

VS ЭКОНОМИКА ИСКУССТВО



**Х МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**
СБОРНИК ТЕЗИСОВ

ЭКОНОМИКА VS ИСКУССТВО

Х ЕЖЕГОДНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ЦЕНТРА
ИССЛЕДОВАНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

16–18 ИЮНЯ, 2022 ГОДА
Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Санкт-Петербург
 Астерион
2022

Председатель программного комитета:

Расков Д. Е., заведующий кафедрой проблем междисциплинарного синтеза в области социальных и гуманитарных наук, факультет свободных искусств и наук (СПбГУ, к. э. н.)

Кудрин А.Л., декан факультета свободных искусств и наук (СПбГУ, к. э. н., профессор)

Кадочников Д. В., доцент кафедры проблем междисциплинарного синтеза в области социальных и гуманитарных наук (СПбГУ, к. эк. н.)

Фокин С. Л., профессор кафедры междисциплинарных исследований в области языков и литературы, (СПбГУ, СПбГЭУ, д. филол.н.)

Погребняк А. А., доцент кафедры проблем междисциплинарного синтеза в области социальных и гуманитарных наук, кандидат экономических наук (СПбГУ, к. э. н.)

Болтански Люк (Высшая школа социальных наук, Франция)

Дубянский Александр (СПбГУ)

Калинин Илья (СПбГУ)

Лаваль Кристиан (Университет Париж-Нантер, Франция)

Мавринский Илья (СПбГУ)

Манулкина Ольга (СПбГУ)

Савицкий Станислав (СПбГУ)

Савченкова Нина (СПбГУ)

Фогль Йозеф (Берлинский университет имени Гумбольдта, Германия)

УДК 33+82+81

ББК 65+84+81

Э40

Экономика vs искусство : сборник тезисов X Международной конференции : [Электронное издание] / Редакторы: Д. Е. Расков (к.э.н., СПбГУ), С. Л. Фокин (д.филол.н., СПбГУ, СПбГЭУ), Д. В. Кадочников (к.э.н., СПбГУ). — Санкт-Петербург : Астерион, 2022. — 92 с. — 1 Мб. — системные требования: РС ; Windows 98/NT/2000/XP/7/8/10 ; Adobe Reader ; 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см.

ISBN 978-5-00188-185-8

В сборнике собраны тезисы докладов, представленных на X ежегодной международной конференции Центра исследований экономической культуры СПбГУ «Экономика vs искусство».

Современность во многом задается отказом от классических бинарных оппозиций центра и периферии, глубины и поверхности, высокого и низкого. Скользжение по поверхности производств, идей, ценностей, самого человеческого означает, что больше не существует отдельно взятых феноменов экономики и искусства. Так, эстетический жест разворачивается в пространстве экономического, политического, этического, а экономический обретает измерение и задает стандарт прекрасного. Матрица современности, предложенная Фуко (биология, лингвистика, экономика), может быть переписана и прочитана через линию напряжения «экономика vs искусство».

Искусство обозначает собственные границы в диалоге с экономикой и тем самым открывает символическую природу экономики. Невероятные цены на произведения, редуцирующие художественный опыт до минимума, — интереснейший феномен, который делает привлекательным арт для крупного предпринимательства. Этот круг проблем также было бы полезно обсудить в рамках конференции.

ISBN 978-5-00188-185-8

© Коллектив авторов, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Автономов В. С.

- На пересечении романтизма и экономической науки.
(Исторические фрагменты) 7

Башкирова Н. Н., Лесовая С. Н.

- Финансы в зеркале общественной жизни и искусства..... 8

Вайнгорт В. Л.

- Трансформация взаимосвязи искусства и экономики по мере роста
креативного класса в постиндустриальном обществе 9

Вацилло К. А.

- Влияние самопрезентации художника на символическую ценность
и рыночную стоимость произведения искусства 10

Верников А. В., Курышева А. А.

- Жизнь в долг: кино как канал продвижения этой институции 11

Вольчик В. В., Маслюкова Е. В.

- Нarrативы о прошлом и будущем российской инновационной системы 12

Воробьёва М. В.

- Экономика сквозь призму советской государственной сатиры:
случай киножурнала «Фитиль» 13

Голубев К. П.

- Институциональный подход к пониманию идеи нестяжательства
в искусстве и экономике 14

Горобец Е.

- Художник-предприниматель в российской действительности — это возможно?
В поисках стратегии профессионального развития в мире искусства 15

Горянинов О. В.

- «Господин Тэст и деньги: о некоторых следствиях картезианства Поля Валери» 15

Давыдова О. С., Муравьёва Л. Е.

- Экономика любви и эксцессы сторителлинга в комиксах Лив Стремквист 16

Дианова Е. В.

- Литературная презентация советского общепита: картины изобилия и дефицита 18

Долженкова Т. И.

- Монументальные дары В. М. Клыкова 19

Дробышева Е. Э.

- Аксио(логика) художественного производства / потребления в эпоху метамодерна:
«аромат потлача» 21

Жаворонков Б. О.

- Произведения искусства как товары демонстративного потребления: плюсы и минусы 22

Жбанкова Е. В.

- Кинопредприниматели дореволюционной России: художники или нет? 23

<i>Игнатьев П. П.</i>	
Считать дельфина за оленя. Функционирование индустрии социалистического реализма в 1970-е годы	24
<i>Ирза Н. Д.</i>	
Георгий Костаки: стратегия успешного коллекционирования.....	25
<i>Кадочников Д. В.</i>	
Экономические идеи и эстетические идеалы	26
<i>Каш Н. А.</i>	
«10.203» — русское поле экспериментов: практики солидарной экономики и уличное искусство	27
<i>Кащенко Е. С.</i>	
«Ассистентка» (2019) Китти Грин как образец призрачной двойственности киноиндустрии	28
<i>Климовицкая И. И.</i>	
Дружба с искусством: цена и ценность	29
<i>Клюшкин И. В.</i>	
Самоорганизация художников как модель функционирования художественных институций	30
<i>Кропотов С. Л.</i>	
«Либидинальная экономика» Ж.-Ф. Лиотара и феномен интенсивности художественного текста	31
<i>Лапиakov Г. С.</i>	
Легитимация политики модернизации Японии посредством символов	32
<i>Лежнина Ю. П., Квачев В. Г.</i>	
Цена и ценность произведения искусства: о главном философском вопросе политической экономии творчества	33
<i>Ли Сяомэй</i>	
Процесс цифрового развития искусства в XX веке — преодоление бинарной оппозиции и реализация симбиоза и взаимовыгодного отношения искусства и экономики (на примере Национального музея Китая)	35
<i>Лукичёв П. М., Кузкова С. А.</i>	
Антиутопия как несветлое будущее взаимоотношений человечества и искусственного интеллекта.....	40
<i>Лукичёва Т. А., Вередюк О. В.</i>	
Фрилансер как свободный художник: возможности и ограничения	41
<i>Малахов И. В.</i>	
Особенности корпоративной политики П. П. Рубенса и их влияние на художественный рынок ХХI века	42
<i>Малышкин Е. В.</i>	
Эстетика своего	42
<i>Мариевская Н.</i>	
Герой в пространстве изобилия: экзистенциальный конфликт в драматургии фильма	43
<i>Николаев А. В.</i>	
В чём трагичность «Трагедии общественного»?	44

<i>Николаев А. В.</i>	
Подделки и фальшивки: эстетика и экономика антиискусства	45
<i>Николаева Ж. В.</i>	
«Медленная архитектура» между экономикой и искусством	46
<i>Оклер Р.</i>	
Между кофемолкой и самоваром: Троянский конь, или кто выиграл Холодную войну?	47
<i>Парыгин А. Б.</i>	
Деньги как искусство	48
<i>Парыгин А. Б.</i>	
Искусство это бизнес-проект.....	49
<i>Пестрякова А. А.</i>	
Цифровое искусство как новая форма коммуникации	51
<i>Петренко В. В.</i>	
Диспозитив эстетизации и феномен «человека экономического»	52
<i>Петрова С. А., Федоскина А. С.</i>	
Краудфандинг и иллюстрированное издание. Особенности ведения проекта независимым автором	53
<i>Погребняк А. А.</i>	
Об эстетическом воспитании экономического человека.....	54
<i>Познин В. Ф.</i>	
Отечественное кино: между госбюджетом и рынком	55
<i>Пряхин А. Ю.</i>	
Наука о данных в деле автоматизации кинопроизводства и анализа кинопroduций.....	56
<i>Путинцева-Арданская В.</i>	
Добавочное удовольствие постсоветского субъекта: потребление вещей и роль искусства.....	58
<i>Пушкина Д. Б.</i>	
Преподавание Междисциплинарных курсов в эпоху пандемии COVID-19: сравнительный анализ преподавания междисциплинарных курсов по социальным наукам и искусству	59
<i>Рассолова Е. Н., Галкин К. А.</i>	
Возможности «экспериментального» искусства: развитие сайнс-артиндустрии на российском рынке	59
<i>Рахматуллин С. С.</i>	
Экономическая трансформация азиатской киноиндустрии в эпоху стремительного развития китайской кинематографии	60
<i>Савченкова Н. М.</i>	
Landscapers: опыт экономики Возвышенного.....	61
<i>Салмин Л. Ю.</i>	
До и после «Чёрного квадрата». Заместительные практики авангарда в контексте конвергенции экономики и искусства	62
<i>Сарна А. Я.</i>	
Сетевой капитал в цифровом искусстве.....	64

<i>Сергиеевич Т. В.</i>	
Коммерциализация культурного капитала в условиях становления общества знакового потребления	65
<i>Сергиеевич Т. В.</i>	
Культурный капитал: попытка категориального определения	66
<i>Симакина М. А.</i>	
Ф. В. Булгарин — журналист, писатель, предприниматель	67
<i>Славинская О. А., Бураков Н. А.</i>	
Региональный анализ креативных индустрий в России: рынок труда и экономический рост.....	68
<i>Су Вэнь</i>	
Вздох на руинах: посмотрите на мусор процесса пространственной экономики	70
<i>Терещенко П. А., Вишневская П. К.</i>	
От рационального к аффективному: цикличность в экономике и искусстве	71
<i>Тонковидова А. В.</i>	
Нестяжательство в аспекте эстетического и экономического: религиозная социальность, светская социальность, религиозно-светская социальность (на материалах учения С. Н. Булгакова)	72
<i>Тульчинский Г. Л.</i>	
Экономика и искусство: встреча в цифре.....	73
<i>Фёдоров В. П.</i>	
Памятники культуры: стимулы к возвращению в экономический оборот	74
<i>Фёдорова Н.</i>	
Зависит ли стиль от экономики. Сравнительный анализ природы различных цифровых вещей: нет-арт, цифровое искусство и NFT	75
<i>Фролова Н. Ю.</i>	
Феномен развития Коллекционного дизайна	76
<i>Чернышева М. А.</i>	
Сбор средств на первый памятник И. А. Крылову. Публичная подписка как государственный проект	79
<i>Шоломова Т. В.</i>	
Безвкусное на арт-рынке в контексте этики арт-бизнеса	80
<i>Shekova Ekaterina L., Rich Dennis J.</i>	
Cost Disease, the Covid-19 Pandemic, and The Art Museums in America and Russia	81
<i>Юдина Е. Ю.</i>	
Искусство гуляний: организация увеселений в московском городском Манеже в конце XIX века	82
<i>Яценко Н. В.</i>	
Монадология совместности: о разделяющем производстве и досужем соприсутствии	84
 Информация об авторах	86

НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ РОМАНТИЗМА И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ. (ИСТОРИЧЕСКИЕ ФРАГМЕНТЫ)

Начало XIX века ознаменовалось кризисом идей Просвещения, основанного на вере в разум и прогресс человечества, и скомпрометированного кровавыми эксцессами Великой Французской революции. Духовная реакция на эти идеи, преимущественно в литературе и искусстве, получила название «романтизм». Это течение включало в себя «культ творчества, примат воображения над рассудком, критику логических, эстетических и моральных абстракций».

В это время возникла и политическая экономия как самостоятельная наука, прочно стоящая на традициях Просвещения, включая примат рассудка и логические абстракции.

Противостояние романтизма с Просвещением воплотил в себе великий английский экономист, философ и общественный деятель Джон Стюарт Милль. Более того, он сам описал его в своей «Автобиографии». Воспитание Джона проходило под определяющим влиянием идей его отца Джемса Милля и друга семьи Джереми Бентама — основоположника английского утилитаризма.

Идеи Бентама были для его времени весьма прогрессивны, не зря его сторонники называли себя «философскими радикалами». Он призывал к рационализации запутанной системы английского права, критиковал англиканскую церковь, партийную систему с противостоянием тори и вигов. Целью индивидуальной человеческой жизни он благородно считал наибольшее благосостояние наибольшего числа людей. Можно сказать, что он ставил разум выше морали.

До 20-летнего возраста Милль-младший не только разделял идеи Бентама, но и помогал ему в редактировании его трудов. Душевный кризис, который он пережил в этом возрасте, открыл ему глаза на другую сторону человеческой природы. Милль не видел счастья в общественном благе, он понял, что счастье достигается, если к нему прямо не стремиться. Он нашёл его в стихах Вордсворт и других поэтов «Озерной школы».

Линии Вордсворта и Байрона образуют два направления в английском романтизме. Миллю показалось ближе направление мирного романтизма, полного сочувствия простым людям и их чувствам. Байронические страсти и отчаяние напоминали ему его собственное душевное состояние. Эту двойственность романтизма можно проследить не только в английской, но и в немецкой литературе (достаточно сопоставить Фридриха Шиллера и Вильгельма Мюллера), а также в музыке: хорошую пару образуют Берлиоз и Шуберт. Шуман чувствовал в себе две «субличности»: Флорестана и Евсебия.

Если попробовать проследить эти две линии в экономической науке, то ближе к Байрону будут теории предпринимательства Зомбарта и Шумпетера. К Вордсворту ближе Маршалл, а ранее «экономический романтик» Сисмонди, которого Ленин клеймил за мелкобуржуазность в статье «К характеристике экономического романтизма». А как же сам Милль? Критикуя Бентама за отсутствие морали и чувств в его концепции человека, он делал вывод, что Бентам описывает лишь «деловой» аспект человеческого поведения, поэтому для политической экономии его подход вполне адекватен. В главе «О Конкуренции и обычае» в основном экономическом труде Милля как раз и говорится о том, что розничная торговля, в которой большую роль играет обычай и меньшую — конкуренция, направляемая собственным интересом и рациональными соображениями, не является подходящим предметом изучения для политической экономии (в отличие от торговли оптовой). К бентамизму в политэкономии Милль в итоге добавил элементы французского социализма (Сен-Симон, Конт), подчёркивая роль эволюции и морали в распределении. Бентамистскую линию в чистом виде в экономической науке (без всяких признаков романтических влияний) продолжал Джевонс.

Ещё один важный аспект романтизма — роль культуры, истории национального характера, — аспект, восходящий к Гердеру, а в Англии — к Кольриджу, унаследовали Фридрих Лист и историческая школа экономистов.

Интересно, что Милль посвятил сравнению Бентама и Кольриджа специальное эссе, в котором доказывал, что эти мыслители не столько опровергают, сколько дополняют друг друга.

Башкирова Н. Н., Лесовая С. Н.

ФИНАНСЫ В ЗЕРКАЛЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ И ИСКУССТВА

Многолетний опыт преподавания межфакультетских курсов и результаты работы над совместными проектами, требующими реализации междисциплинарных подходов при исследовании проблем, легли в основу оригинального цикла лекций. Их объединённой тематикой является анализ отражения финансов в общественной жизни и в произведениях искусства. Возможность изучения явлений общественной жизни и социокультурных событий, находящих отражение в творчестве, способствует формированию глубокого комплексного восприятия произведений искусства, необходимого в настоящее время будущим финансистам, управленцам и юристам. Ряд примеров представлен в тексте в виде case studies.

1. Эскиз неосуществленной картины В. Сурикова «Княгиня Ольга встречает тело князя Игоря». Максимум, что вспоминают студенты, причём не только искусствоведческой, но и юридической, и экономической направленности специальностей, так это попытку князя Игоря повторно собрать дань с древлян, которая повлекла за собой восстание и впоследствии привела к трагической гибели князя. Образному восприятию, с одной стороны, и более глубокому пониманию конкретных вопросов истории науки (экономики и юриспруденции), — с другой, способствует объяснение последствий событий, изображённых на эскизе. К этим событиям относятся проведение княгиней Ольгой реформы финансовой системы и введение новаций, направленных на упорядочивание взимания дани и налогов в дальнейшем.

