства реализовали перформанс «оживших картин» по мотивам картины Казимира Малевича «Спортсмены». Эта картина была выбрана неслучайно: Екатеринбург славится коллекцией художественного авангарда из Музея изобразительных искусств, в собрание которого входят и полотна знаменитого К. Малевича. Перформанс ЕАСИ представил собой дань уважения живописному авангарду как источнику творческих экспериментов, энергии и креативности [15].

«Ночь музеев» за годы существования подтвердила свой успех среди аудитории: только в 2021 году ее посетило приблизительно 70 тыс. человек. Эта акция привлекает людей не только возможностью побывать в музее в ночное время, но и стать свидетелем партнерских проектов между организациями куль-

## Арт-коллаборации развивают их участников и совершенствуют культурное пространство города

туры, творческими объединениями, деятелями искусства, любительскими студиями, художниками и т. д. Проекты подобного масштаба демонстрируют потенциал городского культурного пространства, заставляя человека гордиться достижениями своей малой родины, невольно испытывать сопричастность и желание их сохранить и преумножить.

Территориям данный формат арт-партнерства также важен, так как они получают многочисленные выгоды:

- благоустройство территории, наполнение арт-объектами;
- рост посещаемости культурных/образовательных/спортивных организаций;
- повышение качества услуг смежных отраслей, задействованных на обслуживании культурных событий (гостиничный, ресторанный, розничный бизнес);
- продвижение дестинации за ее пределами через отзывы участников мероприятий, продажу сувенирной продукции);
- развитие локального бизнеса;
- рост доходов в муниципальном бюджете;
- формирование горизонтальных связей и сообществ в области социального предпринимательства;
- повышение уровня лояльности жителей к своей территории.

### Принято единогласно

Однако стоит отметить, что при взаимодействии различных учреждений и субъектов культуры возможно возникновение некоторых проблем, таких как ведомственные и организационно-правовые барьеры, несогласованность партнерского взаимодействия, сложность в совмест-

ном поиске подходящих площадок и финансовых ресурсов, преодоление эстетических, экономических, культурных разногласий, пути организации и реализации сотрудничества. Поэтому в процессе проектирования и реализации арт-коллабораций решения должны приниматься исключительно единогласно путем нахождения творческого и организационного компромисса и закрепляться документально.

Местные власти способны содействовать популяризации взаимодействий в формате арт-коллабораций посредством принятия муниципальных программ, напрямую или косвенно поддерживающих подобные инициативы. Одной из основных задач Муниципальной программы «Развитие культуры и искусства в муниципальном образовании „город Екатеринбург“ на 2021–2025 годы» является создание условий для новых творческих проектов. Это должно стать еще одной формой партнерства между муниципальной властью и инициативными творческими силами города.

Таким образом, конструктивный городской патриотизм воспитывается в человеке посредством его постепенного приобщения к локальным культурным ценностям. Основными носителями и распространителями данных ценностей сегодня являются учреждения культуры и деятели искусства, чья совокупность формирует собой городское культурное пространство, развитие которого в настоящий момент является приоритетной задачей территории, эффективным инструментом решения которой являются арт-коллаборации. ■

