

# СЕРГЕЙ ДЗИКЕВИЧ<sup>1</sup>

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОСТРАНСТВ ЭКСПОЗИЦИИ ИСКУССТВА В ПОСТСОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

### *Абстракт*

В настоящей статье предпринимается попытка анализа ключевых аспектов изменения важнейших аспектов функционального положения экспозиционных пространств, представляющих произведение искусства обществу, в постсовременной культурно-социальной ситуации. Эти пространства перестали быть точками только точками образования, развлечения и рекреации, но превратились в важнейшие источники формирования представлений о должностующей шкале актуальных социальных ценностей, распространяемых через каналы эстетической коммуникации. В этом смысле произошел фактический кардинальный пересмотр позиций экспозиционных институций в социальной инфраструктуре со вторичных и дополнительных на первичные и системообразующие. Сначала новые продвинутые галереи, а затем творческие кластеры и музеи традиционного типа стали пространствами, продуцирующими инновационные социальные паттерны человеческого существования, взаимодействия и отношения к окружающему миру. Основные процессы этого рода получают в настоящем сооб-

<sup>1</sup> Сергей Дзикеви́ч — заместитель заведующего кафедрой эстетики философского факультета МГУ имени М.В.Ломоносова по научной работе, главный редактор АУ.

щении форму эстетико-концептуального выражения.

### **Ключевые слова**

Эстетическое, дискурсивное, формы жизни, формы мышления, культурно-психический тип личности, экспозиционная триада в постсовременный период.

### ***Эстетическое и дискурсивное, слои исследований эстетического***

Прежде, чем приступит к обсуждению трансформированного функционала пространств экспонирования произведений искусства, нам следует внести ясность в базовую концептуальную терминологию, касающуюся любой области эстетической аналитики. В этой области мы поддерживаем в области фундаментальной эпистемологии проблематики эстетического поля [Berleant, 1970] разведение всей информации две принципиальные позиции. Их мы имели уже несколько случаев экспонировать подробно в различных аспектах [Дзикевич, 1998, 2004, 2011, 2015], здесь мы формулируем исключительно самое существенное, из того что к ним относится. Во-первых, мы понимаем *эстетическое* как неотчуждаемое от эмоционального опыта субъекта, во-вторых, *онтологический статус эстетического* в связи с этим таков, что он является производным от онтологического статуса психического мира субъекта. Эти положения с неизбежностью подразумевают, что реальные феномены эстетического находятся при его критическом помышлении в пределах гипотетической логической единицы, которую мы можем назвать объемом понятия «эстетический опыт». Онтологическими и эпистемологическими коррелятами этой логической реальности является все многообразие эстетического опыта реальных субъектов, засвидетельствованное как в непосредственной форме, экспрессии (*эстетическая коммуникация*), так и в опосредованной форме, объяснении (*дискурсивная коммуникация*), между которыми располагается промежуточная коммуникативной неопределен-

ности, реминисценции (*нарративная квазикоммуникация*). Очень важно с точки зрения фундаментальной теории коммуникации и нашего способа мышления различий указать на то, почему реминисценция эстетического опыта и связанная с ним нарративная практика не являются коммуникацией в строгом смысле слова: получающая сторона здесь полностью не отделена от сообщающей стороны, а потому невозможна фиксация обратной связи, которая если она присутствует в подобном опыте является не более, чем гипотетической реальностью, продуцированной игрой воображения самой сообщающей стороны. Основания подобного разведения впервые отчетливо упоминаются Кантом в его введении к «Критике чистого разума» [Кант, 2007].

Указанные положения требуют немедленного дополнения разделения гипотетического класса феноменов эстетического, составляющего объем понятия «эстетический опыт» на два гипотетических подкласса, виды в этом роде, «*интерсубъективный эстетический опыт*» и «*чисто субъективный эстетический опыт*». Мы должны понимать под первым необходимые для осуществления человека как привилегированного субъекта [Маритен, 1988] базовые адаптационные возможности, делающие возможным подобный онтологический статус. В упомянутой нами первой «Критике» Канта изучение этих возможностей относилось к тому, что он в своей терминологии называл трансцендентальной эстетикой. Прежде всего, это относится, как и зафиксировано в этой части «Критики чистого разума» к переживаниям времени и пространства, позволяющим человеческому субъекту бытийственно позиционировать себя. К этому относятся затем и некоторые позже появляющиеся переживания фундаментальных социальных обстоятельств (как, например, переживание необходимости морального закона), которые сейчас обсуждать мы не будем из-за специального характера подобного обсуждения. Под вторым же мы понимаем те многообразные эмоциональ-

ные данные, сопровождающие чисто индивидуальный характер осуществления человеческого субъекта в мире, связанный с его уникальной когнитивной структурой, которая в необходимом нам эпистемологическом аспекте должна быть зафиксирована термином «порог эстетической чувствительности», означающим уникальную точку перехода локальных эмоций в генерализированное состояние.