2. Фреска итальянского живописца Т. Мазаччо «Чудо со статиром». Логично предположить, что студенты вспомнят библейский сюжет, которому собственно и посвящена фреска. И здесь уместно разъяснить и увидеть в сюжете тонкую иронию над сложившейся в I веке в Риме системой финансового права. И на этом примере мы также видим, что вопросы истории науки, которые нередко воспринимаются как малоинтересные и незначительные, получают более глубокую интерпретацию. Ещё один небезинтересный штрих, позволяющий увидеть неразрывную связь искусства и общественной жизни: искусствоведы до сих пор выдвигают различные версии, почему именно этот библейский сюжет включён Мазаччо в цикл фресок для церкви Санта-Мария-дель-Кармине. Существует мнение, что этим он хотел подчеркнуть законность налогов, которые вводились в конце первой четверти XV века во Флорентийской республике. Флорентийская казна была опустошена продолжительной войной с Миланом, и существовавших косвенных налогов (пошлин и акцизных сборов — *gabelle*) оказалось недостаточно, чтобы восполнить бюджетный дефицит. Период написания фрески совпадает с введением во Флорентийской республике крайне непопулярного катастрофического налога, объединяющего черты имущественного и подоходного налогообложения.

3. Джанни Родари «Приключения Чиполино». Звучит неожиданно, особенно для студентов, которые уже давно вышли из того возраста, в котором знакомятся с этим произведением, но, к примеру, с базовыми представлениями о формировании налога можно познакомиться именно в этом произведении. Ещё более неожиданным примером является иллюстрация подходов к основам менеджмента в книге «Незнайка на Луне» Н. Носова.

И таких многослойных сюжетов в живописи и литературе достаточно много. Задача курса не в упрощении восприятия материала, и не в его предоставлении в стиле «комикса», а в возможности научить подрастающее поколение видеть отражение финансов в зеркале литературы и искусства. Именно это является актуальным сегодня, в эпоху цифровизации и информационной открытости, нередко и перенасыщенности информацией не всегда высокого качества, когда образование и знания подменяются навыками и умениями. В связи с этим представляется, что усилия, направленные на развитие гармоничной, разносторонней личности, приобретают особую значимость.

Вайнгорт В. Л.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЗАИМОСВЯЗИ ИСКУССТВА И ЭКОНОМИКИ ПО МЕРЕ РОСТА КРЕАТИВНОГО КЛАССА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

TRANSFORMATION RELATIONSHIP BETWEEN ART AND ECONOMICS
AS THE CREATIVE CLASS GROWS IN POST-INDUSTRIAL SOCIETY

В 1984 году после спектакля „Нумер в гостинице города NN“ к актёру Авангарду Леонтьеву, игравшему роль Чичикова, зашёл Анатолий Чубайс, поблагодарить за лучшее, по его мнению, воплощение идеи предпринимательства. Спектакль представлял собой перенесённый на сцену эпизод из „Мёртвых душ“, когда Чичиков увлечённо читает список приобретённых им „крестьянских душ“, а Леонтьев (по его словам) играет „счастье обладания“.

В 2022 году в таллинском Русском театре эстонский режиссёр — Эльмо Нюганен поставил „Мёртвые души“ как яркий карнавальный бурлеск (где фигура Чичикова ушла на второй план), снискав огромный успех прежде всего у зрителя из ставшего к этому времени наиболее значимым в структуре общества „кreatивного класса“.

Эстония далее других стран постсоветского пространства продвинулась в развитии постиндустриальной экономики знаний. Если в структуре её экономики 1990 года промышленность составляла 39,6 %, то в 2020 году только 19,2 %; сельхозпроизводство снизилось с 15,7 % до 2,5 %, а доля услуг (включая ИТ) выросла с 23,1 % до 43,4 %. Соответственно изменилась структура общества. Определяющая роль от постприватизационных собственников 1990-х годов перешла креативному классу, создающему интеллектуальные и материальные ценности на основе творчества и знаний [1]. В результате на рынке труда уменьшается потребность в производственном персонале: механиках, наладчиках оборудования, синих и белых воротничках, менеджерах

низового (цехового) уровня — создававших основу среднего класса и растёт потребность в творческом персонале отраслей связанных с цифровизацией, искусственным интеллектом, развитием человеческого капитала. Меняется характер труда. Снижается концентрация рабочих мест, растёт атомизация трудовой деятельности. Труд не нормируется ни местом, ни временем. Оплата труда всё больше удаляется от медианной величины, увеличиваясь в креативно-творческом слое и уменьшаясь в растущем объёме работ обслуживающего характера („жёлтых жилетов“). Дифференциация дохода между этими группами нарастает, „убирая“ средний класс.

Творческий труд в экономике выравнивается с творчеством в сфере искусства. Стираются границы между временем работы и досуга, обязательным трудом и трудом „по интересу“. Меняются запросы к городской среде и, прежде всего, представления о достаточности жилья, что влечёт не только преобладание креативной архитектуры зданий, но и быстрое развитие новых форм общественных пространств, насыщаемых произведениями скульптуры и прикладного искусства, ростом художественных галерей, превращением музеев из хранилищ артефактов в пространства сотворчества экспозиционеров и посетителей на основе музейных перформансов. Досуг карнавализируется. *Homo economicus* одновременно становится *Homo ludens* [2]. Игровой элемент преобладает в культуре и стиле жизни креативного класса. К примеру, никто, наверное, не принимает как действующую норму наличие собственной конституции у квартала художников в Вильнюсе, расположенному на острове, называющемся „республика Ужупис“, где сконцентрированы художественные мастерские; галереи; кафе (там целыми днями работают со своими компьютерами айтишники), а также сконцентрированы жильё, студии и кабинеты музыкантов, поэтов, литераторов и ценящих такое окружение учёных, медиков и т. п.

В Таллине на месте советских промзон возникли похожие кварталы, образ которых создан „критической архитектурой“ [3] [4]. Искусство использующее цифровые технологии становится основой новых отраслей экономики, так же как и карнавализированный досуг. Что, однако, совершенно не исключает создания произведений искусства маргиналами, остро чувствующими и отражающими ресентимент прекариатизированного слоя в новой структуре общества.

Вацилло К. А.

ВЛИЯНИЕ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ХУДОЖНИКА НА СИМВОЛИЧЕСКУЮ ЦЕННОСТЬ И РЫНОЧНУЮ СТОИМОСТЬ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА

THE INFLUENCE OF ARTIST'S SELF-PRESENTATION ON THE SYMBOLIC AND MARKET VALUE OF AN ARTWORK

Взаимосвязь между символической ценностью и рыночной стоимостью произведения искусства менялась на протяжении многих веков в зависимости от множества факторов: благосостояния общества в определённый исторический период; установленной социальной иерархии и позиции, занимаемой художниками в ней; востребованности на рынке искусства работ различных жанров или стилей и множества других факторов. Цель автора — через рассмотрение историй художников, добившихся коммерческого успеха в разные эпохи, проследить

особенности формирования символической и рыночной ценности произведений искусства, а также выявить, влияла ли «мифология» художника на его коммерческий успех, или же произведения оценивались по «абсолютным» критериям, не зависящим от способности их создателя быть замеченными в обществе и на рынке искусства. Сейчас произведение оценивается на арт-рынке не столько по формальным критериям, оценке экспертов или провенансу, сколько по тому, насколько успешно выстроена маркетинговая кампания того или иного художника, насколько эффективно его продвижение на онлайн-платформах и в цифровых медиа. Цифровое пространство и популярность художников в нём с каждым годом играет всё более значимую роль в ценообразовании на рынке искусства, и в связи с этим меняются традиционные парадигмы отношения рыночной и символической ценности искусства. Автор допускает, что на рынке искусства предыдущих столетий символическая ценность произведений «старых мастеров», их значимость для заказчика или сообщества, приобретающего работы, играла определяющую роль в формировании рыночной цены. В наше время справедливо обратное утверждение: рыночная стоимость определяет символическое значение произведения. Автор предлагает проследить, как самопрезентация и позиция, занимаемая художником в артистическом сообществе и обществе в целом, в исторической ретроспектике влияли на формирование спроса и интереса публики и покупателей к его работам; начиная с какого времени и в каких случаях эксцентричность поведения художника или оригинальность его представления на арт-рынке способствовали повышению интереса к его творчеству и более успешной коммерциализации.

Верников А. В., Курышева А. А.

ЖИЗНЬ В ДОЛГ: КИНО КАК КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭТОЙ ИНСТИТУЦИИ

CONSUMERIST CULTURE, DEBT DEPENDENCE, AND STORYTELLING THROUGH MOVIES

Ключевые слова: культура опережающего потребления; социология потребления; потребительство; долговая зависимость; киноиндустрия; контент-анализ; институциональная экономика.

Традиционные для русского этноса ценности, отражённые в сказках, пословицах и поговорках, на протяжении веков передавали идею осуждения показного расточительства и жизни в долг, наживы за счёт слабых, обездоленных, попавших в беду. Социально-экономические реформы 1990-х годов провозглашали отказ от заидеологизированности советского общества и ориентировали массовое мышление на западные ценности как абсолютное благо. На практике же на смену одной идеологии пришла другая: населению стали насыщаться привычки потребительства и жизни в долг. Исследования свидетельствуют, что и для западных обществ соответствующие схемы поведения не были имманентно присущи и естественны, а прививались искусственно выгодоприобретателями [Зелизер, 2004]. Активное продвижение культуры опережающего потребления [Baudrillard, 1996] поддерживалось средствами массовой информации, киноиндустрией и другими видами искусства, маркетинговыми схемами, в том числе недобросовестной рекламой,

а также магистральными курсами экономической дисциплины. Агрессивно навязывались новые жизненные ориентиры: экономить на желаемом, пусть и недоступном, больше не нужно. К соответствующим практикам быстро привыкли на фоне предшествовавшего тотального дефицита советской эпохи. Фактически произошло «перекодирование» поведенческих схем граждан: в массовом сознании упрочилось убеждение о том, что жить в долг не просто приемлемо этически, а даже выгодно экономически. На протяжении последних лет постепенно начинает популяризоваться альтернативный дискурс, направленный на осуждение жизни в долг, высвечивающий проблему людей, попавших в долговую зависимость. Мы провели контент-анализ 12 российских и зарубежных кинокартин разных жанров, выпущенных за последнее десятилетие, с точки зрения содержащегося в них посыла разрушения стереотипа о том, что заёмные деньги — это способ обеспечения достойной жизни. Исследование выявило элементы дискурса и художественные приёмы, с помощью которых опровергается этическая приемлемость и показывается пагубность институций, поощряющих потребительство и долговую зависимость.

Вольчик В. В., Маслюкова Е. В.

НАРРАТИВЫ О ПРОШЛОМ И БУДУЩЕМ РОССИЙСКОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Джон Мейнард Кейнс говорил, что только идеи и теории экономистов прошлого правят миром [Кейнс, 2007]. Однако в явной форме такие идеи довольно трудно распознать, особенно в увеличивающемся информационном потоке научных публикаций, публицистики и лавины социальных сетей. Важной формой упаковки идей о тех или иных значимых экономических и социальных феноменах являются нарративы. Именно с помощью нарративов, или историй, акторам удается транслировать свое понимание закономерностей развития сложных и адаптивных систем. Нарративы как источники знания могут рассматриваться в двух аспектах: как упрощенные экономические протомодели и как источник качественных данных о социальном контексте и институтах [Вольчик, Маслюкова, 2021].

Россия известна богатой, но при этом неоднозначной историей инноваций и талантливых изобретателей. Однако, как отмечал Л. Грэхем, кроме очевидных препятствий на пути технологического успеха вроде несовершенного законодательства существует трудно объяснимое, но очень важное неоднозначное отношение общества к инноваторам и коммерциализации науки [Грэхэм, 2014: 146].

В создании нарративов о тех или иных экономико-социальных явлениях значимы как искусство повествования, так и научные техники и приёмы. Трансляция лидерами общественного мнения и популярными средствами массовой информации нарративов формирует образ будущего [Friedrich, Najork, Keck, and Zscheischler, 2022]. Однако будущее развитие связано с действием «эффекта колеи», который проявляется через институциональную инерцию и периодически возникающие институциональные ловушки, связанные с проведением государственной экономической политики.

Анализ материалов высокорейтинговых российских СМИ и Интернет-ресурсов позволил выявить несколько центральных проблем в развитии российской инновационной системы.

Среди этих центральных проблем прежде всего следует выделить проблемы, связанные с зависимостью будущего от прошлого в повествованиях о государственном управлении инновационной деятельностью, спросе на инновации, а также в выборе тематики и направлений исследований. Будущее российской инновационной системы, кроме прочих важных факторов, которые обычно рассматриваются в моделях (патентование, объем экспорта и производства инноваций, расходы на НИОКР и инновации и др.), зависит от искусства акторов создавать востребованные нарративы, в которых удастся создать адекватные современным вызовам времени нарративы о развитии и потребностях российской инновационной системы.

Воробьёва М. В.

ЭКОНОМИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ СОВЕТСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ САТИРЫ: СЛУЧАЙ КИНОЖУРНАЛА «ФИТИЛЬ»

ECONOMICS THROUGH THE PRISM OF MAINSTREAM SOVIET SATIRE:
THE CASE OF SATIRICAL CINEMAGAZINE FITIL

Сатирический киножурнал «Фитиль», впервые вышедший на экраны в 1962 году, стал одним из последних продуктов периода «оттепели» в СССР. Курируемый Сергеем Михалковым — известным советским писателем и лауреатом государственных премий — яркий, занимательный, привлекающий популярных актёров театра и кино, «Фитиль» сделался важной частью государственной сатиры, целью которой было утверждение существующего строя путём разоблачения его отдельных недостатков.

Без преувеличения можно сказать, что в «Фитиле» отражались многие проблемы советской действительности, например, бюрократизм, плохое руководство, некачественный сервис в торговле и общепите, пьянство, аморальное поведение частных лиц в повседневной жизни, коррупция, изъяны системы образования и т. д. Среди объектов критики киножурнала обнаруживается немало таких, которые имеют экономическую природу или относятся к экономике (дефицит, выпуск некачественной продукции, нерациональная организация производства, воровство на рабочем месте и мошенничество на работе, приписки, фальшивые отчёты и пр.). Однако далеко не все проблемы экономики удостаивались внимания: «Фитиль» демонстрировал только разрешённые для критического рассмотрения ситуации и объекты сатиры, а реальный масштаб последних зачастуюискажался. Ещё один весомый момент, который мог влиять на восприятие зрителей — это, как правило, выгодный и благополучный контекст, на фоне которого подавались критикуемые объекты и ситуации. Любопытно, что на протяжении советского периода работы киножурнала колебался уровень допустимых обобщений и масштаб затрагиваемых проблем в критике негативных явлений, а сходные феномены в разные десятилетия привлекали неодинаковое внимание.

На материале выпусков «Фитиля» за 1962–1991 гг., сделанных в жанре игрового кино, в докладе показано, как отображались разнообразные экономические проблемы, а именно: какие экономические явления критиковались и насколько часто, как менялся интерес к ним, а также то, в каком контексте создатели журнала освещали критикуемые явления.

Голубев К. П.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОНЯТИЮ ИДЕИ НЕСТЯЖАТЕЛЬСТВА В ИСКУССТВЕ И ЭКОНОМИКЕ

INSTITUTIONAL APPROACH TO UNDERSTANDING THE IDEA
OF NON-COVETOUSNESS IN ART AND ECONOMICS

Институциональный подход предполагает необходимость анализа понятий с учетом целого спектра интересов и отношений в общественной системе. В этой связи можно вспомнить, что понятие нестяжательства принято связывать со спором о монастырских имениях, начавшимся после собора 1504 года. После принятия в 1497 году Судебника Ивана III, в следующем столетии происходит формирование жёсткой системы крепостного права на Руси. Наиболее заинтересованной стороной в изъятии монастырских земель была центральная власть (для раздачи служивым людям). Крестьяне в любом случае эту землю не получали. Показательным является отставка с Новгородской кафедры свят. Геннадия после его выступления в защиту церковного землевладения на Соборе 1504 года и разногласий с Иваном III.