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- [1] Пирогланов Ш.Ш., Сабадин Д.А., Бережной Н.А. (2020). Воспитание городского патриотизма в молодежной среде как предиктор формирования системы ценностей: гендерный аспект // Проблемы современного педагогического образования. № 66-3. С. 219–224. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vospitanie-gorodskogo-patriotizma-v-molodezhnoy-srede-kak-prediktor-formirovaniya-sistemy-tsennostey-gendernyy-aspekt> (дата обращения: 10.10.2021).
- [2] Панина Е.А. (2016). Социокультурный потенциал городского пространства как фактор формирования патриотического сознания у подростков и молодежи // Вестник Майкопского государственного технологического университета. С. 39–46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-potentsial-gorodskogo-prostranstva-kak-faktor-formirovaniya-patrioticheskogo-soznaniya-u-podrostkov-i-molodyozhi> (дата обращения: 10.10.2021).
- [3] Попов П.М. (2016). О патриотизме // Евразийский Союз Ученых. № 30-3. С. 93–97. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-patriotizme> (дата обращения: 10.10.2021).
- [4] Ивченков С.Г., Сайганова Е.В. (2020). Ценностные ориентиры и их влияние на восприятие патриотизма у молодежи // Вестник Института социологии. Т. 11. № 2. С. 106–125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientiry-i-ih-vliyanie-na-voSPIRYATIE-patriotizma-u-molodyozhi> (дата обращения: 10.10.2021).
- [5] Савкин Н.С. (2018). Философия патриотизма: патриотизм мнимый, показной и подлинный // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. № 2 (42). С. 197–204. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-patriotizma-patriotizm-mnimyy-pokaznoy-i-podlinnyy> (дата обращения: 10.10.2021).
- [6] MasterCard сотрудничает с Apple для интеграции Apple Pay // Mastercard. URL: <https://newsroom.mastercard.com/ru/press-releases/mastercard-sotrudnichestvo-s-apple-dlya-integratsii-apple-pay/> (дата обращения: 10.10.2021).
- [7] 9 примеров успешных кобрендинговых программ // NGM. URL: <https://ngmsys.com/blog/9-best-co-branding-programs> (дата обращения: 10.10.2021).
- [8] Дробышева Е.Э., Смекалов Ю.А. (2019). Арт-коллаборация в архитектонике современной культуры // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. № 3 (34). С. 53–62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-kollaboratsiya-v-arhitektonike-sovremennoy-kultury> (дата обращения: 10.10.2021).
- [9] Байков Е.А., Хакимова Л.Р. (2018). Коллаборация брендов как эффективный инструмент инновационных процессов современной экономики // Петербургский экономический журнал. № 3. С. 39–46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kollaboratsiya-brendov-kak-effektivnyy-instrument-innovatsionnyh-protseessov-sovremennoy-ekonomiki> (дата обращения: 10.10.2021).
- [10] Уральский бренд одежды выпустил футболку в коллаборации с уличным художником // Global City. URL: <https://globalcity.info/news/08/10/2021/36294> (дата обращения: 10.10.2021).
- [11] Об утверждении Муниципальной программы «Развитие культуры и искусства в муниципальном образовании „город Екатеринбург“ на 2021–2025 годы» : Постановление администрации города Екатеринбурга № 2170 от 26.10.2020 (с изменениями на 31.08.2021) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/570970383> (дата обращения: 10.10.2021).
- [12] На связи с искусством // TELE2. URL: <https://ekt.tele2.ru/promo/izo> (дата обращения: 10.10.2021).
- [13] Ночь музыки – 2018 // Областная газета. URL: <https://www.oblgazeta.ru/subject196/> (дата обращения: 10.10.2021).
- [14] Ночь музеев. Инклюзив // Ночь Музеев в Екатеринбурге. URL: <http://nmekb.ru/programms/i147625/> (дата обращения: 10.10.2021).
- [15] Перформанс «Ожившие картины» – «Спортсмены» Казимира Малевича // Ночь Музеев в Екатеринбурге. URL: <http://nmekb.ru/programms/i147626/> (дата обращения: 10.10.2021).

## ART COLLABORATION AS AN EFFICIENT TOOL OF THE URBAN CULTURAL SPACE DEVELOPMENT

### AUTHORS' INFORMATION:

**Igor' M. Alikperov**

Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (3, Kultury St., Ekaterinburg, 620012, Russia)

✉ [aigor55@mail.ru](mailto:aigor55@mail.ru)

### AUTHORS' INFORMATION:

**Aleksey A. Mezyurov**

Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (3, Kultury St., Ekaterinburg, 620012, Russia)

✉ [a.mezyurov@eaca.me](mailto:a.mezyurov@eaca.me)

### ABSTRACT:

The formation of constructive urban patriotism is a condition and consequence of the successful positioning of the territory not only on the national level, but also internationally. True patriotism is fostered in a person through exposure to cultural values, which, in the first place, are intended to be preserved and disseminated by cultural facilities that form together a single urban cultural space. The competitive environment in which cities develop requires not only the preservation of cultural heritage, but also filling the leisure time with interesting, original cultural events, an efficient tool for the implementation of which is art collaboration. The research objective is to reveal the possibilities of art collaboration in creating new cul-

tural products that will help make the urban space more creative and competitive and develop local patriotism among the region residents, which will solve lots of municipal socio-economic problems.

The article examines the concepts of “patriotism”, “art collaboration” and “urban cultural space”, provides modern methods of classifying art collaborations, analyzes the Ekaterinburg practice of their creation, specific features of their application for the urban cultural space development, and simulates possible problems of their implementation. Two formulas of partners interaction for the creation of cultural products are identified and analyzed: “art and art” (for example, opening of the “Aegida” art gallery in the Sverdlovsk Philharmonic), and “art and business” (joint projects of “Tele2” telecommunications company and 'Ekaterinburg Museum of Fine Arts').

The article uses the results of the current scientific research, theoretical research methods: classification, modeling, analysis, synthesis, generalization, comparison.

The research results demonstrate that the current use of art collaboration is a perspective vector for the urban cultural space development, in the creation of which the authors take an active part and plan to continue the given research in terms of exploring potential organizational forms of partnership, art collaboration algorithm.