Эстетическое включает в себя как явления первого, так и явления второго рода, которые различаются чисто аналитически, то есть дискурсивно, причем в дискурсе в высокой степени специализированного, в непосредственном же эстетическом опыте они практически неразличимы. В исследовательском отношении интерсубъективный и чисто субъективные аспекты эстетического различаются также далеко не всегда, хотя первый аспект, собственно и обозначенный Кантом как предмет трансцендентальной эстетики представляет собой, вне всякого сомнения, *теоретически первенствующий с эпистемологической точки зрения слой исследований*, дающий методологические основания для изучения проблематики второго аспекта.

В области исследований эстетико-экспозиционной проблематики для нас должны сложиться на основании сказанного две эпистемологические доминанты: 1) с коммуникативной точки зрения любая экспозиция относится в первую очередь к *эстетической*, а не дискурсивной форме коммуникации и 2) поскольку экспозиционная коммуникация является публичной, то есть адресована не индивидуально-реальному с психологической точки зрения реципиенту, а реципиенту, представляющему собой модель определенной текущей социальной психики, то в исследовательской эстетико-экспозиционной проблематике акцент должен быть сделан на *интерсубъективном аспекте* эстетического.

— — —  
— — —  
— — —

### *Современное, постсовременное и пост-современное*

Далее мы сталкиваемся с основаниями построения модели текущей социальной психики реципиентов экспозиционных сообщений, которая даст нам ключ к пониманию тех интересубъективных признаков эстетического, к которым эстетическое сообщение экспозиции реферировать, для того, чтобы быть максимально ясно распознаваемым и получить наивысшую эффективность. Эти основания лежат в области изучения культурной психики, если говорить точнее — в области *культурно-психологической типологии*. Здесь мы должны иметь дело со сложной и, более того, усложняющейся к текущему историческому времени, проблематике исторической культурно-психологической типологизации, к которой мы имели возможность обратиться в связи с другими задачами в одной из работ [Дзикевич Е. А., Дзикевич, С.А., 2016, 7—25]. Не повторяя всей аргументации, приведенной в этом издании, обратимся к тому, что относится к экспозиционно-эстетической проблематике.

Мы должны отдавать себе ясный отчет в том, что любая экспозиция призвана вовлекать в свое пространство реципиентов для передачи им насыщенного эстетического сообщения, изменяющего их эмоциональное состояние в определенном направлении, чтобы изменить отношение к кругу проблем, связанных с контентом экспозиции и ее дизайном. Подобный отклик возможен только в том случае, если контент и дизайн экспозиции соответствуют надлежащим образом содержанию эмоционального опыта субъекта, которое, собственно, подразумевается при критическом употреблении термина «эстетический опыт».

Для того, чтобы обеспечить максимальную эффективность эстетического сообщения экспозиционного проекта, его авторы должны на ранней стадии подготовки проекта предусмотреть тот тип эмоциональных референций, который наиболее соответствует ожидаемому направлению эмоциональных перемен в психике реципиентов и в наиболь-

шей степени характерен и распространен в данном месте и в данное время в возможной аудитории экспозиции. Разумеется, в этом случае речь идет о об intersубъективном аспекте эстетического опыта, поскольку чисто субъективные его стороны прогнозировать невозможно с процессуальной точки зрения, а также нецелесообразно с точки зрения возможного коммуникативного объема аудитории любого публичного экспозиционного проекта.

Однако intersубъективное содержание эстетического опыта весьма неоднородно и придется выстроить некоторую иерархию элементов его содержания, для того, чтобы выявить среди них существенные, и, используя их как доминанты, получить средства влияния и на другие элементы, связанные с ними ассоциативными связями для создания той относительно завершенной картины мира, ради которой эстетический опыт и складывается в психике человеческого субъекта в результате *эволюционно приобретенных адаптивных свойств* психофизиологической структуры человеческого типа. Это — *фундаментальная онтологическая характеристика* человеческого субъекта как актуально существующей сущности, и поэтому не учитывать ее при расчете референций эстетического сообщения не представляется возможным, поскольку с этим прямо связаны как его *эмоциональная распознаваемость*, так и *эмоциональная идентификация*, что, собственно, и обеспечивает *коммуникативный успех* всякого эстетического сообщения, и, в том числе, экспозиционного проекта.