При этом анализ экономических отношений на монастырских землях отражает степень их соответствия идеалам христианского хозяйствования. Использование термина «nestяжательство» как противовес жизни общины монахов, владеющей землей (которой иначе владел бы кто-то из приближенных князя), отражает его использование как элемента института идеологии. Необходимо говорить о нестяжательности в личной жизни, о месте идеи нестяжательства в общественных институтах и о взаимном влиянии этих уровней.

Отражение этого видно в различных сферах искусства. Безусловно, в искусстве можно видеть отражение требований социального заказа. При этом, вне зависимости от нестяжательности творца, для продвижения его произведения, на которое есть социальный заказ, могут быть использованы огромные материальные и административные ресурсы. В условиях возможностей, которые предоставляет информационное общество, для продвижения нет необходимости даже в художественной ценности произведения. Основным является возможность его практического использования в рамках института идеологии. Следует согласиться с П. С. Лемещенко в том, что механизм «работы» идеологии в экономике чрезвычайно сложен, зачастую невидим и поэтому игнорируется, тогда как Д. Норт продемонстрировал как одно из ключевых направлений развития экономической теории развитие теории идеологии.

ХУДОЖНИК-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ В РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ – ЭТО ВОЗМОЖНО? В ПОИСКАХ СТРАТЕГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В МИРЕ ИСКУССТВА

- произведение искусства является продуктом культуры. Таким образом, его производство и продвижение подчиняется законам продуктового менеджмента и девелопмента;
- «мир искусства» — это социальная система, в центре которой — потребности художника как производителя культурного продукта;
- структурно-функциональный анализ арт-мира через призму профессиональной художественной карьеры позволяет создать карту индустрии для понимания необходимых действия для развития и коммуникационных стратегий;
- анализ существующих теорий о маркетинговой стратегии развития художника — Лемана-Викхама, Петридеса;
- пирамида навыков «успешного» художника-предпринимателя — желание и мотивация для развития, коммуникации с ключевыми участниками индустрии, маркетинговые навыки, создание бренда и построение комьюнити вокруг себя;
- институт репутации — основополагающий аспект бренд-менеджмента художественного предпринимателя;
- проблемы художественного образования в России, необходимые изменения — включение основ малого бизнеса, маркетинга и экономики.

Горяинов О. В.

«ГОСПОДИН ТЭСТ И ДЕНЬГИ: О НЕКОТОРЫХ СЛЕДСТВИЯХ КАРТЕЗИАНСТВА ПОЛЯ ВАЛЕРИ»

MONSIEUR TESTE AND MONEY:
ON SOME IMPLICATIONS OF PAUL VALÉRY'S CARTESIANISM

Тезисы: В рамках доклада будет предпринята попытка прояснить своеобразие картезианства Поля Валери, что будет осуществлено на основе анализа корпуса текстов о господине Тэсте, а также иных прозаических работ и «Тетрадей». Если согласиться с утверждением Т. Адорно, что Валери строит «рациональную теорию иррационального», то следует понять, к каким концептуальным ресурсам он обращается. Учитывая то, что на рубеже XIX–XX веков классический рационализм подвергается последовательной критике и радикальному переосмыслинию, обращение французского поэта к ключевой фигуре эпохи Просвещения представляется, по меньшей

мере, неожиданным. Как будет показано, за казусом творческой биографии Валери скрывается важный для современной мысли теоретический сюжет, в котором картезианское наследие выходит за границы философского поля и обнаруживает не самые очевидные связи с (полит)экономической проблематикой.

Как известно, в современной литературе существует два образа Декарта — буржуазного мыслителя и провозвестника *homo economicus*, которому противопоставляется «аристократический» Декарт с этикой праздности и щедрости. Оригинальность обращения с картезианским наследием Валери проявляется в том, что ему удается удержать вместе, не впадая в противоречие, обе обозначенные фигуры Картезия, что может поставить в тупик как критиков, так и апологетов Декарта. Парадоксальность позиции Валери воплощена в рассказе «Вечер с господином Тэстом», что особенно ярко проявляется на тех страницах текста, где читатель сталкивается со сложным переплетением поэтических и капиталистических мотивов. В частности, причины, по которым «биржевая горячка» монолога Тэста вызывает у рассказчика впечатление «поэзии», в тексте не раскрываются. Эти мотивы оказываются еще более энigmатичными, если вспомнить, что в финансовых вопросах Тэст проявлял умеренность, что создает еще более «прозаический» образ его отношений с деньгами, где аффективное и рациональное будто совпадают.

Чтобы прояснить связь рациональности поэтической и экономической, с которыми работает Валери, необходимо показать что, в её основании находится политico-онтологическая проблематика, которая не часто эксплицируется в связи с картезианской парадигмой. Именно Валери в своих текстах о Декарте показывает, что актуальным значением обладают не столько вопросы о *cogito* и дуализме субстанций, сколько вопрос о воле. Утверждая, что опыт Декарта — это в первую очередь опыт радикального волевого решения, Валери предвосхищает ряд современных исследований, в которых картезианское наследие помещено в историю нигилизма (Гиллеспи) и политических вопросов суверенности (Деррида). Однако в отличие от работ академических философов Валери работает с этим сюжетом в пограничном жанровом формате (проза/философская эссеистика), что позволяет говорить о фигуре Тэста как о точке сосредоточения значимых концептуальных задач, решение которых предполагает прояснение логики данного персонажа и его роли в наследии французского поэта.

Давыдова О. С., Муравьёва Л. Е.

ЭКОНОМИКА ЛЮБВИ И ЭКСЦЕССЫ СТОРИТЕЛЛИНГА В КОМИКСАХ ЛИВ СТРЕМКВИСТ

THE ECONOMICS OF LOVE AND THE EXCESSES OF STORYTELLING IN COMICS
BY LIV STRÖMQUIST

В современной культуре комикс давно стал легитимной формой для презентации любого опыта, будь то опыт исторической травмы или притча об одиночестве. Шведская художница Лив Стремквист создаёт комиксы, героями которых становятся идеи в широком понимании этого слова: идея любви в произведении «Расцветает самая красная из роз» (2019) или идея

объективации женского тела в «Плоде познания» (2014). Стремквист, очевидно, нацеливается на болевые точки современности: любовь в эпоху позднего капитализма, феминистическая борьба, табуированность проявлений женской телесности. В своих работах художница как будто пытается встать в позицию объективного исследователя, диагноза ран и болезней современности для того, чтобы осуществить критическое высказывание по отношению к нашей реальности. И реальность эта обладает чертами совершенно конкретной политэкономической формации: напомним, речь идет об эпохе позднего капитализма. Отправной точкой размышлений Стремквист становится проблема коммодификации современных отношений, которую художница медиатизирует в форме графического сторителлинга и деконструирует за счёт обращения к философским, политическим, социологическим и экономическим концепциям. При этом парадоксальным образом комиксы Лив Стремквист обнажают коммуникативный сбой и опровергают собственное высказывание. В докладе мы разбираемся, каким образом происходит разлом между критикой экономики любви и её медиальной презентацией в комиксах «Расцветает самая красная из роз» (2019) и «Внутри зеркальной галереи» (2021).

Ключевые идеи комиксов затрагивают анализ того, как изменилось современное понимание любви по сравнению с предыдущими эпохами, и как конструирование субъекта в популярной психологии мешает людям чувствовать. Главная мишень Стремквист — коммодификация любви и экономика обмена как основание для создания отношений. Используя иронию (и, шире, комическое), ссылаясь на философские, социологические, культурологические концепции, Стремквист пытается вернуть человечеству феноменальность переживания. Однако временами её комикс «сбоит»: внутри графического нарратива возникают дискоммуникативные элементы, обнажающие невозможность начатого Стремквист высказывания. Эти сбои обусловлены радикальной диссоциацией между содержанием высказывания и его презентацией, что выражается в том числе в выбранных Стремквист стратегиях сторителлинга. Её работа дискурсивно воспроизводит те механизмы, которые автор пытается критиковать — механизмы общества потребления, мира позднего капитализма. Одним из примеров становится дискредитация графического языка комикса: вместо того чтобы «визуально артикулировать повествование» [Mikkonen 2017], нарратив соскальзывает в область доминирующей вербальности, используя визуальные элементы в функции иллюстрации, что свойственно скорее коммерческому сторителлингу, нежели рефлексивному эссе. Эксцессивность сторителлинга превращает комикс в сувенирную игрушку, основой которой оказывается коммуникативный сбой, который можно зафиксировать на разных уровнях: от комического эффекта как одной из стратегий сторителлинга до дестабилизации выбранного медиа при работе с философским текстом.

В докладе будет показано, каким образом реализуются коммуникативные сбои в искусстве комикса Лив Стремквист и почему её высказывание становится дискурсивной самоподменой: пытаясь извлечь любовь из капиталистических отношений, оно на самом деле призывает любить себя, чтобы быть купленным.

ЛИТЕРАТУРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОВЕТСКОГО ОБЩЕПИТА: КАРТИНЫ ИЗОБИЛИЯ И ДЕФИЦИТА

В русской литературе репрезентация предприятий общественного питания имеет давние традиции. Так, в «Евгении Онегине» А. С. Пушкина читаем поэтические строфы об изысканной французской кухне ресторана на Невском проспекте в Санкт-Петербурге. В романе «Анна Каренина» Л. Н. Толстого перечислены кушанья по «французской карте», которые предлагались в московском ресторане. Также в литературе и искусстве воплощался образ экономики будущего общества. Пространные описания совместного приёма пищи давались в произведениях из разряда социальной утопии, в том числе в романе Н. Г. Чернышевского «Что делать?». Фантазия авторов не знала границ, поэтому в их сочинениях социетарный общепит был полон изобилия самых разнообразных блюд.

Ожидания социалистов-утопистов развеялись, столкнувшись с нехваткой продуктов в реальной жизни в Советской России, где с приходом к власти большевиков проводилась целенаправленная политика по созданию государственной системы общепита с «заменой индивидуальных форм питания общественными» в условиях продовольственной диктатуры. «Столовки» сразу попали в поле зрения литераторов. Нarrативы времён политики «военного коммунизма», как правило, содержат информацию о приписке граждан к какой-нибудь столовой и кулинарных рецептах данной эпохи. О дефиците и скучном ассортименте блюд послереволюционного общепита в своих произведениях сообщали А. В. Амфитеатров, В. А. Каверин, В. П. Катаев. Эдуард Багрицкий написал в голодные годы поэму «Трактир» (1919–1920), где запечатлел знание всех тонкостей кулинарии дореволюционных закусочных. Образ раблезианского пиршества явился лишь в воображении голодного поэта, оставаясь только видимостью, призраком, симулякром трактирного изобилия.

Во времена нэпа вместо бесплатных столовых Наркомпрода открылись платные трактиры, рестораны, чайные, пивные, столовые при учебных заведениях, фабриках и заводах. Описание предприятий общепита нэповского периода встречаются в стихах Э. Багрицкого, С. Я. Маршака и М. А. Светлова, прозаических произведениях М. А. Булгакова, И. А. Ильфа и Е. П. Петрова, В. П. Катаева, М. Е. Кольцова и других авторов, где представлены широкие полотна дефицита и беглые зарисовки изобилия в ассортименте блюд. Литературная репрезентация советского общепита отразила экономические реалии различных эпох (политики «военного» коммунизма, нэпа, первых пятилеток), которые сохранились благодаря запечатлённым образам экономики в искусстве.

МОНУМЕНТАЛЬНЫЕ ДАРЫ В. М. КЛЫКОВА

MONUMENTAL GIFTS OF V. M. KLYKOV

Прежде чем говорить о творчестве В. М. Клыкова с точки зрения его бескорыстности, определим, каким образом теологическое понятие нестяжательства относится к искусству и возможно ли было взаимодействие этих понятий ранее и самое главное, реально ли оно теперь.

Религиозный спор XVI века был, прежде всего, столкновением двух систем мировоззрений, представители которых стремились найти «правду мира». При этом нестяжатели во главу своей идеологии ставили «умное делание» и познание божественного [3], что понималась следующим образом: богоугодна только мысль, направленная в сторону благих деяний, а, значит, человек должен воспитывать в себе пост, целомудрие, бескорыстие, веру, милосердие, смиление, терпение, скромность. Цель жизни каждого человека они видели в нравственном совершенствовании, возможном лишь в состоянии независимости от государства, отказа от материальных благ. Влияние этого религиозного мировоззрения проникло в русское общество, в том числе искусство (творчество Андрея Рублёва, Феофана Грека).

Современные исследователи рассматривают нестяжательство, прежде всего, как этический принцип, характерный для русского менталитета. Так, Н. В. Синицына отмечает влияние этого принципа «на «мирское» общество, на такую черту русского национального менталитета, как отношение к собственности и использованию чужого труда» [4]. При этом необходимо заметить, что нестяжательство несмотря на близость понятиям «меценатство», «благотворительность», «спонсорство», есть нечто более глубокое по значимости, когда речь идёт о бескорыстности деятелей искусства. Да, меценаты, помогая талантливым людям, бесспорно, проявляют себя с наилучшей стороны, являя миру свою благотворительность. Однако эти широкие жесты несопоставимы с щедрыми дарами самих представителей искусства, творцов, созидательный труд, которых, как правило, является основным видом деятельности. Выполняя его бескорыстно, художники и писатели, по сути, обрекают себя на определенные материальные трудности и ограничения. И что удивительно, нестяжательство по-прежнему встречается в искусстве, даже в современном мире, где особенности труда последние 30 лет диктует рынок.

Самым ярким примером в основном бескорыстного созидания, на наш взгляд, является творчество Вячеслава Михайловича Клыкова (1939–2006) — известного советского и российского скульптора, автора более двухсот скульптурных произведений, лауреата государственных премий, народного художника России и заслуженного деятеля искусств. Несмотря на свою известность и «титулованность», Вячеслав Михайлович был явным приверженцем нестяжательства в профессиональной и общественной деятельности. Простой в общении, ведущий аскетичный образ жизни, не ищущий славы и денег, он был известен как бескорыстный человек, для которого главными в профессиональной сфере являлись не большой гонорар или государственный заказ, а идеи, которые ему были близки.

Как вспоминает младший сын скульптора, Михаил Клыков, «практически все православные памятники и памятники героям отецставил за свой счёт, нередко тратя на это деньги, полученные за выполненные заказные работы» [5]. Так, гонорар за памятник героям фронта и тыла в Перми скульптор потратил на создание монументов протопопу Аввакуму и Сергию Радонежскому¹, а за конный памятник Георгию Константиновичу Жукову на Манежной площади — на восстановление после взрыва скульптуры императора Николая II в Тайминском. Эти

¹ Клыков, кстати, был первым советским скульптором, устанавливавшим памятники святым (примечание автора)

случаи не исключение, а скорее правило, ведь и щедрое вознаграждение, полученное за Звонницу на Третьем ратном поле России в Прохоровке, мастер использовал на создание и установку десятка других православных скульптур и поклонных крестов. В этом он видел свою высокую духовную миссию — зримыми образами напоминать русским людям о великой, подчас позабытой истории, народной культуре, богатейшем духовном наследии.

По воспоминаниям хорошо знавших мастера людей, именно изучая историю и традиции, Клыков стал получать вдохновение и силы на творчество. Он всей душой любил свой народ и свою страну, вся его жизнь была посвящена служению им [5]. «Скульптура нужна городу как книга библиотеке», — часто повторял В. М. Клыков, искренне веря в это. В то же время он осознавал трудное положение и скучность местных бюджетов в 1990-е годы, поэтому нередко преподносил монументальные дары большим городам и маленьким поселкам, а также народам и странам, которые он считал родными по духу (Болгария, Сербия, Украина).

