План  
Введение   
**1 Термины опубликованные в научной литературе России**  
**2 Официальное толкование   
2.1 Международные правовые акты  
2.2 Правовые акты РФ**  
**Список литературы**  
  
style="page-break-before:always">1. Термины опубликованные в научной литературе России

Экспертиза культурных ценностей представляет собой особый вид бинарных взаимодействий субъекта и объекта, при которых количество субъектов и объектов может варьироваться от единицы до бесконечности. Как технологический процесс экспертиза представляет собой цикл трех параллельно протекающих действий: научной атрибуции, культурных ценностей, технико-технологического исследования материального носителя культурной ценности и маркетинговый анализ стоимости культурной ценности. Являясь оценкой нравственных ожиданий сведующего человека (знатока) экспертиза культурных ценностей всегда мнение, и поэтому имеет субъективный характер, который приобретает квазиобъективный статус после коллегиального утверждения результатов экспертизы. Основные параметры экспертизы культурных ценностей отражающие степень ее научности: надежность, вероятность, валидность. [1]

Ценность — есть определенная объективная объектность, находящаяся в обладании конкретного субъекта права (человека или группы людей).

Культурной ценностью называется определенная объективная объектность, которая находясь в обладании частного лица, группы лиц или государства, представляется универсальной (выдающейся универсальной) ценностью;

где Универсальная ценность — есть материальный предмет (объект), в котором выявлено содержание духовной ценности, значимой для широкого круга субъектов, как отдельных индивидов, так и различных социальных групп (сословий, корпораций, религиозных конфессий классов, народов, наций или всего человечества);

Выдающаяся универсальная ценность — это культурную ценность значимая для мирового сообщества [2] . [3]

Всякая культурная ценность(КЦ), по своему составу может быть представлена в виде формулы:

КЦ = ρα,

где ρ — степень вероятности подлинности предмета, α - его ценность, выраженная в нравственных ожиданиях эксперта . [4]

Универсальная культурная ценность (КЦΣ), выявленная с учетом реалий общественного устройства, может быть представлена в форме:

КЦΣ= αρ + βq + γr ;

где α - ценность предмета (объекта) для государства[5], β – ценность предмета (объекта) для религиозной организации[6], γ – ценность (предмета) объекта для корпорации (сословия, самодеятельного профессионального союза, творческого объединения граждан, национального образования народов населяющих Российскую Федерацию)[7]. Знаки ρ, q, r – соответствующие вероятности[8] подлинности предмета.

Первое условие существования ценности: ее обособленность от окружающего мира, выделение сознанием человека нечто из гомогенной среды, т. е нечто должно объективно существовать, а не потенциально представляться.

Второе условие существования ценности: закрепленность феномена в материальном носителе, объектная оформленность.  
Третье условие существования ценности (необходимое и достаточное): предмет обладающий ценностью должен иметь собственника, т. е. пройти операцию отчуждения.

Выявление культурной ценности (Антиномия первого порядка): «материальное — духовное» указывает на динамическую природу феномена культурных ценностей присущих материальной статической форме объекта реального мира.

При разрешении антиномии содержание понятия первоначально, в момент выявления, концентрируется антитезисе (духовной составляющей), в то время как тезис (предмет - носитель духовности), представляет собой форму материального объекта, на которую посредством творческой деятельности членов социума переносится носится содержание из антитезиса[9].

Музейный предмет – культурная ценность, качество, либо особые признаки которой делают необходимым для общества ее сохранение, изучение и публичное представление. [10]

Процесс научной атрибуции культурной ценности: Субъект атрибуции (SA) соотносит некоторое количество визуально очевидных признаков и качественных показателей объекта атрибуции OA (a, b, c) некоторому количеству признаков (ai, bi, ci) объекта (Оi), принадлежащему подмножеству представлений субъекта атрибуции — OSA, которое является проекцией мира универсума множества - О на сознание субъекта атрибуции.

Если, по мнению субъекта атрибуции, имеется соответствие некоторого класса признаков объекта OA(a, b, c) э Оi(ai, bi, ci), то объекту атрибуции присваиваются имя и некоторые признаки объекта Оi(ai, bi, ci), который, вероятно, имеет место в реальном мире - O.

