



УДК 7.067

**ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КАК ДРАЙВЕР
НОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ****Калязина Елена Геннадьевна**

к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Россия, Санкт-Петербург**Аннотация**

Представлена дискуссионная тема о роли культуры в современном обществе. Автором сформулированы два концептуальных подхода – идеологический и инновационный – для поддержки современного российского искусства. Предложены меры по повышению заинтересованности граждан актуальной культурной составляющей страны и меры по поддержке современных молодых мастеров.

Ключевые слова: современное искусство, векторы развития современного российского искусства, роль культуры в обществе, арт-менеджмент, направления материальной поддержки современного искусства.

**POPULARIZATION OF CONTEMPORARY ART AS A DRIVER OF THE NEW
RUSSIAN ECONOMY****Elena G. Kalyazina**

PhD in Economics

Associate Professor

Saint Petersburg's State University of Economics

Russia, Saint Petersburg

ABSTRACT

A discussion topic about the role of culture in modern society was presented. The author formulated two conceptual approaches – ideological and innovative-to support contemporary Russian art. Measures to increase the interest of citizens in the current cultural component of the country and measures to support modern young artists are proposed.

Keywords: contemporary art, vectors of development of modern Russian art, the role of culture in society, art management, directions of material support for contemporary art.

Роль культуры в экономически развитом обществе зачастую недооценивают. Вместе с тем, история знает массу губительных, а иногда и разрушительных примеров

бескультурия и невежества в России. Чего только стоит пример девяностых годов двадцатого столетия, когда царило массовое хамство и безграмотность, когда умная, талантливая интеллигенция никому была не нужна, а главное – не нужна своему государству. К чему привел действующий курс правительства и вынужденная эмиграция некоторых слоев населения всем известно – нехватка специалистов в развивающихся областях (ИТ, медицина, высокие технологии, тяжелая промышленность и другие), становление низменных ценностей в обществе (обогащение любым путем), бесчинства на улицах, процветание алкоголизма и наркомании, и, как следствие, было потеряно целое поколение людей.

Рассматривая популяризацию культуры в массах, в частности современного отечественного искусства, как актуального курса новой экономики России, можно выделить два концептуальных подхода. Первый подход, идеологический – популяризация культуры российского общества как национальной идеи России. Второй подход, инновационный – популяризация современного отечественного искусства среди населения России путем развития самостоятельного арт-рынка с системой инновационного арт-менеджмента.

Первый подход основан на актуальных требованиях новой, инновационной экономики России. В первую очередь, это новое, экономически развитое общество с огромным творческим и управленческим потенциалом.

Развитое общество не может состоять из культурно бедных индивидов. Человек образованный, начитанный, интеллектуальный, обладающий хорошим эстетическим вкусом, всегда будет стремиться не только повысить качество своей жизни, но и улучшить всю окружающую его действительность. Новая экономика напрямую зависит от потенциала нации, развития человека думающего.

Пока невежество, бескультурие процветает на улицах, а главное – в сознании миллионов людей, невозможно построить современное, образованное общество с правильной системой ценностей. Отсутствие прекрасного в жизни – отсутствие толчка к самосовершенствованию.

Необходимо, чтобы посещение культурных мероприятий, выставок, музеев вошло в привычку граждан, а потом в потребность. Говорить о нежелании просвещения, нехватки времени – значит обрекать себя на вечное недовольство собой, страной, окружающим миром.

Активное участие в популяризации современного искусства должны принимать, в первую очередь, работодатели. Организация корпоративных посещений музеев, курсов об истории искусств, мастер-классов – такие элементы тимбилдинга являются составляющей социальной ответственности.

Правда, пока такой вид социальной ответственности не распространен и редко где применяется. По мнению автора, такое явление как корпоративное культурное мероприятие, направленное на работу над внутренним миром сотрудников, должно быть высоко оценено руководителями предприятий и государством, в идеале поощряющим такой интеллектуальный подход к мотивации и стимулированию персонала.

Почему в школах есть практика организации экскурсий по городу, культурных походов, а в высших и средних профессиональных учебных заведениях нет? Это рассчитано на то, что человек уже взрослый и сам понимает необходимость культурно обогащаться, развивать свой эстетический вкус, поэтому должен заниматься своим развитием самостоятельно. Здесь и кроется главная ошибка, ведь зачастую это совсем не так. У сегодняшних студентов другие интересы.