Ценные подарки были сделаны и малой родине — городу Курску. В 1999 году В. М. Клыков изготовил бюст Константина Константиновича Рокоссовского, отозвавшись на просьбу администрации курской школы. «Вячеслав ни на минуту не задумался, когда мы подошли к нему с просьбой о помощи. Единственно, что спросил: “Когда вам нужно?” Этот разговор состоялся в октябре, а 5 мая у нас уже был самолично привезённый из Москвы и установленный Клыковым монумент», — рассказывала Алла Ивановна Дворникова, директор МОУ «Средняя школа № 8 имени К. К. Рокоссовского» г. Курска. А в августе 2005 года в Сеймском округе появился памятник прославленному маршалу. Ветераны, приехавшие на его открытие, высоко оценили новое творение Вячеслава Клыкова: «Как будто он здесь и стоял». Среди почётных гостей присутствовали и прямые потомки прославленного полководца [1]. А в 2000 году также на собственные средства В. М. Клыков изготовил монумент Александра Невского и подарил его курянам — ветеранам Великой Отечественной войны, кавалерам ордена Невского.

На малой родине, непосредственно в Советском районе Курской области, В. М. Клыков за свой счёт установил бюст Г. К. Жукова, памятный крест в честь равноапостольных братьев Кирилла и Мефодия, несколько крестов на братских могилах и, самое главное, построил храм в родном селе Мармыжи [2].

Мы выявили, что бескорыстными работами, как правило, были произведения, создаваемые им «по велению сердца и души», на основе глубоких идеологических и религиозных убеждений: монументы Николаю II и Елизавете Фёдоровне Романовой, Серафиму Саровскому (неоднократно исполненные) и Николаю Чудотворцу, князю Владимиру и православной девушке Прасковье Луполовой... И даже в таком случае скульптор нередко встречал сопротивление властей и сталкивался с необходимостью самостоятельно искать место установки памятника, организовывать торжественные мероприятия по случаю их открытия и освящения. Верность убеждениям В. М. Клыков сохранял всю свою жизнь: никогда не брался даже за хорошо оплачиваемые проекты, если они шли вразрез с его мировоззрением.

Сложно сказать, сколько памятников было изготовлено безвозмездно, невозможно подсчитать общую сумму монументального дара (строгая бухгалтерская отчетность скульптором не велась, даже достоверно точное количество выполненных работ не известно). Наши данные о количестве подаренных монументов строятся на сведениях, полученных из открытых источников — печатных изданий и материалов сети Интернет, где упоминается о безвозмездной передаче произведений создателем. Допуская значительную погрешность, принимаем количество монументальных даров равным тридцати монументам. Если учесть, что количество выполненных работ достигло двухсот, то это составляет более 15 %. Цифра немалая.

Всё вышесказанное позволяет считать Вячеслава Михайловича не только щедрым дарителем, творцом, но и подвижником русского духа, который, невзирая на экономические трудности 1990-х годов, способствовал продвижению близких ему идей всеми доступными способами. И высокая стоимость и трудозатратность монументальных произведений не останавливалась душевный порыв мастера.

АКСИО(ЛОГИКА) ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА / ПОТРЕБЛЕНИЯ В ЭПОХУ МЕТАМОДЕРНА: «АРОМАТ ПОТЛАЧА»

AXIO (LOGIC) OF ART PRODUCTION / CONSUMPTION IN TIMES OF METAMODERN:
“THE SCENT OF POTLATCH”

Читаем у Бодрийара: «Как средневековое общество уравновешивалось, опираясь на Бога и Дьявола, так наше общество получает равновесие от потребления и от его разоблачения» [1; с. 245]. Сформулированный полвека назад, на заре постмодерна, данный тезис не устарел и сегодня, когда мы стоим на пороге новой социокультурной эры, условного метамодерна. В качестве одной из базовых ценностных интенций общества потребления, Бодрийар называет стремление к разрушению, являющемуся «альтернативой производству» и обладающему мощной символической силой. «Аромат потлача» сопровождает процесс демонстративного потребления, неоправданного расточительства и прагматически бесполезных, но эффектных инвестиций, в данном дискурсе — речь идёт о проектах и артефактах современного искусства. Это очевидный, поверхностный срез, который можно описать в терминах экономики, психологии, социологии. Но «симптоматика» потлача характеризует и более глубинные, сущностные процессы художественной жизни, отсылающие нас к онтологии и аксиологии современной культурной реальности. Архитектонически культура всегда целостна [2], какие бы кризисные и деструктивные подвижки мы в ней ни обнаруживали. Имманентно ей как системе присуща логика, в данном контексте — презентированная через ценности. Наш тезис заключается в том, что современный этап развития искусства характеризуется показательной деструкцией классической парадигмы, вызывающей демонстрацией потенциала перекодировки смыслов и приёмов формообразования. Отсюда — интенсивные и не всегда концептуально оправданные с точки зрения зрительского восприятия эксперименты в жанрово-стилевом пространстве современного искусства, ироничные практики прочтения классических сюжетов и игра с базовыми художественными приёмами. Это характерная черта «эпохи избытка». Согласно Бодрийару, «только в разрушении вещи существуют в виде избытка и свидетельствуют в своём исчезновении о богатстве» [1; с. 72].

ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА КАК ТОВАРЫ ДЕМОНСТРАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

ARTWORKS AS AN EXAMPLE OF CONSPICUOUS CONSUMPTION GOODS: PROS AND CONS

Актуальность исследования арт-объектов на современном рынке изобразительных искусств в качестве товаров демонстративного потребления заключается в том, что при нарастающих темпах интеграции экономики и искусства, высоком уровне капитализации искусства, необходимо помнить, что арт-объекты — это, в первую очередь, не столько объекты купли-продажи и инвестирования, сколько культурные ценности. Это означает, что в условиях активного функционирования арт-рынка все его участники должны рассматривать не только экономические выгоды от своей деятельности, но и возможные негативные последствия для самого искусства.

В XXI веке арт-объект является товаром. Основная особенность арт-объекта как товара заключается в том, что, имея очень низкую себестоимость, он обладает очень высокой ценой. Это способствует тому, что арт-объекты в современном мире могут выступать товарами Веблена, т. е. объектами демонстративного потребления.

Такое положение произведения искусства на арт-рынке имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Среди положительных можно выделить следующие. Во-первых, богатые и сверхбогатые покупатели искусства помогают художникам, инвестируя в них. Во-вторых, акт приобретения дорогостоящего арт-объекта известным лицом привлекает внимание СМИ и общественности к данному событию и современному искусству в целом. Тем не менее, есть и негативные последствия. Так, нередко покупатели дорогих арт-объектов с целью демонстрирования своего социального статуса и богатства не являются знатоками искусства. Следствием этого является то, что, во-первых, они могут не соблюдать необходимые условия хранения того или иного арт-объекта, что приведёт к его порче. Во-вторых, скупая произведения искусства для частных коллекций, богатые люди лишают широкие слои населения возможности созерцать художественные ценности в музее или галерее.

Пути решения выявленных проблем: эстетическое воспитание покупающих арт-объекты в качестве товаров «показной траты»; проведение подробного инструктажа по необходимым условиям хранения того или иного арт-объекта в момент совершения сделки купли-продажи; поддержка и развитие концепции частных галерей (с одной стороны, так владелец галереи по-прежнему показывает своё богатство посредством произведений искусства, с другой стороны, у масс появляется доступ к арт-объектам, находящимся в частной собственности).

Таким образом, сегодня произведения искусства стали товарами Веблена, что имеет как положительные, так и негативные последствия не только для арт-рынка, но и для самого произведения искусства. Несомненно, существуют пути минимизации негативных последствий демонстративного потребления арт-объектов при сохранении интересов всех сторон сделки купли-продажи произведения искусства.

КИНОПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ: ХУДОЖНИКИ ИЛИ НЕТ?

FILM ENTREPRENEURS OF PRE-REVOLUTIONARY RUSSIA: ARTISTS OR NOT?

В докладе речь идёт о деятельности кинопредпринимателей дореволюционной России и их конкурентной борьбе с иностранными кинофирмами за место на отечественном рынке.

Ещё братья Люмьер, запатентовавшие свой «семафор» в конце 1895 года, предвидели огромный коммерческий успех изобретения. Обучив несколько человек работе с аппаратом, они отправили их в разные страны за «лёгким» заработком. Сразу же возникает вопрос: сами создатели кинематографа по духу являлись больше художниками или предпринимателями?

До Первой мировой войны в русское кино вкладывали капиталы фирмы «Пате», «Гомон», «Эклер», «Кодак», «Дональд и К°» и др. Они выпускали хроникальные и игровые фильмы, по-такая вкусам неразборчивой публики. Художниками данных деятелей назвать нельзя, но благодаря им на счетах иностранных фирм скапливались солидные средства.

Кино как вид искусства начали классифицировать с 1908 года, после образования в Париже общества Film d'art, творческим кредо которого стало создание качественных экранизаций классической литературы.

Данная инициатива была подхвачена во всём мире, в том числе и в России. Русские кинопромышленники, которых с полной ответственностью можно назвать художниками, прикладывали значительные усилия в стремлении занять первые позиции на отечественном рынке с помощью повышения художественной ценности кинокартин. Таковыми были А. Ханжонков, А. Дранков, М. Трофимов, И. Ермольев и др.

Перед началом Первой мировой войны в России было представлено более полусотни заграничных кинофирм, а отечественных только 22. Несмотря на все усилия кинопромышленников-патриотов, они так и не смогли потеснить иностранный капитал на русском рынке и добиться преимущественного появления в отечественном прокате фильмов, имевших настоящую художественную ценность.

СЧИТАТЬ ДЕЛЬФИНА ЗА ОЛЕНЯ. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОГО РЕАЛИЗМА В 1970-Е ГОДЫ

COUNT THE DOLPHIN FOR THE DEER. THE FUNCTIONING OF THE INDUSTRY OF SOCIALIST REALISM IN THE 1970s

Доклад ставит своей целью прояснить некоторые аспекты финансового функционирования официального советского искусства в 1970-е годы.

Союз Советских Художников был образован в 1932 году в соответствии постановлением ЦК ВКП(б) 1932 года «О перестройке литературно-художественных организаций». Многие выпускники художественных заведений по разным причинам не становились активными «творцами» — не участвовали в выставках, а выполняли вспомогательные, «технические» работы — были увеличителями, каменщиками, печатниками, ретушерами, фарфористами. Иллюстраторы числились сотрудниками издательств, сценографы «служили» в театрах. При этом они оставались “творческими работниками”, а не “совслужащими” и, следовательно, состояли в Профсоюзе творческих работников Всерабис (1919–1953).

И члены Союза художников, и члены Всерабиса должны были быть обеспечены работой и каким-то образом получать вознаграждение. В разные годы существовали отличающиеся деталями организационные схемы. Иногда издательства оплачивали договора через Всерабис. Часть скульптурных заказов поступала через «Главнауку». Многие финансовые вопросы решались в кооперативе «Всекохудожник» (в 1928–1953 годах).

В 1953 году Художественному Фонду СХ были окончательно переданы все финансовые и административные полномочия. Прошедший в 1957 году Первый Всесоюзный съезд художников не только объединил все региональные союзы художников в одну структуру, но и принял Устав Художественного Фонда, согласно которому он функционировал до 1992 года.

Устав определял такие понятия как «труд художника» и «гонорар». Труд художника имеет специфический статус определяемый как «общественно полезный, как и любой труд социалистического общества», однако не «может быть строго регламентирован, он может проявляться в индивидуальном творчестве». Оплата труда художника производилась в виде гонорара, то есть «вознаграждения, которое является единственным источником удовлетворения его материальных и культурных потребностей»

В середине 1970-х в СССР насчитывалось почти 15000 членов Союзов художников. Но эта цифра будет еще больше, если будут учтены еще 10 тысяч творческих работников Художественного фонда. В 1971 году Худфонд СССР включал более 180 производственных предприятий комбинатов, заводов, фабрик. В мастерских работало около 41 тысячи человек. Таким образом индустрия производства «социалистического реализма» обеспечивала постоянной работой более 20 тысяч художников.

ГЕОРГИЙ КОСТАКИ: СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОГО КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ

Георгий Костаки — уникальная фигура в истории российского и мирового коллекционирования изобразительного искусства. Его уникальность проявилась и в выборе предметов для создания коллекции, очень смелом для своего времени, и в масштабе самой коллекции, и в коммерческой успешности этого собирательства, беспрецедентной для XX века.

Родившийся в России, грек по происхождению, Георгий Костаки работал в посольствах западных стран в Москве сначала шофером, потом администратором. Страсть к коллекционированию началась в его жизни рано; от «малых голландцев», серебра, фарфора он перешёл к гобеленам, впоследствии — к иконам. В первые послевоенные годы Костаки случайно увидел у знакомых картину Ольги Розановой «Зелёная полоса», и заболел авангардом. Произведения авангарда в те времена не имели цены, поскольку их считали мусором, не видя в них никакой ценности. Одну из работ Любови Поповой, большой фанерный лист, Костаки обнаружил в подмосковном Звенигороде: картиной забили оконный проем. В западной прессе неоднократно высказывались упреки коллекционеру за то, что он платил относительно небольшие деньги за искусство, которое сейчас стоит миллионы. Но в этом и состоял талант коллекционера — в том числе и коммерческий — разглядеть в мало кому интересных картинах большой художественный потенциал. Когда коллекция стала известна в 1960–1970-е годы, стали говорить, что Костаки обладал уникальным чутьём на произведения высокого класса. Это чутьё было особенно ценно в годы, когда отсутствовало какое-либо признание авангарда в Советском Союзе, да и на Западе. Георгий Дионисович обладал и той предпринимательской жилкой, которая необходима каждому коллекционеру: ведь значительную часть своих работ он приобретал путём обмена, и это порой были весьма хитроумные сделки.

В начале своей карьеры коллекционера Костаки использовал хитроумные приёмы и нередко шёл на компромиссы. Чтобы стать своим среди московских собирателей, Костаки пришлось многому научиться. «Прежде всего, нельзя платить мало и нельзя делать ошибок. Даже если тебя провели и всучили фальшак, молчи», — вспоминал он. Только начав собирать свою коллекцию, Костаки купил поддельного Пикассо — в афере участвовал и «непогрешимый» Филипп Павлович Тоскин. Отличить подделку Костаки помог Роберт Фальк. Коллекционер попробовал отыграть назад и понял: надо молчать и смириться. Его не раз пытались провести и с иконами, и с работами Шагала. Да что говорить: его надул и сам Шагал, когда в 1973 году в Москве в гостях у Костаки он отказался поставить подпись на своей картине. Но все эти испытания нервов и кошелька как будто не отражались на Костаки. Он твёрдо знал, что и зачем он собирает.

Костаки без устали ходил по подвалам, чердакам, коммуналкам, искал наследников, заводил знакомства в среде художников и собирателей. Несколько раз заходил к Владимиру Татлину, которого именовал не иначе как генералом советского авангарда.

Одновременно с авангардом Костаки начал собирать иконы, которые, по его собственному признанию, как предмет искусства изначально он не понимал и не чувствовал. В детские годы он помогал во время богослужений, поэтому иконы для Костаки были прежде всего сакральными предметами. «Глаза на икону мне открыл именно авангард. Я стал понимать, что это очень родственные вещи, начал узнавать в иконе элементы абстрактной живописи и супрематизма, всякого рода универсальную символику».

Помимо авангарда и икон, Костаки коллекционировал искусство нонконформистов: Рабина, Краснопевцева, Плавинского, Вейсберга. Известна его дружба с Анатолием Зверевым, множество работ которого оказалось в коллекции Костаки. Некоторые из них попали

к коллекционеру в качестве дара, другие оказались в коллекции в результате обмена. Вообще обмен как способ приобретения картин был очень распространён среди собирателей того времени.

Конечной целью собирательства Георгия Дионисовича было создание музея современного искусства. Ещё в 60-е годы он говорил об этом с министром культуры СССР Екатериной Фурцевой. Его мечта сбылась: картины из коллекции Костаки размещены в лучших музеях России и Греции.