Фактор вероятности (ρ) заключает в себе уровень нравственных ожиданий субъекта атрибуции, или степень сознания насколько его представления об эталоне сравнения (Оi) соответствуют реальному положению его в Универсуме — O, и отражает всегда неполное соответствие признаков объекта атрибуции OA(a, b, c) — известным признакам объектов сравнения Оi,, Оj,, Оk.... Оn-1.

При этом не исключены варианты при которых объект атрибуции OA(a, b, c), или может относиться в данному классу объектов, или принадлежать к другому классу объектов, или являться представителем единичного класса объектов.

Следствие 1: Атрибуция культурных ценностей, чаще всего имеет в своей основе алгоритм полуэффективного процесса, при том, что каждая процедура атрибуции стремится быть завершенной[11]:

Аэn ⊃ Аэn-1.... ⊃ Ани ⊃ Афзк ⊃ Адх(1)

Где Адх – атрибуция предмета при поступлении в музей, Афзк — атрибуция предмета фондово-закупочной комиссией, Ани — атрибуция в процессе научной инвентаризации, Аэn, Аэn-1 — атрибуция дополнительными экспертными мероприятиями (экспертиза на подлинность, экспертиза при организации выставок, экспертиза при реставрации и т. п.).

Формула (1) показывает, что задача атрибуции предельна конкретна — провести идентификацию объекта атрибуции с некоторой степенью вероятности, а последовательность и зависимость атрибутивных действий указывает на глубинную цель атрибуции — выявить истинное имя предмета, получить которое можно только располагая всей полнотой знаний о культурной ценности и Универсуме.

Следствие 2: Атрибутивные признаки относятся к объектам не числовой природы, что предполагают возможность установить рефлексивные симметричные отношения ранжирования, разбиений и толерантности. Это указывает на принципиальную возможность применения для обработки данных атрибуции математических и статистических методов, без использования которых научная атрибуция культурных ценностей не представляется возможной.

Следствие 3: наличие структуры атрибуции культурных ценностей указывает на необходимость разработки алгоритма атрибуции на основе принципов структурно-функционального анализа, с учетом вероятности подлинности и коллективного согласия . [12]

2. Официальное толкование

Международные правовые актыКонвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия Правовые акты РФ

Ст. 3 Основ законодательства РФ о культуре от 09.10.1992 № 3612—1.

Список литературы:

1. Шестаков В. А., Особенности экспертизы культурных ценностей // Вопросы культурологии. 2008, № 11. С.57-64
2. Термины универсальная культурная ценность и выдающаяся универсальная культурная ценность введены без определения «Конвенцией об охране всемирного культурного и природного наследия» (Принята в г. Париже 16.11.1972 на 17-ой сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО) // Международные нормативные акты ЮНЕСКО.- М.: Логос, 1993. С. 290 - 302.
3. Шестаков В. Особенности экспертизы культурных ценностей // Вопросы культурологии. 2008, № 11. С.57-64.
4. Флоренский П. А. Столп и утверждение истины: Опыт православной теодицеи в двенадцати письмах, - Москва: Лепта, 2002.
5. Критерием светской ценности является наличие у предмета качеств (научного, исторического или культурного характера), либо особых признаков, которые делают необходимым для общества его сохранение, изучение и публичное представление.
6. Критерием религиозной ценности является ощущение у представителей религиозной концессии, что данный предмет приближает их к Богу.
7. Критерием корпоративной ценности (научной, сословной, кастовой, общественной, партийной и т. п.) является ощущение у его членов приобщенности к единому органическому образованию - корпорации.
8. Вероятность — суть правдоподобие.
9. Шестаков В. А. Музейный предмет как класс культурных ценностей / В. А. Шестаков //Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии. - 2009. - №1(9). - С.80-89..
10. Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» (ред. от 26.06.2007) (принят Государственной Думой Федеральным Собранием Российской Федерации 24.04.1996) / «Российская газета», № 104, 04.06.1996.
11. Поскольку не существует ограничений, что данные процесс не приобретет характер эффективного процесса при других обстоятельствах и в другое время.
12. Шестаков В. А. Формально-логическая структура атрибуции культурных ценностей / В. А. Шестаков // Вопросы культурологии. - 2009. -№ 9. С. 57-64

Источник: http://ru.wikipedia.org/wiki/Культурные\_ценности