По разным источникам, число иногородних студентов в Санкт-Петербурге составило: 2020 год – 73 % от общего количества зачисленных (свыше 28 тысяч человек);

2019 год – 69 % [8]. Отсюда логический вопрос – неужели ректораты учебных заведений считают ненужным, необязательным включением статьи расходов в свои бюджеты на организацию экскурсий по городу, пригородам, посещения галерей, выставок, покупку билетов в театры? Или они считают, что не несут ответственность за культурный облик своих студентов? Вопрос риторический, но не потерявший своей актуальности.

Итак, чтобы нация была творчески конкурентоспособна, смогла вносить свой вклад в строительство новой экономики России, необходимо заниматься ее «культурным» здоровьем. Инициатива разработки мероприятий по популяризации современного искусства в массах должна исходить от государства, быть вектором совершенствования русского человека.

Лучшие умы России находятся в постоянном поиске национальной идеи [5,7]. Были опробованы варианты общественных ценностей: от идеи расширения российской семьи (стимулом выступал материнский капитал) до внедрения спорта в массы (Олимпиада в Сочи 2014). Однако интерес россиян они вызывали лишь на короткий срок. Прошла Олимпиада, и молодое поколение вернулось в клубы, кафе и скамейки, а турники во дворе пустуют, в парках не видно людей на пробежке.

Над «поиском» и «формированием» такой новой национальной идеи размышляли историки и политики, юристы и философы, но ни одна предложенная формулировка не нашла отклика в основной массе населения России. До настоящего времени стоящая у власти политическая, экономическая и интеллектуальная элита так и не смогла выработать четкие и понятные всем гражданам страны духовно-идеологические ориентиры того пути, по которому необходимо двигаться обществу [2].

Последние «русские идеи» сформулированы так: «русский национализм» [1, с.33], «православие как национальная идея современной России» [3], «моя страна должна быть, и должна быть всегда» [4], «инновационное развитие как национальная идея» [6, с.134-137, 5, с.159-165].

Остановимся на последнем варианте. В своей статье А.И. Уваров представляет актуальную идею: «Идеалом России, а идеал – это путеводная звезда, как писал Л. Толстой, ее национальной идеей, с моей точки зрения, предпочтительней будет признать стремление к обществу знания. Это ближе к менталитету нашего народа с его традиционной соборностью, коллективизмом» [6]. Автор отмечает также, что российская интеллигенция больше подготовлена к подобному пути развития страны с точки зрения успехов в области как фундаментальной науки, так и прикладных исследований. С этими утверждениями можно согласиться, как и с тем, что реформы системы образования, направленные на повышение интеллектуального уровня учащихся и тем самым – общества в целом, имеют большое значение для постсоветского развития страны.

А.И. Уваров отмечает, что «в качестве русской национальной идеи наиболее реальным становится участие России в общем глобальном процессе с отстаиванием национальных интересов и одновременно с опорой на отечественные возможности. Таковыми у нас являются наука и образование как основа новейшей технологии, да и культуры в целом» [6].

Синтез науки, образования и культуры представляют собой новый вектор развития российского общества и новой экономики России. Для поддержки отечественной науки и образования Правительство Российской Федерации предпринимает серьезные шаги: создание интеллектуальных кластеров на всей территории страны, инновационного центра «Сколково», поощрение талантливых ученых и т.д. Поддержка культурного вектора пока не разработана на государственном уровне. Поэтому на сегодняшний день новый толчок должно получить развитие на государственном уровне варианта

национальной идеи «Быть культурным – это по-русски» с подготовкой необходимых мероприятий.

Второй подход, популяризация современного отечественного искусства среди населения России путем развития самостоятельного арт-рынка с системой инновационного арт-менеджмента, имеет под собой экономическую составляющую.

На данный момент современное искусство в России претерпевает сложный момент, а скорее упадок. Оно давно стало элитарным, закрытым для основной массы людей и не потому, что имеет высокие барьеры входа, а потому что люди не заинтересованы в его изучении и покупке.

Таким образом, можно утверждать, что арт-рынок современного искусства остро нуждается в поддержке. Поддержка должна быть основана на развитии современной, инновационной системы арт-менеджмента.

Целью арт-менеджмента, направленного на достижение прибыли путем успешной продажи объекта искусства, должна быть популяризация современного отечественного искусства среди людей среднего класса.

Средний класс в России активно развивается, стремится к западному стилю жизни. Это объясняет и модное сейчас увлечение молодым поколением фотосъемкой, дизайном, креативными направлениями в различных творческих областях, и стремление создать образ интеллектуала.

Необходимо донести до среднего класса, что покупка картины молодого талантливого художника лучше и выгоднее репродукции узнаваемого произведения или семейной фотографии. А чтобы это сделать, нужно подключать действующие галереи к активной, а может и агрессивной, рекламе своих экспозиций, включающий работы молодых художников.