Кадочников Д. В.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИДЕИ И ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ИДЕАЛЫ

ECONOMIC IDEAS AND AESTHETIC IDEALS

Экономика и искусство взаимодействуют на многих уровнях и разнообразными путями. При этом экономический анализ, например, ценообразования применительно к произведениям искусства осложнен (если вообще возможен) тем, что конкретное произведение искусства (по крайней мере в традиционном понимании и применительно к изобразительному искусству) по определению является либо уникальным, либо, как минимум, редким, существующем в ограниченном числе экземпляров, а значит невоспроизводимым или ограниченно-воспроизводимым. В данном случае невоспроизводимость не означает невозможности копирования. Современные технологии позволяют создавать все более точные копии произведений изобразительного искусства. Однако, согласно сложившемуся (навязанному?) в обществе и пока существующему консенсусу, копия, сколь угодно точная, не равна оригиналу в качестве произведения искусства. Оригинал произведения изобразительного искусства помимо присущих ему объективных характеристик и параметров уникальным образом связан с актом творчества, что отличает его от всех последующих копий. В этом смысле оригинал произведения изобразительного искусства невоспроизводим, поскольку создание копии исключает акт творчества; как раз копии оригинала является воспроизводимыми. Вследствие этого экономическая логика прекрасно объясняет формирование цен на тиражируемые копии, но малополезна для понимания того, как формируется цена (а также оценка в самом широком смысле) конкретного оригинального произведения искусства, что, конечно, не исключает широкого распространения (ненаучного или, скорее, псевдонаучного) использования экономической риторики для объяснения цен и оценок post-factum. В связи с этим встает вопрос: существует ли вообще возможность применения экономической методологии к анализу искусства и если все-таки да, то с какой стороны могут экономисты подступиться к этому вопросу? Представляется, что для использования экономической методологии при взгляде на феномен искусства, может быть полезно сосредоточиться не на самих произведениях искусства (уникальных / оригинальных) и не на их копиях (принципиально отличных по своей природе от оригиналов), а на тех эстетических идеалах / ценностях, которые воплощены в них. Оригинальность / уникальность произведений искусства связано с уникальностью акта творчества, но как в прошлом, так и в настоящем уникальные произведения искусства могут быть неуникальны в том, какие эстетические идеалы они воплощают

и транслируют; именно поэтому такие понятия как стиль, художественное направление / движение, актуальность произведения искусства, художественная школа и тому подобные существуют и оказываются востребованы. Эстетические идеалы создаются, меняются, уходят, воспроизводятся как в творческом создании оригинальных произведений, так и в тиражировании копий. Экономическая логика неприменима к анализу творческого акта, но вполне применима к анализу формирования и воспроизведения эстетических ценностей и идеалов, поскольку в отличие от индивидуального по своей природе акта творчества, формирование, воспроизведение и трансляция эстетических идеалов — это общественный процесс, в котором задействованы разнообразные производительные силы общества. Экономика производит эстетические ценности так же, как она производит и материальные ценности; в этом смысле искусство, художественное творчество — это отрасль экономики. Но то же самое можно сказать и о науке, в том числе об экономической — экономические знания и идеи, пусть и рождаются изначально в сознании индивидуальных исследователей, приобретают подлинную силу и влияние тогда, когда воспроизводятся в экономической политике и практике, то есть когда становятся частью хозяйственной деятельности. В связи с этим интересно исследовать вопрос о том, как связаны друг с другом экономические идеи и эстетические идеалы, коль скоро и те, и другие не могут не быть укоренены в экономической деятельности людей.

Kash N. A.

«10.203» — РУССКОЕ ПОЛЕ ЭКСПЕРИМЕНТОВ: ПРАКТИКИ СОЛИДАРНОЙ ЭКОНОМИКИ И УЛИЧНОЕ ИСКУССТВО

Важнейшим событием 2021 года для художественной жизни Петербурга, творческих сообществ, андеграунда и всей художественной сцены города в целом стало открытие пространства «10.203». Пространство открыла команда из четырёх уличных художников. У пространства особая направленность, особая атмосфера и комьюнити. Очень важно, что «10.203» сразу раскрылась как новая независимая и неформальная институция со своей особой стратегией взаимодействия с арт-рынком и бытия в художественном поле. «10.203» работает как мастерские для резидентов, так и как выставочное пространство. Резиденты готовят выставочные проекты, проводя групповые и персональные выставки не только на своей территории, но и в других городах. Так, в ноябре 2021 года в Москве прошла большая выставка с участием петербургских и московских уличных художников.

Команда художников, работающих в «10.203», нашла собственный путь, пойдя на компромисс между независимостью (то есть полным андеграундом) и успехом. Как это возможно? Как возможно вести экономическую деятельность, не подстраиваясь под рынок и не теряя свободу творчества, свободу социального высказывания, что особенно важно для уличного искусства? Что должно меняться: институции, стратегии работы на рынке, управление творческим сообществом или сама экономика?

Уже к концу XX века стало очевидно, что рыночная экономика не способна справляться с постоянно появляющимися новыми вызовами общества. Возникает необходимость в поиске альтернативной формы реализации социально-экономических отношений. Зарождение и развитие

нового типа экономических отношений связано с неспособностью рыночной экономики, с одной стороны, и государства — с другой, удовлетворять возникающие социальные потребности. Термин «экономика социальной солидарности» (SSE) начал использоваться в конце 90-х годов XX века.

Для социальной солидарной экономики важнее не прибыль или рост организации, а благополучие людей и планеты. Солидарная экономика понимает значимость локального, использует демократическое управление и различные практики солидарности, совместного использования имущества/пространства, учитывает разные ценности и цели членов сообщества, отсюда произрастают системные изменения. В первую очередь меняются институции под воздействием индивидуальных стратегий и выборов соучастников/соучредителей. Часто это очень естественные для людей стратегии взаимопомощи, которые не осознаются как рычаги экономического управления, тем не менее, эти стратегии меняют локальные культурные поля, значит, меняется, пусть и медленно, общая картина.

Учредители «10.203», по их словам, создали своё творческое пространство в первую очередь ради коммерческой деятельности (художникам нужно на что-то жить), только эта деятельность построена на принципах отличных от принципов рыночной экономики. Ими учитывается, например, принцип социальной справедливости (все мероприятия со свободным входом и всегда с аншлагом), значит, выгоду получает общество в целом — создано пространство, где есть равный доступ к культурным благам для всех желающих. В докладе рассматриваются все принципы функционирования и управления нового пространства, явные и неявные, которые сделали «10.203» успешным проектом.

Творческое пространство «10.203» наглядно показывает, как очень личные желания уличных художников создать пространство для «правильной» презентации собственного творчества порождают важные изменения и в сообществе стрит-артистов, граффити-райтеров, в художественной жизни и на арт-рынке города.

Кащенко Е. С.

«АССИСТЕНТКА» (2019) КИТТИ ГРИН КАК ОБРАЗЕЦ ПРИЗРАЧНОЙ ДВОЙСТВЕННОСТИ КИНОИНДУСТРИИ

“THE ASSISTANT” (2019) BY KITTY GREEN AS AN EXAMPLE OF THE GHOSTLY DUALITY AT FILM’S INDUSTRY

Данные тезисы предназначены для секции «Экономика и искусство как область видимости (призраки, симулякры, фетиши, образы в экономике и искусстве)». Фильм режиссера Китти Грин, представленный несколько лет назад на фестивалях в Санденсе и в Теллуриде, оставляет неоднозначное впечатление, поскольку главная героиня в исполнении Джуллии Гарнер с одной стороны ведет абсолютно стандартный образ жизни: она работает секретаршей и с утра до вечера занимается различными делами кинокомпании. Казалось бы, в такой рутине нет ничего необычного: большие и проходные задачи, работа с бумагами, помочь в личных делах босса,

размолвки с коллегами. Вот только мир героини носит отнюдь не реалистичный характер. Китти Грин намеренно создает такое ощущение, что секретарша Джейн, в будущем мечтающая стать продюсером, стоит на обочине мелькающей мимо жизни, пассивно наблюдая за процессом. На глазах зрителей героиня становится пешкой в руках мужчин, работающих в компании: на нее перекладывают сложные и неприятные дела, на нее обрушивается критика босса, она чувствует себя ненужной и некомпетентной и вырваться из этой ситуации нет никакой возможности. «Призраками» здесь являются многие герои, остающиеся «за кадром»; те, кому Джейн пишет по электронной почте и звонит по мобильному телефону. Однако в итоге призраком кажется и она сама: слабая, безвольная, замученная, не имеющая возможности защититься от пассивных, но неприятных нападок окружающих. Фильм Китти Грин вышел в то время, когда киномир обсуждал процесс Харви Вайнштейна, и последний также косвенно упоминается, как очередной закадровый призрак. Целью профессиональных стремлений главной героини является киносообщество, то самое заветное сочетание экономики и искусства, но в фильме «Ассистентка» оно начисто лишено ярких красок и беспокоящих воображение образов. Здесь все призрачно, уныло, блекло. В финале создается ощущение, что мечта героини о карьере продюсера тоже призрачна, поскольку хаос рутинной повседневности постепенно поглощает ее, а ничего по настоящему реального и интересного в жизни не происходит.

«Ассистентка» снята в актуальном ключе проблематики самоутверждения женщины-кинематографиста в современном мире. В последние несколько лет мы видим, как позиции режиссера, продюсера, оператора все активнее занимают именно женщины, вопреки распространенному мнению, что существует определенная часть творческой работы кинопроцесса, для которой мужчины подходят больше. Цель данного доклада: небольшой экскурс в прошлое (1990-е гг.), краткое описание современной ситуации и попытка футурологического прогноза.

Климовицкая И. И.

ДРУЖБА С ИСКУССТВОМ: ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ

THE VALUES OF FRIENDSHIP WITH ART

Известны три основных способа финансирования искусства: аристократический (на средства мецената), бюрократический (на средства государственного бюджета), демократический (на средства публики). Исторически наиболее ранним является аристократический способ, который ассоциируется с именем знатного римлянина, а наиболее поздним — демократический способ, или фандрайзинг, для которого требуется наличие публики как особого потребителя искусства.

Одна из разновидностей фандрайзинга — движение друзей музея. Оно зародилось после Второй мировой войны, а в 1975 году была создана Всемирная федерация друзей музеев. В докладе будут рассмотрены особенности различных моделей дружбы с искусством, которые сложились за это время.

По определению Н. Харриса, музей сочетает в себе и храм, т. е. коллекцию реликвий, и форум, т. е. пространство коммуникации. Продавая свою дружбу, музей получает две очевидные

выгоды: дополнительное финансирование для пополнения коллекции и лояльную аудиторию для продолжения коммуникации. В приоритете при этом может находиться либо первый, либо второй мотив. В зависимости от этого выбора формируются три основные модели дружбы между музеем и публикой, которые я бы назвала американской, голландской и немецкой. Американская модель характеризуется преобладанием первого мотива, голландская — второго, а немецкая — их сочетанием.

Что касается мотивов, которые побуждают публику платить за дружбу с музеем, не довольствуясь простой покупкой входного билета, то они свидетельствуют об определённом этапе в эволюционировании публики. На этом этапе публика, которая некогда стала альтернативой меценату, ощутила потребность выступить в качестве мецената.

Рождение публики произошло в XVIII веке, когда завершилось начавшееся в XVI веке формирование автономных полей культуры, как их трактует П. Бурдье. Собственно, и сам публичный музей возникает после появления публики, что естественно. По словам Дж. М. Крука, современный музей — продукт Ренессанса с его гуманизмом, XVIII века с его Просвещением и XIX века с его демократизацией. В результате этих трёх процессов складывается музей как место, где потребление искусства становится общедоступным и приобретает характер социально одобряемого досуга.

Досугом же является деятельность, которая не связана с извлечением прибыли и, согласно классическому определению Ж. Дюмазелье, теоретика «цивилизации досуга», выполняет 4 функции: рекреация, развлечение, обучение и вовлечение, т. е. добровольное участие в общественно полезной деятельности.

В самом общем виде практики дружбы с музеем не только обогащают первые три функции досуга, доступные и по входному билету, но также позволяют реализовать четвёртую функцию. Благодаря этому на пересечении фандрайзинговой экономики с музыкальным искусством конструируются жизненные смыслы и рождается важный опыт, на значимость которого обратил внимание Н. Серота.

Учитывая, что в наступившую эпоху опыт вовлечённости и сотрудничества приобрел особую ценность, можно предположить, что с финансовым фандрайзингом будет конкурировать фандрайзинг, условно говоря, интеллектуальный, а наиболее востребованной станет голландская модель дружбы между музеем и публикой.

Ключкин И. В.

САМООРГАНИЗАЦИЯ ХУДОЖНИКОВ КАК МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИНСТИТУЦИЙ

Проблема, с которой сталкивается продвижение современного искусства в условиях постиндустриального общества, представляется весьма актуальной: как существовать художнику в период экономических кризисов, фатально отражающихся на деятельности художника, когда трудно найти средства для оплаты экспозиции выставки, выпуска буклетов и каталогов, продвижения через социальные сети. Проблемная зона современного российского арт-рынка — отсутствие внятных правил и рамок работы художественных институций. Тем не менее, художники

продолжают работать, и на вопрос, почему они это делают, можно найти ответ у Юрия Лотмана: «Искусство воссоздаёт принципиально новый уровень действительности, который отличается от неё резким увеличением свободы. Подлинная сущность человека не может раскрыться в реальности. Искусство переносит человека в мир свободы и тем самым раскрывает возможность его поступков. Оно делает возможным не только запрещённое, но и невозможное» [2].

Процесс функционирования искусства в основном держится на энтузиазме практикующих художников, галеристов, волонтёров, поклонников искусства, зрителей, так как деятельность немногочисленных галерей весьма не транспарентна, и то как осуществляется функционирование этих институций в отсутствии цивилизованного арт-рынка, по-прежнему остаётся загадкой.

В данной ситуации наиболее перспективными являются неформальные объединения художников, благодаря которым они выживают в сложной финансовой ситуации. Возможно, что именно самоорганизация художников и объединение их в неформальные сообщества будет способствовать достаточно активной деятельности. Как очень верно написала Анна Демшина, «самоорганизация, как форма институционализации искусства, оказывается для художника альтернативным и продуктивным способом для привлечения внимания к собственному творчеству (персоне) и к актуальным проблемам современного общества; используемые при этом так называемые партизанские методы деятельности актуализируют как современные (кураторские), так и классические, могут совмещаться с легальной деятельностью в легитимных союзах и мероприятиях» [1]. Типология художественных галерей Санкт-Петербурга выглядит примерно так: галерея, ориентирующаяся на художественные течения; галерея, специализирующаяся по видам искусства; галерея «персональной ориентации»; галерея одного художника; галерея одной картины; галерея-салон и виртуальная галерея. Ещё одной формой работы галереи является самоорганизация художников.

Автор этого текста был организатором двух художественных институций, возникших в разное время на основе самоорганизации художников, и имеющих свою специфику: галереи «М» в заполярном городе Апатиты, созданной в 1991 году, и галереи «В складчину», возникшей в Санкт-Петербурге в 2016 году (последняя работала в лофте «Голицин» и закрылась в 2020 году). Если галерея «М» функционирует уже более тридцати лет как муниципальная структура, то галерея «В складчину» закрылась с началом пандемии. Возможно, что это форма функционирования галереи наиболее перспективна.

Кропотов С. Л.

«ЛИБИДИНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА» Ж.-Ф. ЛИОТАРА И ФЕНОМЕН ИНТЕНСИВНОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

F. LYOTARD'S «ECONOMIE LIBIDINALE» AND INTENSITY OF ART TEXTS

В 1970-е годы Ж.-Ф. Лиотар был одним из «отцов-основателей» стратегии использования экономического дискурса для описания функционирования мира искусства, выдвинув концепцию «либидинальной экономики». В российской академической литературе концепт

«экономики желания» начал использоваться с момента публикации переводов работ Лиотара в ранних 2000-х. Социокультурный анализ «экономии желания» [И. Красавин 2008], [А. Погребняк 2018] существует с институциональным подходом, в рамках которого «либидинальную экономику» трактуют как синоним «индустрии культуры» [Т. Абанкина 2005].

Цель доклада — исследовать рефлексивный аспект, обнаруживаемый в зазоре между лексисом книги с чрезмерно аффектированной речью и логосом, содержанием, отсылающим к максимально широкому экзистенциально-онтологическому опыту. Экономическая риторика критических текстов нацелена на деконструкцию порядка теоретической (в том числе политэкономической, равно как и художественной) презентации. Лиотар использует экономический дискурс для прочтения не только абстрактного, концептуального искусства, но и классического, фигуративного, чтобы обнажить условия функционирования как художественной, так и научно-теоретической презентации. Он поступает подобно Фуко, взявшему картину Веласкеса «Фрейлины» в качестве идеальной модели порядков слов и вещей в классической презентации [Фуко 1994].