В результате оказывается, что если источники эстетического сообщения, например, экспонирующие институции, планируют события в своих пространствах как успешные в эмоциональном влиянии на реципиентов, им остается только выстроить некоторую сетку критериев, характеризующих содержание intersубъективного эстетического опыта аудитории. Это требует моделирования инвариантных, или *диспозиционных* характеристик этого опыта, что, в свою оче-

редь, возможно только на основании *культурно-психологического* инструментария исторического характера.

Основной критерий, который дает подобный инструментарий заключается в понятии *культурно-исторического типа личности*, который предполагает, в том числе и инвариантные контенты эстетического опыта, хотя в культурно-исторической аналитике они могут обозначаться другими терминами. К культурно-историческим характеристикам интерсубъективного эстетического опыта относятся прежде всего те, которые устанавливаются на основании анализа характерных *пиковых переживаний* [термин А. Маслоу: Маслоу, 1997]. К ним относится, прежде всего, не имеющий дискурсивных коррелятов, опыт внутреннего эмоционального освоения темпоральных и пространственных обстоятельств существования человеческого субъекта в мире. Пиковые переживания, если иметь в виду формы их внешнего выражения, в культурно-исторической аналитике имеют, как мы и заметили выше, не эстетическую терминологическую фиксацию и обозначаются, например, как *формы жизни* и *формы мышления* [термины Й. Хейзинги: Хейзинга, 1988] представляют собой *иррациональные, недискурсивно мотивированные аспекты* материальных и интеллектуальных укладов социального взаимодействия людей для сосуществования в определенное время на определенной территории.

Сравнительное культурно-психологическое исследование форм жизни и форм мышления и позволяет предположить некоторые устойчивые исторически преемственные диспозиции характеристик эстетического опыта, которые и фиксируются как известные историко-культурные типы личности, характерные преимущественно для Европы: *человек Античности*, *человек Средневековья*, *человек Нового времени*. Все эти типы длительны во времени, имеют фазы генезиса, включая *становление*, *кульминацию* и *дизинтеграцию*. Историческая длительность этих фаз различна, но составляет в Европе для каждого типа примерно около тыся-

чи лет, фазы генезиса имеют различную динамику, причины и исторические проявления, однако для них характерны и некоторые сравнительно устанавливаемые общие закономерности. Так, поздние фазы, фазы дезинтеграции характеризуются напряженной внутренней рефлексией, скепсисом, меланхолией, чувством конца времени вообще и стремлением закрепиться во времени как через формализованное цитирование наследия прошлого, так и через попытки создать анахронические эвристические проекты будущего. Именно это, в частности, показывает Й. Хейзинга в своем упомянутом тексте, анализируя то, как «в одно и то же время и на одной и той же территории» прекращались формы жизни и мышления Средних веков и зарождались формы жизни и мышления раннего Нового времени. Последнее и было процессом зарождения культурно-психологического типа личности Нового времени, или современного европейского человека, который через культурную экспансию распространился затем и на другие культурные регионы.

Поскольку культурно-психологический тип личности Нового времени является на настоящий момент актуально существующим, мы можем обоснованно реконструировать только, собственно, ту раннюю ее фазу, фазу *становления*, которую анализировал Й. Хейзинга и многие другие авторы, посвятившие свои исследования этому периоду. О процессах, границах и хронологии фазы *кульминации* говорить все еще проблематично, поскольку Новое время остается еще открытым и культурно-психический тип личности, характерный этому историческому периоду, видимо, переживает фазу *дезинтеграции*. Эмпирическая фиксация процессов дезинтеграции, выразившаяся в свойственных поздним фазам прежних исторических периодов *интерсубъективных переживаниях конца времени*, необходимости закрепиться в бытии через *формальное цитирование опыта прошлого* и *эkleктическое моделирование* из его элементов прототипов форм жизни и мышления будущего. *Открытость* этого пе-

риода, представляющего собой незавершенную *переходную эпоху* [термин Т.Н.Грановского: Грановский, 2017], определяет сложность ее внешней и внутренней хронологизации, а также идентификацию текущих культурно-психических процессов, и, следовательно, диспозиционных характеристик intersубъективного эстетического опыта, свойственных реципиентам позднего современного типа.