Как это ни печально, у молодых мастеров сейчас нет никакой поддержки. Для того, чтобы ее оказывали галереи, как главный посредник между покупателем и художником, для продвижения и продажи, им нужна мотивация и финансовая поддержка спонсоров и государства.

В последние пять лет основные галереи Москвы были закрыты по причине убыточности. Ими так и не был найден оптимальный механизм взаимодействия с властью.

Механизмы поддержки социально направленных галерей (т.е. те галереи, которые продвигают молодых, неизвестных художников, вчерашних выпускников) могут существовать в виде субсидирования, частичного субсидирования, налоговых льгот, льготных условий аренды помещений, финансирование ярмарок, аукционов, поездок на международные конкурсы. Ведь властям нужно понимать, из государственного бюджета выделяются огромные деньги на финансирование учебных заведений, подготовку и обучение специалистов в художественных областях. В общих национальных интересах, чтобы специалисты, получившие образование за государственный счет, остались в России и успешно работали, развивали свой талант и представляли страну на зарубежных конкурсах и аукционах.

Также основным фактором успешного процесса популяризации современного отечественного искусства будет являться адекватное ценообразование. Для среднего класса россиян приемлемая цена за картину начинается от четырех тысяч рублей и заканчивается двадцатью тысячами рублей. Этот факт необходимо учитывать управляющим галерей и выставочных залов при формировании цены на продукт искусства.

Еще одно перспективное сейчас направление материальной поддержки галерей и арт-пространств является привлечение различных спонсоров, коими зачастую являются крупные финансовые структуры, покупающие современное искусство для оформления

своих офисных помещений, и индивидуальные ценители искусства, верящие в долгосрочные инвестиции.

Повышая общий уровень культуры, население России будет совершенствоваться, интересоваться новыми течениями современного арт-рынка. А интерес, как известно, увеличивает продажи.

Список литературы

1. Алкснис В. Прощай, Империя...// Апология национализма: стратег, журнал. М., 2007. №3.
2. Иванова С. Национальная идея в политическом дискурсе России. М., 2006. URL: http://www.rau.su/observer/N6_07.HTM
3. Митрофанова А.В. Россия и славяно-православный мир: от иллюзии к реальности. Научный эксперт. 2007. №7.
4. Национальная идея России: «Моя страна должна быть, и должна быть всегда!» или О том, что должны делать власть и общество, чтобы это было так: в 6 т./ под общ. ред. С.С. Сулакшина. – М.: Науч. эксперт, 2012. – Т.6. – с. 3451-4439.
5. Овсенко Ю.С. Национальная идея современной России: инновационный фактор, Историческая и социально-образовательная мысль. 2010. № 1 (3).
6. Уваров А.И. Альтернатива информатизации. Вестник РФО. 2006. №1 (37)
7. Чубайс И. Как закончить спор о русской идее, или какая Россия нам нужна?!// Вопросы философии. 2007. №10.
8. В Петербурге подсчитали «бесстрашных» иногородних студентов. Елена Кром, Екатерина Фомичева. Журнал РБК. [Электронный ресурс, дата обращения 28.08.2020] https://www.rbc.ru/spb_sz/28/08/2020/5f48dcc69a79477341c24467

References

1. Alksnis V. Farewell, Empire...// Apology for nationalism: strategist, journal, Moscow, 2007, no. 3. (in Russian)
2. Ivanova S. national idea in the political discourse of Russia. Moscow, 2006. URL: http://www.rau.su/observer/N6_07.HTM (in Russian)
3. Mitrofanova A.V. Russia and the Slavic-Orthodox world: from illusion to reality. Scientific expert, 2007, no. 7. (in Russian)
4. national idea of Russia: "My country should be, and should always be!" or About what the government and society should do to make it so: in 6 vols./ under the General editorship of S. S. Sulakshin. – M.: Scientific expert, 2012. – Vol. 6. – pp. 3451-4439. (in Russian)
5. Ovseenko Yu. S. national idea of modern Russia: innovative factor, Historical and socio-educational thought. 2010. No. 1 (3). (in Russian)
6. Uvarov A. I. Alternative to Informatization. Bulletin of the Russian Federation, 2006, no. 1 (37) (in Russian)
7. Chubais I. How to end the dispute about the Russian idea, or what kind of Russia do we need?!// Question of philosophy. 2007. No. 10. (in Russian)
8. In St. Petersburg counted "fearless" nonresident students. Elena Krom, Ekaterina Fomicheva. The RBC magazine. [Electronic resource, accessed 28.08.2020] https://www.rbc.ru/spb_sz/28/08/2020/5f48dcc69a79477341c24467 (in Russian)