Лиотар обращает внимание на миметичность капитала, поскольку повторяемость является условием воспроизведности товара. Для существования капитализма необходим мимезис художников, теологов, философов, на символическом уровне санкционирующих все порядки социальной регуляции [Л. Болтански, Э. Кьяпелло 2011]. Лиотар доказывает, что в режиме либидинальной экономики постоянно смещается значимость разделяющей черты: «*potomos*, как фундаментальный закон и принцип разделения» организует циркуляцию символического поля на микро- и макроуровне. В процессе социализации мы усваиваем принципы разделения, которые также являются принципами видения. Именно эта парадоксальная черта (одновременно и неподвижная, и находящаяся в непрерывном круговорождении) и структурирует диспозиции «искусство/ не-искусство», динамичный/статичный знак и т. д. Так, в абстрактной живописи, в отличие от фигуративной, происходит сдвиг полюса неподвижности с тела предмета референции на тело самого зрителя. Мобилизация его внимания погружает в ситуацию зависимости от картины, при которой внимание и эмоции прикованы (как взглядом Медузы) к активизированной игре хроматической поверхности разложенного на элементы языкового материала.

В эконо-мимезисе проступает провиденциальная сила письма, его энергия: акторы интенсивных текстов действуют как бы не от себя, но подчиняясь логике непреодолимости, неизбежности, неумолимости Бытия («Глагола»), пытаясь сравниться с ними в своём письме как практике самосозидания. В итоге подобной практики художник-теоретик обретает метаязык (презентацию в квадрате) как возможность высказаться об условиях презентации.

Лапшаков Г. С.

ЛЕГИТИМАЦИЯ ПОЛИТИКИ МОДЕРНИЗАЦИИ ЯПОНИИ ПОСРЕДСТВОМ СИМВОЛОВ

Становление национальных государств было одним из наиболее масштабных феноменов Нового времени. Характерные для них всеобщее законодательство, национальные армия и флот, единый внутренний рынок, упорядоченная система налогообложения: всё это могло появиться лишь при условии разрушения прежнего сословного общества. Менялись сами принципы отношений между

государством и его населением. Постепенно появлялись регулярная внесословная армия, система светского образования и печатные средства массовой информации. Именно на этот период приходится становление массовой пропаганды. Так появляется феномен национальной идентичности.

В Европе Нового времени эти процессы происходили естественным путем. Их причины проистекали из сложившихся в странах региона общественно-политических, экономических и культурных условий. Однако по мере экспансии западных держав другие общества стали стремиться к воспроизведению их достижений путем реформ. Именно так начались модернизация в Японии. Правительство Мэйдзи опиралось на идеологию возвращения к древнейшим истокам японской государственности и в то же время проводило политику масштабной модернизации общества. На этом пути оно столкнулось с серьёзными проблемами. Сословное общество феодальной Японии не могло быть основой для индустриальной державы, поскольку её население ранее не знало ни всеобщего воинского призыва, ни единой налоговой системы. В связи с этим в Японии началось конструирование национальной идеи, призванной легитимировать происходившие в стране изменения в глазах населения, вынужденного в них участвовать. Поскольку модернизация происходила «сверху», эта задача стояла особенно остро.

Ярким примером инструмента такой легитимации служат первые массовые бумажные деньги, выпускавшиеся в период Реставрации Мэйдзи. Анализ историко-мифологических, географических и социальных образов, размещенных на них, позволяет лучше понять опыт символической политики Японии в уникальных исторических условиях её становления как индустриальной державы.

Лежнина Ю. П., Квачев В. Г.

ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА: О ГЛАВНОМ ФИЛОСОФСКОМ ВОПРОСЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ ТВОРЧЕСТВА

Маржиналистская революция конца XIX века, которая положила начало современной общепринятой теории экономической ценности, исходит из предпосылки о том, что цена отражает стоимость (ценность). Критикуя трудовую теорию стоимости, маржинализм объявил стоимость (ценность) не существующей или несущественной для экономической теории категорией. Согласно маржинализму, товар или услуга являются ценными в той мере, в которой это признают готовые платить покупатели, чьё поведение управляет общим равновесием на рынке, и измеряются равновесной ценой, являющейся итогом баланса между спросом и предложением.

Маржиналисты основывались на теории предпочтений: цена отражает личный выбор каждого конкретного покупателя. В маржиналистском представлении рынок является аккумулятором субъективных индивидуальных предпочтений, который действует как анонимная объективная сила.

Согласно современной экономической теории, на рынке гипотетически действуют условия идеальной конкуренции, и поэтому экономические агенты не могут влиять на цену и вынуждены подчиниться независимой логике рынка.

Эти допущения гармонично завершают господствующую теорию образования цены и ценности. Цены являются объективными отражениями предпочтений, аккумулируемых невидимой рукой рынка, на которые участники рынка не могут иметь никакого влияния. Искусство, точнее, рынок искусства, является здесь тем, что Славой Жижек [1999:14] назвал социальным симптомом, это «особый элемент, разрушающий свое собственное универсальное основание, особый вид, разрушающий свой род».

Рынок искусства полагается на власть экспертов, авторитет и мнение которых обладают значительным весом в определении цены того или иного произведения искусства. Эксперты явным образом обладают способностью влиять на цену произведения искусства. Соответственно, ценность, понимаемая в этом смысле как цена, создаётся экспертной властью, властью/знанием, если пользоваться терминологией Фуко. Экспертиза существует не как единый социальный институт, а как метадискурсивное образование, которое в институционалистской теории искусства [Данто 2017] называют «миром искусства».

В стандартной экономической теории рыночная власть понимается как провал рынка, а превышение цены над равновесным состоянием — как общественные издержки. На рынке искусства (и в мире искусства), однако, цена становится той силой, которая ретроактивно изменяет значение того или иного произведения искусства. Юрий Автономов (2003) пишет о том, что существуют три фактора, влияющих на цену произведения искусства: субъективная полезность (так же, как и у обычных товаров); культурная ценность, которая связана с признанием того или иного произведения искусства в качестве общественно значимого; финансовая ценность, когда произведения искусства могут выступать в качестве объекта долгосрочных финансовых вложений, поскольку их цена на рынке постоянно растёт.

Является ли рынок искусства, таким образом, исключительным? Мы полагаем, что, будучи симптоматическим по отношению к позднему капитализму, рынок искусства делает видимой скрытую систему стоимости (ценности), основанную на ретроактивной силе финансализации и валоризации как показателе конвенциональной силы профессионально-экспертной власти.

Приведём в пример NFT-токены, которые являются современной версией произведений искусства. Они становятся закономерным завершением эволюции постмодернистского финансового капитализма и сопутствующего ему мира искусства: эти токены полностью лишены как некоторых «объективных» измерений ценности, так и её культурной составляющей. Для покупателя NFT-токена имеет значение только его финансовая, спекулятивная составляющая. В этом смысле можно сказать, что NFT-токены являются криптовалютой современного мира искусства. Именно в таких симптомах капитализма, на наш взгляд, раскрывается его сущность. Подобные отклонения не являются случайными, но свидетельствуют о тех свойствах капитализма, которые в других случаях оказываются тщательно замаскированными. Мы считаем, что именно изучение искусства можно уподобить тщательной работе с симптомами, которую проделывает аналитик, и на которую, на наш взгляд, необходимо обратить особое внимание тем, кто занимается современной политической экономией или философией экономики.

ПРОЦЕСС ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ИСКУССТВА В XX ВЕКЕ – ПРЕОДОЛЕНИЕ БИНАРНОЙ ОППОЗИЦИИ И РЕАЛИЗАЦИЯ СИМБИОЗА И ВЗАИМОВЫГОДНОГО ОТНОШЕНИЯ ИСКУССТВА И ЭКОНОМИКИ (на примере Национального музея Китая)

Цифровизация в искусстве в широком смысле относится к «цифровому искусству» [1, с. 33], а в узком смысле — к «использованию компьютеров для обработки или создания картин, рисунков, аудиовизуальных, анимационных или других произведений искусства, связанных с искусством» [1, с. 33].(а) В Китае с развитием экономики, науки и техники в XXI веке процесс оцифровки произведений искусства также идёт быстрыми темпами. Стоит отметить, что всё больше и больше музеев совершенствуют и интерпретируют свои произведения искусства и выставки с помощью компьютерных программ, технологий виртуальной реальности, трёхмерных технологий и т. д., а также продают и распространяют их через онлайн-платформы. В докладе будет использован метод исследования литературы и метод анализа конкретных случаев, рассмотрен процесс оцифровки китайских музеев в качестве примера для анализа и объяснения ключевой роли оцифровки искусства в преодолении бинарной оппозиции между искусством и экономикой и содействии экономическому и художественному развитию.

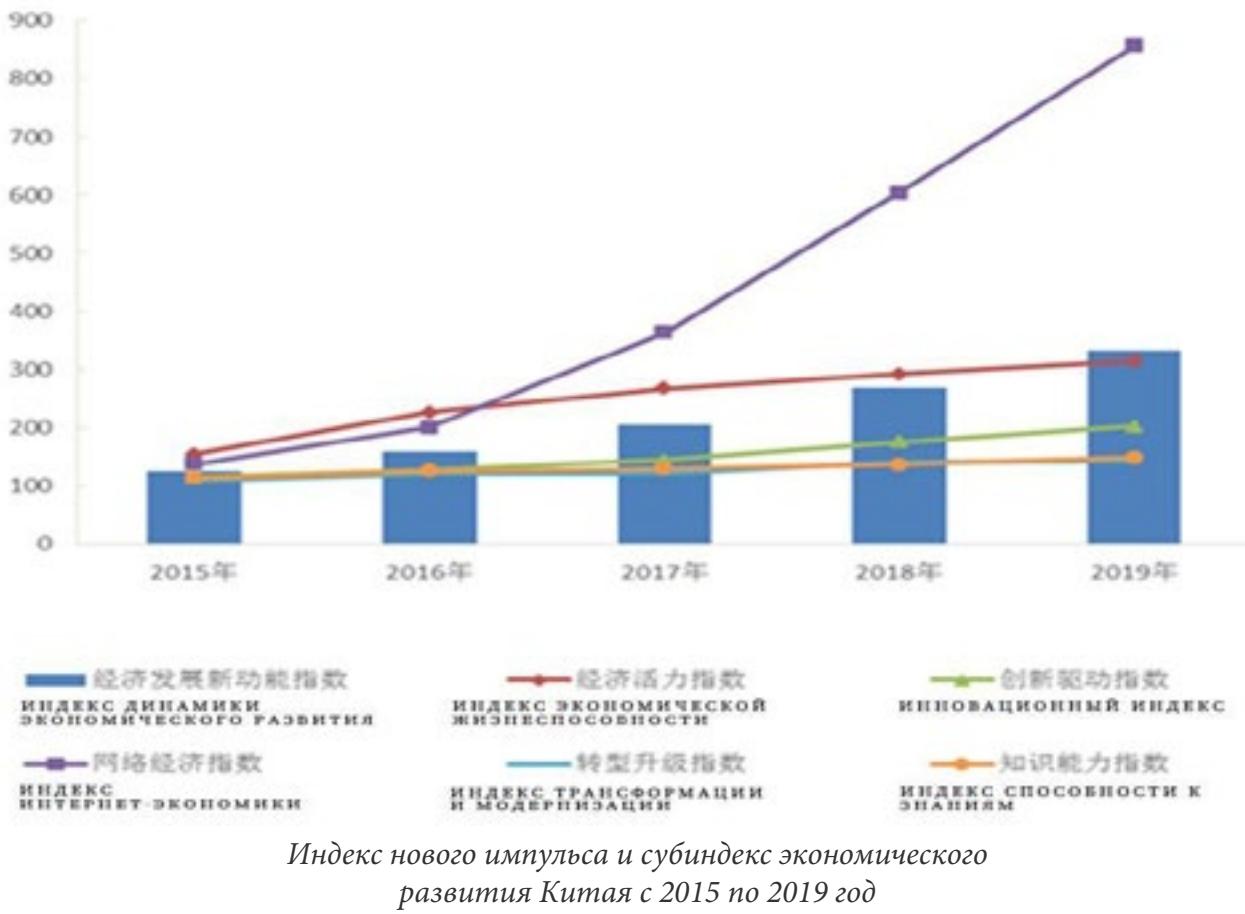
Ключевые слова: цифровизация в искусстве, искусство, экономика, музей, Китая, NFT, цифровая иммерсивность.

Abstract Digitization in art broadly refers to «digital art» [1, p.33], and narrowly refers to «the use of computers to process or create paintings, drawings, audiovisual, animation or other works of art related to art» [1, p.33]. (a) In China, with the development of economy, science and technology in the 21st century, the process of digitization of works of art is also proceeding at a rapid pace. It is worth noting that more and more museums are refining and interpreting their artworks and exhibitions through computer programs, virtual reality technologies, 3D technologies, etc., and selling and distributing them through online platforms. This article will use the literature research method and the case study method, taking the digitization process of Chinese museums as an example to analyze and explain the key role of art digitization in overcoming the binary opposition between art and economy and promoting economic and artistic development.

Key words: digitalization in art, art, economics, museum, China, NFT, immersive digital environment.

ОЦИФРОВКА ТРАДИЦИОННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА В КОЛЛЕКЦИЯХ НАЦИОНАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ КИТАЯ: УПРОЩЕНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ПРОДАЖ

В XXI веке благодаря развитию науки и техники китайцы всё больше полагаются на мобильные телефоны и интернет. Китайский народ также переживает тенденцию перехода от традиционного образа жизни к цифровому. На основе «Системы статистического мониторинга новых отраслей промышленности, новых форматов и новых бизнес-моделей» и Системы статистических индексов для Нового экономического развития Статистического научно-исследовательского института Национального бюро статистики метод индекса с фиксированной базой используется для расчета индекса импульса нового экономического развития в Китае в 2019 году. Среди них особое внимание привлекает индекс Интернет-экономики. В 2019 году индекс Интернет-экономики составил 856,5, увеличившись на 42,0 % по сравнению с предыдущим годом, а доля вклада в общий рост индекса составила 80,5 %.



В контексте эпохи непрерывной оцифровки и информатизации китайского общества, с точки зрения культуры и искусства, развитие Интернета в целом и мобильного Интернета в частности также способствовало цифровому развитию музеев. Цифровизация добралась до мира искусства. Этот процесс шёл всё последнее десятилетие, а пандемия выступила дополнительным катализатором [5].

В последние годы из-за последствий эпидемии онлайн музеи не могли нормально открываться, поэтому музеи также начали использовать свой собственный Интернет-протокол через цифровые онлайн-каналы, тем самым повышая ценность и влияние бренда и привлекая больше пользователей.

Например, Национальный музей Китая, основанный в 1920 году, в настоящее время является относительно сформированным в своём цифровом строительстве. Национальный музей Китая имеет свой собственный веб-сайт и собственную домашнюю страницу на основных онлайн-медиаплатформах, таких как Weibo и WeChat. В 2017 году Национальный музей Китая запустил Виртуальный выставочный зал, Специальную веб-страницу, аудиогид и Проект по статизации веб-сайта Национального музея Китая и начал сетевое строительство виртуального выставочного зала. В настоящее время, с завершением строительства, в «Цифровом выставочном зале» на официальном сайте Национального музея Китая люди могут входить в различные выставочные залы для просмотра, не выходя из дома. Онлайн-выставочный зал — это оцифрованный с помощью 3D-технологии физический выставочный зал. Люди могут управлять им с помощью мыши, чтобы получить представление о планировке, включая потолок и даже пол, и произведениях искусства всего выставочного зала. Можно детально рассматривать картины и по щелчку мыши виртуально ходить по выставочному залу. Различные художественные экспонаты в выставочном зале можно увеличивать и уменьшать, и посетители могут даже прочесть текст на вывесках экспонатов.