Главная трудность определения ключевых референций эстетических сообщений в текущий период позднего Нового времени заключается именно в культурно-психологической периодизации Нового времени, которая остается во многом открытой проблемой потому, что этот период остается *незавершенным*. Именно поэтому обычные — *ретроспективные* — методологии исторической идентификации форм жизни и мышления, связанные с установлением *исторической дистанции* невозможно корректно применить в данном случае. Это обстоятельство определяет принципиальную научную предварительность терминологии, связанной с исторической и культурно-психологической идентификацией явлений позднего Нового времени.

Напомним, что в этом отношении закономерно остаются дискуссионными базовые маркерные наименования этого текущего периода, предложенные в свое время Ф. Лиотаром (*postmodern, postmodernism*) [Лиотар, 1998] и Ч. Дженксом (*post-modern, post-modernism*) [Дженкс, 1987]. Эти терминологические различия, только филологически связанные с особенностями языков происхождения, в действительности определены двумя факторами: специфическими методологическими различиями континентального и англо-саксонского дискурсов и различиями в понимании культурно-психической динамики в рамках Нового времени в его самому близкому к текущему моменту периоду, который мы можем назвать *новейшим*, или *современным* этапом истории человечества. Следует заметить, что это — в сущности различные термины, поскольку они обознача-

ют понятия, выражающие как существенные принципиально различные процессы культурной психики позднего Нового времени.

Ч. Дженкс подчеркивает в своей аналитике, что Ж.-Ф. Лиотар, используя слитное написание в своем термине *postmodern* в силу самой природы этой языковой конструкции вольно или невольно фиксирует внимание на процессах *завершения* тенденций, аутентичных для Нового времени, поэтому с таким же успехом вместо термина *postmodernism* в версии Лиотара вполне мог бы быть использован термин *late modernism*. Сам же Дженкс предлагает сосредоточить внимание на *возникновении альтернативных тенденций*, отличающихся от всех тех, которые были характерны для Нового времени, в том числе и его поздней фазы, именно этим целям, по его мнению, и соответствует разделяющая конструкция *post-modernism*. Мы помним позицию Й. Хейзинги, фиксирующую *синхронность* и *параллельность* тенденций завершения старых форм жизни и мышления и зарождения новых в переходные эпохи, и теперь мы можем хорошо понять, что конструкция *postmodernism* предполагает отражение и изучение тенденций первого типа, а конструкция *post-modernism* предполагает отражение и изучение тенденций второго типа.

В стратегических целях развития экспозиционных институций, конечно, стоит сосредоточить свое внимание именно на тенденциях второго типа, более детализированному рассмотрению которых и посвящено дальнейшее содержание настоящего сообщения. Разумеется, речь пойдет об общей диспозиционной оценке коммуникативной деятельности экспозиционных пространств в общей информационной среде, указываемые параметры эстетических референций конкретных экспозиционных институций и их проектов должны корректироваться в соответствии с культурно-региональной спецификой их локализаций.

— — —

### ***Коммуникативные функции пост-современных экспозиционных пространств***

Прежде всего, следует обратить внимание на то, что коммуникационный анализ деятельности экспозиционных институций и эстетических референций конкретных проектов не может рассматриваться вне контекста базовых параметров доминирующих форм и средств публичной коммуникации, свойственных анализируемому культурно-психическому этапу истории. Поэтому далее коммуникативные функции пост-современных экспозиционных пространств будут рассматриваться в непосредственной связи с общими параметрами циркуляции публичной информации в социуме пост-современного типа.

Мы уже имели возможность сформулировать некоторые позиции в отношении заявленной проблематики ранее, причем в отношении очень конкретных эстетических позиций, например, таких, как отношение субъекта к макропространственным параметрам культурного пейзажа в связи с паттернами эстетических отношений, сложившимися внутри современного искусства [см.: Дзикович, 2019]. В указанной публикации обсуждалась проблема, с одной стороны, связи эстетических отношений, ставших важными внутренними проблемами современного искусства с обстоятельствами существования общества в целом, а с другой стороны, проблема существенного посредничества современного искусства в *распространении паттернов эстетического отношения альтернативного типа* к социальной действительности вообще и к непосредственной среде человеческого существования в частности, например, к городскому пейзажу. Именно эти проблематические аспекты, но в более обширном контексте предполагается проанализировать в заключительной части нашего текущего рассуждения.