#### KEYWORDS:

art collaboration, partnership, cooperation, urban cultural space, urban patriotism, municipal cultural facility, cultural event.

#### FOR CITATION:

Alikperov I.M., Mezyurov A.A. (2021). Art collaboration: an efficient tool of the urban cultural space development, *Municipality: Economics and Management*, no. 4, pp. 17–25.

#### REFERENCES:

- [1] Piroglanov Sh.Sh., Sabadin D.A., Berezhnoy N.A. (2020). Education of urban patriotism in a youth environment as a predictor of the formation of a value system: a gender aspect, *Problems of modern pedagogical education*, no. 66-3, pp. 219–224. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vospitanie-gorodskogo-patriotizma-v-molodezhnoy-srede-kak-prediktor-formirovaniya-sistem-tsennostey-gendernyy-aspekt> (accessed 10.10.2021).
- [2] Panina E.A. (2016). Socio-cultural potential of urban space as a factor in the formation of patriotic consciousness in adolescents and young people, *Bulletin of Maykop State Technological University*, no. 4, pp. 39–46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-potentsial-gorodskogo-prostranstva-kak-faktor-formirovaniya-patrioticheskogo-soznaniya-u-podrostkov-i-molodyzhi> (accessed 10.10.2021).
- [3] Popov P.M. (2016). On patriotism, *Eurasian Union of Scientists*, no. 30-3, pp. 93–97. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-patriotizme> (accessed 10.10.2021).
- [4] Ivchenkov S.G., Saiganova E.V. (2020). Value landmarks and their influence on the perception of patriotism in young people, *Bulletin of the Institute of Sociology*, vol. 11, no. 2, pp. 106–125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientiry-i-ih-vliyanie-na-vospriyatie-patriotizma-u-molodyzhi> (accessed 10.10.2021).
- [5] Savkin N.S. (2018). Philosophy of patriotism: patriotism imaginary, showing and genuine, *Humanitarian: current problems of humanitarian science and education*, no. 2 (42), pp. 197–204. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-patriotizma-patriotizm-mnimyy-pokaznoy-i-podlinnyy> (handling date: 10.10.2021).
- [6] MasterCard collaborates with Apple to integrate Apple Pay. MasterCard. URL: <https://newsroom.mastercard.com/ru/press-releases/mastercard-%D1%81%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B0%D0%B5%D1%82-%D1%81-apple-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8-apple-pay> (accessed 10.10.2021).
- [7] 9 examples of successful co-branding programs. NGM. URL: <https://ngmsys.com/blog/9-best-co-branding-programs> (accessed 10.10.2021).
- [8] Drobysheva E.E., Smekalov Yu.A. (2019). Art-collaboration in the architectonics of modern culture, *Culture and education: scientific and information journal of universities of culture and arts*, no. 3 (34), pp. 53–62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-kollaboratsiya-v-arhitektonike-sovremennoy-kultury> (accessed 10.10.2021).
- [9] Baikov E.A., Khakimova L.R. (2018). Collaboration of brands as an effective tool for innovative processes of the modern economy, *St. Petersburg Economic Journal*, no. 3, pp. 39–46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kollaboratsiya-brendov-kak-effektivnyy-instrument-innovatsionnyh-protsesov-sovremennoy-ekonomiki> (accessed 10.10.2021).
- [10] Ural clothing brand released a T-shirt in collaboration with a street artist. Global City. URL: <https://globalcity.info/news/08/10/2021/36294> (accessed 10.10.2021).
- [11] On approval of the municipal program “Development of culture and art in the municipality ‘City of Yekaterinburg’ at 2021–2025”. Decree of the administration of the city of Yekaterinburg no. 2170 dated 26.10.2020 (as amended by 31.08.2021). Electronic fund of legal, and regulatory, and technical documents. URL: <https://docs.cntd.ru/document/570970383> (accessed 10.10.2021).
- [12] In touch with art. Tele2. URL: <https://ekt.tele2.ru/promo/izo> (accessed 10.10.2021).
- [13] Music Night – 2018. Oblastnaya Gazeta. URL: <https://www.oblgazeta.ru/subject196/> (accessed 10.10.2021).
- [14] Night of Museums. Inclusion. Night of Museums in Yekaterinburg. URL: <http://nmekb.ru/programms/i147625/> (accessed 10.10.2021).
- [15] Performance “Revived Paintings” – “Athletes” by Kazimir Malevich. Night of Museums in Yekaterinburg. URL: <http://nmekb.ru/programms/i147626/> (accessed 10.10.2021).