Интерфейс просмотра виртуальной онлайн-выставки Национального музея Китая, посвящённой бронзовым изделиям Поздней династии Шан, найденным в Баотзи

Следует отметить, что благодаря оцифровке произведений искусства Национальный музей Китая проводит рекламу и продвижение с помощью технологий и Интернета, используя различные измерения для охвата пользователей, чтобы лучше распространять выставки и произведения искусства. Люди со всего мира могут разорвать оковы времени и пространства и оценить стиль древних китайских произведений искусства. Всё больше и больше людей узнают о произведениях искусства Национального музея Китая с помощью виртуальных онлайн-выставок. Интеллектуальная собственность Национального музея Китая также становится более влиятельной и коммерчески ценной. С увеличением собственного влияния в сфере интеллектуальной собственности Национальный музей Китая официально зарегистрировался на платформе электронной коммерции Tmall в 2015 году и открыл флагманский магазин для продажи производимых культурных и творческих продуктов, связанных с коллекцией произведений искусства, и совместных продуктов, разрешенных музеем и другими брендами. По состоянию на 28 августа 2019 года онлайн-продажи флагманского магазина Tmall Национального музея Китая составили оборот 31,315 миллиона юаней.

Национальный музей Китая не только использовал технологии для оцифровки выставок, но и шёл в ногу с тенденцией времени оцифровывать произведения искусства. Появление NFT в 2021 году привело к появлению новой коллекционной модели в мире коллекционирования произведений искусства. Цифровые произведения искусства, созданные художниками, могут быть сопоставлены с NFT. Каждое произведение искусства NFT представляет собой цифровую коллекцию с уникальной идентификацией, которая несёт уникальную ценность цифрового актива. NFT, представляющие авторские права на цифровые произведения искусства, могут быть только переданы, но не могут быть скопированы. В 2021 году Tencent запустила платформу распространения цифровых коллекций 「幻核」 «Хуань Хе» (торговое программное обеспечение NFT) и сотрудничала с Национальным музеем Китая. Традиционные произведения Национального музея Китая были оцифрованы в форме NFT. Оцифрованные коллекции имеют свои собственные эксклюзивные идентификационные номера. Их невозможно подделать, они не могут быть заменены друг другом и обладают неповторимостью и уникальностью. Носителем цифровых предметов коллекционирования являются числа. Цифровые коллекции не являются физическими объектами. Они заменяют материальный носитель, который можно увидеть и потрогать. Таким образом, коллекция

является уникальной, и вам не нужно беспокоиться о том, как её сохранить. Также автор может получить комиссию за перепродажу своих произведений. По сути, это интеграция технологии в искусство, капитала — в искусство и времени — в искусство [1, с. 36]. Очевидно, что прогнозируемая прибыль Национального музея Китая на этой платформе будет огромной.

В условиях непрерывного развития оцифровки мирового искусства развитие Национального музея Китая является положительным примером. Музей увеличил свою собственную экономическую ценность за счёт виртуальных онлайн-выставок и использовал возросшее влияние собственного бренда для продажи производимых продуктов онлайн. В то же время он воплотил традиционные коллекции произведений искусства в цифровое искусство для продажи на торговых платформах, максимально повысив экономическую трансформацию художественной ценности коллекций. Прибыль от музея будет использоваться для его повседневной работы, академических исследований и проектов по охране культуры, сбора экспонатов, специальных проектов для показа и выставок, а также бесплатного открытия и эксплуатации общественных культурных объектов.

ПРАКТИКА ЦИФРОВИЗАЦИИ В ИСКУССТВЕ НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ НАЦИОНАЛЬНОГО МУЗЕЯ КИТАЯ

С непрерывным развитием науки и техники Китая социальные потребности населения также возрастают. Сегодня это проявляется в тенденции развития экспозиции в Национальном музее Китая. В настоящее время экспозиция Национального музея Китая больше напоминает цифровую разработку, демонстрируя эффект пространственного отображения, сочетающий технологии и искусство. Музейные экспозиции в Китае основаны на культурных реликвиях и произведениях искусства и представлены в соответствии с определёнными темами. Что касается методов показа и выставки, всё больше и больше музеев пытаются использовать мультимедийные методы, такие как воспроизведение видео, компьютерная анимация, 3D-анимация и электронная музыка, или разрабатывают интерактивные устройства, такие как технологии виртуальной реальности и искусственного интеллекта, для инновационного отображения и взаимодействия с аудиторией.

Например, «Эстетическая мудрость Востока. Цифровая выставка национальных сокровищ» — это выставка культурных реликвий в коллекции Национального музея Китая. Вся выставка занимает площадь более 2000 квадратных метров, включая площадку для цифровой иммерсивности 600 квадратных метров. Место для цифровой иммерсивности сочетает инсталляционное искусство с содержанием цифрового искусства, чтобы выразить традиционную китайскую эстетическую привлекательность и традиционную китайскую космологию, содержащуюся в китайской картине «Горы и воды на тысячу ли» (находится в Музее Гугун). Используя высокоточную технологию цифрового перевода, процесс рисования восстанавливается с помощью изображений высокой четкости. Технология голограмической проекции используется для создания прекрасного пространства света и тени, заставляя зрителей чувствовать себя так, как будто они находятся в декорациях, описанных в работе. Оцифровка сделала формы искусства более разнообразными, изменив принцип воспроизведения. Если искусство — это катарсис и переживание, то иммерсивное эмпирическое искусство с помощью науки и техники позволяет идеям, которые искусство хочет выразить, проецироваться на аудиторию более чётко и полно.

В первой главе книги «Слова и вещи» Фуко прокомментировал живописный метод картины Веласкеса «Менины». Он считал, что «был изъят сам субъект, который является одним и тем же. И изображение, освободившееся наконец от этого сковывавшего его отношения, может предстать как чистое изображение» [4]. Если говорят, что после культурного и художественного возрождения европейская живопись может создать сакральное предметно-ориентированное визуальное пространство с помощью фокусной перспективы, художникам необходимо внедрять инновации способами, которые нарушают первоначальный порядок. Таким образом, в настоящее время благодаря развитию науки и техники методы и формы художественного выражения, которые могут использовать художники, более разнообразны. Как полагал Фуко, ордену

Возрождения было суждено быть превзойденным. В настоящее время формы выражения художников более разнообразны благодаря достижениям в области технологий.

Цифровая иммерсивность как новая форма искусства широко используется в музейных выставках, делая художественные выставки более персонализированными и стилизованными, а также более заметными и декоративными. Интерактивные инсталляции и цифровые технологии света и тени также могут нарушить присущий произведениям искусства высокий имидж, позволяя зрителям получить эстетический опыт. Применение цифрового искусства в музейных экспозициях изменилось со статического на динамическое, и виртуальные сцены стали использоваться для имитации реальных сцен. Средства цифрового искусства предоставляют музею больше возможностей для расширения. Поступление цифрового искусства в музеи для демонстрации также является неизбежной тенденцией времени и экономического развития. Этот новый способ демонстрации позволяет зрителям ощутить большее участие и усиливает стимуляцию пяти чувств, что в значительной степени удовлетворяет аудиторию психологически. Применение цифрового искусства в музейных экспозициях может способствовать распространению культуры, укреплению собственного имиджа и влияния музея, а также является проявлением диверсификации коллекции культурных реликвий и управления ими. Улучшение собственного имиджа и влияния музея способствовало косвенному укреплению его экономики. Например, музеи могут быть использованы в качестве основы регионального развития для стимулирования строительства и развития региональной экономики, включая туризм, культуру и сферу услуг. Это позволило реализовать симбиоз и беспрогрышную ситуацию арт-экономики.

Примеры деконструкции и трансценденции бинарных противоположных способов мышления в произведениях искусства XX века не редкость. С появлением понятия «трансгендер» в современном обществе присущая мужчинам и женщинам бинарная оппозиция также начинает стираться. В 300 году до нашей эры Чжуанцзы, известный мыслитель моей страны, сказал: «Печально, что люди всегда соревнуются со своими собственными тенями». Правда, мы не должны субъективно создавать крайнее понимание двойственности и противопоставления гармоничным вещам, Это только укрепит наши убеждения. С развитием глобализации и повышением идеологического уровня людей различные дисциплины и области постоянно интегрируются, и границы различных дисциплин становятся более размытыми. Мы не можем рассматривать взаимосвязь между различными дисциплинами изолированно, точно так же, как мы не можем рассматривать изолированно взаимосвязь между искусством и экономикой. «С точки зрения эстетической экономики музеи не только выполняют миссию по наследованию и продвижению традиционной культуры, но и несут ответственность за экономику знаний в быстро развивающемся современном обществе» [3]. Музеи — это «материальное и духовное сосуществование». В XXI веке музеи удовлетворили потребности аудитории в опыте с помощью цифровых коммуникаций, усилили свое влияние, расширили рекламу, повысили ценность бренда и получили больше экономических выгод благодаря цифровому искусству. Эти экономические выгоды могут быть использованы для строительства самого музея, что положительно скажется на образовании людей, а также на наследии и продвижении традиционной культуры. Можно использовать оцифровку произведений искусства для создания экономической ценности, а экономическую ценность для того, чтобы попробовать больше форм художественных инноваций и повысить уровень образования в области эстетического мышления. В XXI веке национальные музеи Китая добились улучшения своей экономики и собственного бренда за счёт усиления процесса оцифровки произведений искусства. Это ещё раз доказывает, что искусство и экономика не абсолютно противоположны чувствительности и рациональности, но могут влиять друг на друга и поддерживать друг друга для общего развития. Тенденция развития цифрового искусства в XXI веке, безусловно, станет ключом к преодолению бинарной оппозиции, чтобы реализовать симбиоз и взаимовыгодные отношения между искусством и экономикой.

АНТИУТОПИЯ КАК НЕСВЕТЛОЕ БУДУЩЕЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

DYSTOPIA AS A BLEAK FUTURE OF THE RELATIONSHIP BETWEEN HUMANITY AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Утопия — отражение представления людей о счастье. Она отображает мечту, к которой хотели бы прийти люди. Утопия соответствует их уровню представлений о том, почему счастье невозможно сейчас. Антиутопия воплощает их страхи перед возможным будущим. В основе нашего доклада лежит опыт проведения в течение ряда лет занятий со студентами по обсуждению антиутопии. Базой для обсуждения служит мультфильм, который каждый из студентов смотрел в детстве, но предлагаемые авторами вопросы заставляют учащихся пересмотреть его глазами взрослых. Учебные курсы, в которых может быть использован кейс: «Макроэкономика», «Поведенческая экономика», «Макроэкономическое планирование и прогнозирование». Рассматриваемая тема — «Искусственный интеллект и экология». Название кейса «Принятие решений: Искусственный интеллект, мы и экология» (по мотивам мультфильма «ВАЛЛ-И»).

Люди надеются, что использование искусственного интеллекта и роботов позволит им увеличить число решений, принимаемых системой № 2 и уменьшить число решений, принимаемых системой № 1. Напомним, что по Д. Канеману¹ система № 1 обрабатывает всю входящую информацию параллельными потоками, без усилий, на основе ассоциаций. Эта система предназначена для быстрых, автоматических, интуитивных решений в обход размышлений. Система № 2 медленная, работает шаг за шагом и затрачивает много энергии, зато гибкая. С её помощью мы принимаем обдуманные решения.

Тем самым люди пытаются достичь двух экономических целей: 1) снизить количество своих нерациональных решений, 2) уменьшить энергозатраты, которые связаны с использованием системы № 2. Роботы и искусственный интеллект помогают человеку в его жизни, облегчая условия существования, снимая необходимость постоянно вмешиваться в производство, решая за него сложные проблемы, например, экологические. Какими в ближайшем будущем должны быть взаимоотношения роботов и человека, как будет меняться роль людей в экономике, да и в жизни в целом? Перед обсуждением кейса можно рекомендовать студентам посмотреть репортаж о выставке роботов CES 2022, который подтверждает растущие возможности эффективного использования искусственного интеллекта и роботов для нужд человечества. Современное общество с помощью искусства, прежде всего, фильмов и мультфильмов («Роботы», «Астробой», «Железяки», «Следующее поколение») формирует картину благополучных взаимоотношений между людьми и роботами, в то время как всё большее использование искусственного интеллекта приносит с собой много новых проблем. Обсуждение студентами в рамках нашего кейса таких вопросов как: «В чём Вы конкретно видите в мультфильме преимущества и недостатки общения людей будущего с искусственным интеллектом (машинами)?»? «Каким образом машины (искусственный интеллект) захватили власть над человеком? Почему это стало возможно?»? «Проведите аналогию между системой № 1 (умом № 1 или рептильным умом) и ситуацией на космическом корабле», «Почему люди в мультфильме «ВАЛЛ-И» так стремились вернуться на Землю, ведь по всем стандартам у них всё было?». Дискуссии на основе этих и других вопросов кейса позволяют студентам переосмыслить своё отношение к продвижению искусственного интеллекта в нашу реальность, а магия искусства (от) создателей мультфильма «ВАЛЛ-И» делает это наглядным.

¹ Канеман Д. Думай медленно...Решай быстро. М.: AST Publishers, 2014.

ФРИЛАНСЕР КАК СВОБОДНЫЙ ХУДОЖНИК: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

FREELANCER AS AN ARTIST: OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS

Принцип «От каждого по способностям — каждому по потребностям» в информационном обществе первой четверти XXI века снова становится актуальным, подвергаясь при этом некоторому переформатированию. Свидетельствами этого являются, например, широкое обсуждение и попытки отработать на практике постепенное введение в обществе модели безусловного дохода; переход к сокращённой рабочей неделе; система flexicurity, позволяющая быстро увольнять работника с предоставлением «золотого парашюта» или новые форматы занятости, которые стремительно завоёвывают рынок труда, такие как фриланс. Последний, казалось бы, является идеальной возможностью для человека работать, когда захочется и сколько захочется, реализовывая в трудовой деятельности свои творческие потребности. Однако реальность демонстрирует нам, что переживаемый сегодня бурный рост фриланс-платформ вызван отнюдь не превалирующим стремлением человека-творца к свободе самореализации в своей профессиональной области. Современное состояние дел таково, что общее количество рабочих мест стабилизировалось и не растёт. Именно альтернативная занятость, а не работа на полную ставку, составляет суть сегодняшнего расширения занятости. Компании больше не гарантируют своим сотрудникам ни профессиональной, ни финансовой стабильности. Они ищут новые бизнес-модели, изначально ориентированные на то, чтобы существовать с минимально возможным количеством персонала на полную ставку.

В этой ситуации бывшие (или потенциальные) работники неминуемо становятся независимыми подрядчиками со свободным графиком работы. Они выступают не просто продавцами рабочей силы, а одновременно берут на себя риски и функции (например, поиск новых возможностей и идей), характерные для предпринимательской деятельности. Наиболее проблемными атрибутами их деятельности являются риски неустойчивого дохода и исключённость (до полной) из сложившейся системы социальной защиты.

Государство как регулятор рынка труда продолжает поддерживать стремительно устаревающую модель занятости на фоне растущей необходимости в институционализации фрилансера («свободного художника»), его социального и экономического статуса и роли. Актуализируется потребность осмыслиения этого феномена в рамках общегуманитарного дискурса, прежде всего, в отношении формулируемых целей и искомых результатов.

Малахов И. В.

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ П. П. РУБЕНСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РЫНОК XXI ВЕКА

P. P. RUBENS' CORPORATE POLICY FEATURES AND THEIR INFLUENCE
ON THE ART MARKET OF THE 21ST CENTURY

В 1628 году знаменитый римский врач И. Фабер писал: «Пётр Павел Рубений <...> настолько прославился искусством живописи в Германии, Бельгии, Италии, Галлии, Англии и Испании, что за двадцать лет своей жизни в Антверпене получил от этой своей кормилицы свыше двухсот тысяч червонцев дохода». Эта беспрецедентно высокая сумма, как демонстрируют современные исследования, вовсе не является преувеличенной. Так, антверпенская мастерская или, используя выражение Я. Буркхардта, «фабрика» П. П. Рубенса, сочетавшая методы творческого взаимодействия итальянских художественных академий и принципы разделения труда фламандских ковроткаческих мануфактур, за 30 лет работы создала, по разным подсчётам, от 1 400 до 3 000 живописных произведений. Новые картины со стремительной скоростью становились известными потенциальным патронам и заказчикам благодаря их графическимrepidукциям, которые выполняли в большинстве западноевропейских стран XVII в. «подрядчики» П. П. Рубенса. Наконец, не имеющая аналогов модель поведения «короля живописцев» на рынке искусства Сейчento привела к ярким результатам — уже при жизни художника некоторые его работы стоили дороже полотен лучших, с позиций представлений эпохи, мастеров прошлого: Рафаэля, Тициана, Корреджо, Веронезе, Леонардо и других. В этом докладе мы восстановим историю формирования уникальной корпоративной политики П. П. Рубенса, а также проанализируем историю продаж его произведений, совершенных начиная с 1984 года. Это позволит продемонстрировать, что ряд тенденций на художественном рынке последних десятилетий: факторы ценообразования, техническое и жанровое многообразие, частота продаж, — в значительной степени обусловлены особенностями корпоративной политики фламандского живописца, благодаря которым он стал самым коммерчески успешным художником раннего Нового времени и одним из наиболее востребованных представителей секций старых мастеров международных аукционов XXI века.