В некотором отношении весьма целесообразно напомнить то обстоятельство, что любой экспозиционный проект

(как институция, так и конкретная экспозиция) вписан в превышающий их эстетико-коммуникативный контекст. Это базовое, исходное для коммуникативистики обстоятельство — то, что всякое сообщение циркулирует в условиях определенного *фона* и распознается в условиях *среды* однородных сообщений — мы намерены рассмотреть при помощи инструментария *системной, структурной* и, отчасти, *семиотической* аналитики. Указанное обстоятельство, вне всякого сомнения, распространяется и на все эстетические сообщения, и расчет их эффективности невозможен без указанных аналитических компонентов.

Прежде всего, обратим внимание на то, что любая (как институция в пространственном отношении, так и дизайн конкретной экспозиции) представляют собой системы эстетических сообщений, вовлеченные в более крупные системы эстетических сообщений, в отношении которых они выступают как подсистемы. Эта иерархия не является формальной, поскольку все эти сообщения подпадают под меру эстетического восприятия, становятся фактами их эстетического опыта, причем, следует особо отметить, что речь идет об одних и тех же людях. Давайте рассмотрим это на примере только одного канала доставки эстетической информации, визуального, который мы избираем в силу его беспрецедентной важности для распространения социально значительной информации.

В этом отношении весьма показателен пример так называемой *визуальной экспозиционной триады*, на которую считается целесообразным ориентироваться в среде профессиональных кураторов. Предполагается, что *первый элемент* этой триады — визуальное представление экспозиционной институции и ее проектов в *архитектурной городской среде*. Это относится как к визуальному облику самой экспозиционной институции, который должен давать отчетливый сигнал публике о ее особых функциях в городской инфраструктуре и городских культурных коммуникациях, но это также

касается и информационного сопровождения всех проектов галереи, прежде всего, в непосредственной близости институции. Эти информационные меры направлены на привлечение визуального внимания и на перестройку психики реципиентов в режим восприятия насыщенных эстетических сообщений. *Второй элемент* экспозиционной триады — параметры внутреннего дизайна точки, представляющей произведения искусства, в систему которых как подсистема вписывается *третий элемент* — дизайн конкретной экспозиции (детали так называемой экспозиционной архитектуры, специально разработанные схемы развески и установки артефактов, демонстрации медиа-арта, размещения сопроводительной информации, тематического зонирования экспозиции и другие способы оккупации экспозиционного пространства, обеспечивающие предусмотренный институцией режим контакта реципиентов с экспозицией).

Эти параметры остаются базовыми, их невозможно игнорировать ни при каких обстоятельствах, их можно лишь учитывать с той или иной степенью коммуникативной эффективности. Далее, мы должны проанализировать изменения в действии этих инвариантных параметров эстетической коммуникации в пост-современной культурно-психической ситуации. Мы должны сразу и очень отчетливо сформулировать одно доминирующее обстоятельство определяющее набор диспозиционных компонентов интересубъективного опыта пост-современного периода. Это обстоятельство заключается в наличии *экстерриториально передаваемых паттернов визуально-эстетических норм*, которые в начальной стадии пост-современной культурно-психической динамики начали распространяться *кинматографом*, затем приобрели устойчивый коммуникативный характер благодаря *телевидению*, и окончательно закрепились в качестве доминирующего визуально-эстетического фактора в *Интернет-коммуникации*, особенно в социальных сетях.

*Первый элемент* триады предполагает принципиально

иные способы эстетической навигации реципиентов пост-современного типа в городской среде. Навигация происходит не столько путем непосредственного зрительного контакта с городским ландшафтом, сколько через сличение городских информационных систем с системами Интернет-навигации. Большинство целевых посетителей экспозиционных институций и их проектов планирует свой визит заранее, уточняет схемы расположения на сетевых ресурсах и контролирует свое движение при помощи смартфона. Следовательно, эта часть визуально-эстетической триады пост-современной информационной среде в значительной степени приобретает виртуальный характер. Работа с ней предполагает создание визуальной идентичности урбанистического облика через, фотографии, видеоролики и инфографику на основном сайте институции в Интернете и поддержку ее в социальных сетях, агрегаторах профильных новостей и создание специализированных *приложений* для смартфонах на платформах iOS и Android. Именно элементы дизайна виртуальной коммуникации в Сети составляют в пост-современный период основу визуально-эстетической инсталляции экспозиционных институций в городскую социальную инфраструктуру.

*Второй элемент триады* связан со стратегиями оккупации конкретных экспозиционных пространств, созданием гибридных дигитально-физических композиций, использующих как экспозиционно-архитектурные, так и электронные средства тотального вовлечения реципиентов в систему эстетических сообщений конкретного проекта. Электронные компоненты должны достраивать реальность физической экспозиции до того, стандарта, который пост-современный реципиент привык получать в Сети: ссылки, возможность немедленно дополнять статические изображения движением, звуками, откликами публики, возможностью вступать с ними в диалог и виртуальное взаимодействие в режиме реального времени.

*Третий элемент триады* включает в себя активное использование в экспозициях как произведений, созданных при традиционных художественных техниках, так произведений, в создании которых были использованы альтернативные художественные технологии всех происхождений, а также новые и новейшие медиа. Последнее создает тот необходимый режим эстетических референций, который является сложившимся консенсусом пост-современного публичного вкуса.

Адаптация экспозиционной триады к диспозиционным параметрам интересубъективного эстетического опыта пост-современного культурно-психического типа позволит экспозиционным институциям диверсифицировать те социальные функции, которые сложились в предшествующие периоды. Обычно среди таких функций перечисляются такие, как образование, расширение кругозора, развлечение, иногда альтернативные инвестиции. Пост-современные эстетические параметры экспозиций дают возможность, сохраняя указанные функции дополнить их функциями адаптации к сложным сочетаниям разнородной информации различного уровня и различной природы, катартической коррекции избыточных социальных напряжений, синергетического управления новыми импульсами в различных видах деятельности в условиях пост-современных переизбытков информации и дефицита свободного времени.

### Ссылки

1. *Berleant, A.* 1970). *The Aesthetic Field. A Phenomenology of Aesthetic Experience.* Springfield, Illinois: Charles C.Thomas.
2. *Дзикевич, С.А.* 1998. Введение в эстетику. М.: Книжный дом "Университет"; *Дзикевич, С.А.* 2004, 2017. Эстетика рекламы. Эстетическая структура рекламной коммуникации. М.: Гардарики; Екатеринбург: Ridero; *Дзикевич, С.А.* 2011. Эстетика: начала классической теории. М.: Академический проект; *Дзикевич, С.А.* 2015. Эстетика онтологии. Эпистемологическая аналитика знания бытия. (Второе издание). М.: URSS.

3. Кант, И. 2007. Критика чистого разума / Пер. с нем. Н. Лосского сверен и отредактирован Ц.Г.Арзаканяном и М. И. Иткиным; Примеч. Ц.Г. Арзаканяна. М.: Эксмо.
4. Маритен, Ж. 1988. Краткий очерк о существовании и существующем //Проблема человека в западной философии: Переводы / Сост. и послесл. П. С. Гуревича. Общ. ред. Ю. Н. Попова. М.: Прогресс. С. 229 — 260.
5. Дзикевич, Е.А., Дзикевич, С. А. 2016. Введение в проблематику современной философии // Современная философия (XX — XXI в.в.). М.: Согласие.
6. Маслоу, А. 1997. Психология бытия / Пер. О. Чистякова М.: Рефлбук — К.: Ваклер, 1997.
7. Хейзинга, Й. 1988. Осень Средневековья: Исследование форм жизненного уклада и форм мышления в XIV и XV веках во Франции и Нидерландах / Пер. Д.В.Сильвестрова. Статья А. В. Михайлова. Комментарии Д. Э. Харитоновича. Отв. ред. С.С.Аверинцев. М.: Наука.
8. Грановский, Т. Н. 2018. Лекции по истории Средневековья. М.: Юрайт.
9. Лиотар, Ж.-Ф. 1998. Состояние постмодерна / Пер. с Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии. Спб.: Алетейя.
10. Jencks, Ch. 1987. Post-Modernism, The New Classicism in Art and Architecture. N.Y.: Rizzoli, L.: Academy.
11. Дзикевич, С.А. 2019. Современное искусство как эстетический интерфейс человеческого существования в пейзаже: Историческое путешествие к теоретическим истокам раннего Берланта и обратно к настоящему времени // Aesthetica Universalis (Всеобщая эстетика). Ежеквартальный теоретический журнал кафедры эстетики философского факультета МГУ имени М.В.Ломоносова. Т. 6. №2. С. 62—76.