Малышкин Е. В.

ЭСТЕТИКА СВОЕГО

В фильме Ф. Шлёндорфа «Возвращение в Монток» показана случай неудачи обмена собственностью. Вообще, неудаче такого обмена посвящен весь фильм, но есть особая сцена, в которой герой оказывается неспособен принять дар. Основанием для этой остановки оказывается

этическая невозможность принять дар: если герой примет подарок, то он утратит уважение дарителя и окажется выключен из последующего дарообмена. Включен же он в этот порядок, казалось бы, благодаря собственному труду. Герой получает дар (дорогостоящие подлинники этюдов Клее) в обмен на свое, как знаменитого писателя, особое расположение к дарителю. Так единственным способом оставаться в структуре обмена дарами является отказ от предлагаемого дара. Таким образом, вся упомянутая сцена является собой контрапозит локковскому рассуждению об окученных яблонях как основанию для присвоения урожая. Для Локка основанием этики и права является вложенный труд. Тогда как в описанной сцене таким основанием является способность соответствовать жесту. И если мы примем это возражение за истинное, то не только придется признать, что не труд и деньги как консервированный труд являются основанием установления игры собственного, но и понять труд как неизбывность, как то, что изначально не идентифицирует игрока, тогда как единственным способом индивидуации оказывается эстетически верный жест. Наше сообщение отнюдь не направлено на то, чтобы оспорить основания марксовой теории труда, которая опирается на локковские выкладки, но лишь указать, что труд, хотя и бывает осмысленным/бессмысленным, уникальным или массовым, все же должен пониматься вовсе не как начало своего и присвоения, но — как необходимое условие, которое само по себе не обладает средствами производства агента даро- или товарообмена. А упущение этого обстоятельства будет гибельно не только для включенности в игры обмена не только для персоны, но и для страны или нации.

Мариевская Н.

ГЕРОЙ В ПРОСТРАНСТВЕ ИЗОБИЛИЯ: ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ КОНФЛИКТ В ДРАМАТУРГИИ ФИЛЬМА

HERO WITHIN ABUNDANCE SPACE: FILM DRAMA EXISTENTIAL CONFLICT

Ключевые слова: художественное пространство, изобилие, избыточность, экзистенциальный конфликт

Key words: art space, abundance, redundancy, existential conflict. Что такое изобилие? Это понятие как будто ускользает от точного определения. Оно может быть осмыслено и как пышное многообразие красок и форм, и как тягостный переизбыток, нагромождение, грозящее хаосом и гибелью.

Изобилие является предельным значением количества, необходимого для радости и полноты жизни. При дальнейшем приращении оно меняет значение, теряя устойчивость. Изобилие — кульминационная точка системы вещей. В понятии изобилия в сжатом виде, подобно пружине, свёрнут конфликт между космосом и хаосом, между Эросом и Танатосом. Изобилие таит мощный конфликтный потенциал, реализуемый в драматургии фильма. Пространство изобилия не может присутствовать в кинопроизведении вне глубинной связи с внутренним конфликтом персонажа. В докладе показана связь экзистенциального конфликта героя с пространством изобилия.

Сюжетообразующая роль связи героя с пространством раскрывается через анализ фильмов Питера Гринуэя «Отчёт утопленников» [Drowning by Numbers, 1988], «Повар, вор, его жена и её

любовник» [The Cook, the Thief, His Wife & Her Lover, 1989], а также фильма Чарли Кауфмана «Думаю как всё закончить» [I'm Thinking of Ending Things, 2020] и Войцеха Хаса «Санаторий под клепсидрой» [Sanatorium pod klepsydrą].

В докладе показано, что в пространстве изобилия с его переизбытком вещей и образов герой оказывается между жизнью и смертью, сталкиваясь с проблемой собственного существования.

What is abundance? The notion given is as if it is getting away from the explicit definition. It can be comprehended as lush diversity of paints and shapes and as hard overabundance, stack that threaten with chaos and death. Abundance is the limit value needed for joy and full life. On further augment it changes sense, with losing stability. Abundance is the culmination point of things system. On abundance notion being like a spring, conflict between space and chaos is compressed between Eros and Thanatos. Abundance conceals powerful conflict potential that is realized in film dramaturgy. Space abundance can not present in film work away from inner hero's conflict. Hero's existential conflict tie with abundance space is presented in the report offered.

Plot-forming role of hero's tie with space is revealed through analysis of Peter Greenway's films as «Drowning by Numbers» (1988), «The Cook. The Thief. His Wife & Her Lover» (1989) and also Charlie Cowfman's film «I'm Thinking the Ending Things» (2020), and Wojciech Has's «Sanatorium under klepsydra ». The report gives that here, through abundance space, with its excess of things and images, hero finds himself between life and death facing the problem of his own existence.

Николаев А. В.

В ЧЁМ ТРАГИЧНОСТЬ «ТРАГЕДИИ ОБЩЕСТВЕННОГО»?

WHAT IS TRAGIC IN «THE TRAGEDY OF THE COMMONS»?

В известной статье Г. Хардина 1968 года «The Tragedy of the Commons» утверждается, что трагичность описываемой в ней ситуации совместного пользования пастбищными землями, которая используется как аналогия роста населения Земли в условиях ограниченности ресурсов и заключается в «суворой торжественности беспощадного хода вещей», а она, в свою очередь, проявляется в неизбежности печальной судьбы [Hardin, 1968]. Является ли это абстрактное философское определение трагичного единственным, что позволяет употребить слово «трагедия» в заголовке? Следует учесть двусмысленность термина «трагедия», который, подобно термину «история», означает свойства и содержания рассказа, и самого рассказа, и предположить, что эта статья является «трагедией» в гораздо более конкретном жанровом смысле. Хоть она и не является драмой, рассмотрение структуры её «сюжета» с точки зрения поэтики (а не риторики в узком смысле слова) и сравнение с классическими образцами литературных трагедий позволит понять механизмы рецепции и причины популярности этой статьи.

Так, за трагичность «Трагедии общественного» в её содержании и форме отвечают следующие факторы: 1) ситуация асимметрии знания, в которую поставлены персонажи-скотоводы; 2) их неспособность ужиться в одном пространстве, теснота; 3) ethos акторов, сам по себе

добродетельный, но ведущий к катастрофе; 4) осознание приближающейся катастрофы «сторонними наблюдателями», но не участниками событий; 5) неспособность участников событий избежать катастрофы; 6) внушение читателю чувств ужаса и жалости; 7) поиск общего в частном, необходимого в случайном; 8) вывод о необходимости реформы законодательства; 9) вывод о необходимости пересмотра границ между приватным и публичным, о необходимости государственного вмешательства в частную сферу; 10) вывод о приемлемости полицейского права с его *ad hoc* характером; 11) рассмотрение двух альтернативных решений и постулирование их неудовлетворительности; 12) оправдание недостатков нового общественного порядка ссылкой на ужасы, к которым приводило прежнее устройство.

В докладе будет показано, как слабость логики, связывающей различные пункты аргументации Хардина, компенсируется использованием жанровых конвенций трагедии, благодаря чему авторские выводы представляются по необходимости следующими из своих посылок: эта кажущаяся необходимость связана с нашим знанием о «правильном» разворачивании трагического сюжета, которая в совокупности с разделяемыми аудиторией имплицитными максимами заставляет читателей принять нарушение логики там, где это необходимо для эстетического эффекта, не ощущив при этом преступления против правдоподобия.

Николаев А. В.

ПОДДЕЛКИ И ФАЛЬШИВКИ: ЭСТЕТИКА И ЭКОНОМИКА АНТИИСКУССТВА

FAKES AND FORGERIES: AESTHETICS AND ECONOMICS OF ANTI-ART

Искусство часто противопоставляют другим явлениям культуры, например, экономике как явлению, как способу взаимодействия с миром или же как науке; делают это обычно для того, чтобы отметить различия между ними и сделать вывод об их сущности. Гораздо реже для этих целей обращаются к тому, что можно назвать антиискусством — к подделкам, а это крайне интересный феномен. Подделка является самым радикальным примером интервенции экономических интересов в сферу художественного творчества: её родина — художественный рынок, её парадигма — фальшивые деньги, её цель — максимизация прибыли. Но одновременно она — идеал мимесиса. Критика подделок в эстетике обычно производится с точки зрения их эстетической ущербности, однако ни в каких других случаях низкие художественные качества не становятся поводом отказать произведению в самом статусе искусства: плохое искусство — это тоже искусство. Феномен подделок заставляет нас пересмотреть предпосылки эстетики: принято считать, что сфера её интересов — чувственно воспринимаемое, но вдруг обстоятельства создания произведения оказываются важнее его качеств, паратекст — важнее текста.

Из существующих критик подделок наибольшее значение имеет эстетическая программа Нельсона Гудмена, постулировавшего подделываемость в качестве принципа разделения искусств на автографические и аллографические (Goodman, 1968). Мы ставим это деление под

сомнение: в его основе лежит не эстетическая, а экономическая сторона подделок, интерес к аутентичности, понимание которой само исторически обусловлено; автографическое — это то, что дефицитно и чем можно владеть. Например, теория Гудмена ничего не способна сказать о случаях, когда более ранняя копия оказывается эстетически ближе к оригинальному произведению, чем отреставрированный подлинник. В то же время, стоит отойти от представления о подделках как о подделках уже существующего, и станет очевидной подделываемость литературы и музыки. Однако эта теория оказывается весьма полезной для понимания феномена NFT как способа создать дефицит и провенанс аллографических объектов (т. е. возможность и смысл владения ими), превратить их в автографические.

Николаева Ж. В.

«МЕДЛЕННАЯ АРХИТЕКТУРА» МЕЖДУ ЭКОНОМИКОЙ И ИСКУССТВОМ

«SLOW ARCHITECTURE» BETWEEN ECONOMICS AND ART¹

В докладе предлагается осветить вопросы культурологических и философских оснований «медленной архитектуры», их связей со *Slow Economy*, транснациональным капитализмом, классами, потреблением и государством, а также продемонстрировать примеры проектов, отвечающих на вызовы глобальной экономики. «Медленная архитектура» прошла путь от теории до новой этики и новой экономики, реализованной в многочисленных проектах. Наши потребительские предпочтения меняются в сторону ориентации на неагрессивное потребление, в том числе и потребление визуальных паттернов. Профессиональные приёмы «медленной архитектуры» имеют рационализированные основания. Прежде всего, это концепт создания *friendly* среды для совместного проживания, получения накопления и транслирования эмоций и знаний в духе и этике «медленной жизни» как формы поведенческого потребления, и темпоральной «заботы о себе», обогащённой признанием ответственности за оставленное нами будущим поколениям. Таким образом, медленная архитектура позиционирует себя как искусство сопротивления тотальной энтропии скорости жизни и экономическому насилию.

Архитекторы и девелоперы, считающие себя адептами «медленной архитектуры», провозглашают тенденцию отказа от «контаминации» архитектуры экономикой (Lesly Sklair). Капиталистическая глобализация создала условия для загрязнения креативностью, избыточностью, социальной ангажированностью, постколониальным дискурсом и многими другими «политическими» вопросами современной повестки дня. Предшествовавшая «иконическая архитектура» (*The Icon Project*) способствовала не только развитию метафизических представлений о дуализме «прекрасного» и «безобразного» как объекта философской рефлексии. Иконический поворот для архитектуры означал несколько большее, чем сосредоточение на визуализации

¹ The research was prepared with the financial support of the RSF grant Project 21–18–00046 "The definition of criteria for visual pollution of the environment", St Petersburg State University.

метафизических понятий. Здания-иконы являли собой образцы, формирующие символическое/эстетическое для «машин желания» и «диспозитивов власти». Новое архитектурное движение, о котором идёт речь, сосредоточено на том, чтобы найти альтернативу сложившейся тенденции использования иконической архитектуры транснациональным капиталистическим классом и, возможно, осуществить попытку положить конец эпохе «эстетизации политической экономии».

Оклер Р.

МЕЖДУ КОФЕМОЛКОЙ И САМОВАРОМ: ТРОЯНСКИЙ КОНЬ, ИЛИ КТО ВЫИГРАЛ ХОЛОДНУЮ ВОЙНУ?

BETWEEN THE COFFEE GRINDER AND THE SAMOVAR: THE TROYAN HORSE, OR WHO
WON THE COLD WAR?

Придя к власти в 1953 году, Хрущев принялся осуществлять целый комплекс реформ, касающихся всех сфер советской жизни. Основных направлений его реформ было три: экономика, культурная сфера и борьба с наследием Сталина в партийной жизни и идеологии.

В экономике перед Хрущевым стоял целый ряд задач: развивать новые отрасли промышленности, модернизировать армию, развивать химическую промышленность и многое другое. Кроме того, Хрущев известен своими попытками улучшить быт и повседневную жизнь советских граждан. В первую очередь это касалось решения жилищной проблемы — именно в начале 60-х гг. людям начали давать свои квартиры. Это были малогабаритные «хрущевки», но для советского человека, рожденного и жившего в коммуналке, несомненное улучшение качества жизни. Помимо получения своего жилья, в эпоху Хрущева меняется внутренний быт домов: вещи становятся менее громоздкими, в отделке появляется пластик, дом приобретает больший уют. Советские люди получают возможность приобрести радиолы «Ригонда», «Аккорд- 201», люди проводят вечера за радиоприемниками, молодежь крутит виниловые диски.

В данной статье мы ставим задачу рассмотреть связь и влияние бытовых предметов, столь желанных в каждом доме эпохи Оттепели, и идеологическим противостоянием в Холодной войне между СССР и США. Экономическая модернизация, отражаемая в бытовой технике и в интерьере советского человека сыграла недооцененную роль в идеологической и эстетической конфронтации между обоими блоками. Наша гипотеза состоит в следующем: возникновение таких бытовых объектов, ассоциировавшихся советскими людьми в первую очередь с Америкой, а вместе с ними и улучшение жизни, как ни парадоксально, не дало СССР выиграть Холодную войну. Бытовая техника оказалась своеобразным Троянским конем в Советском Союзе.

ДЕНЬГИ КАК ИСКУССТВО

MONEY AS ART

Замысел, как и формулирование концепции проекта «Созерцание денег», а также основная работа над ним приходится на 1997–1998 годы. Его материальной основой стал цикл арт-объектов, сделанных с использованием монет и купюр Банка России, находившихся на тот момент в реальном денежном обороте. Объекты задумывались как самодостаточные части модульных структур с возможностью, в зависимости от конкретной экспозиционной задачи, вариативного комбинирования при показе.

Квадрат, круг, треугольник — простые геометрические фигуры, выбранные в качестве матрицы для монтажа коллажей, были программно предсказуемы и безальтернативны, как идеальные медитативные формы.

В процессе работы почти сразу срезонировала явная визуальная параллель с супрематическим триптихом Казимира Севериновича Малевича, впервые экспонировавшимся в 1915 году на так называемой Последней футуристической выставке картин «0,10» (ноль-десять). Кроме знаменитого «Чёрного квадрата» триптих составляли «Чёрный крест» и «Чёрный круг».

Неосознанно, но рельефно проявившаяся ассоциация с нулём формы и иконой русского авангарда сама по себе стала программной частью проекта. При этом пластическое решение намеренно было дано нами не в лоб, как буквальная цитата, а опосредованно. «Чёрный квадрат», ставший одной из поворотных точек в истории искусства XX века и почти сразу превратившийся в чистую идею и манифест о самом себе, явился обязательным дорожным указателем для более точного обозначения направления очередного тектонического сдвига в том, что носит сейчас имя «искусство».

Главным семантическим элементом этого проекта стали деньги. При этом категорически неточно будет трактовать его суть и направленность, как банальную критику нового постсоветского общества и буржуазных ценностей вообще, поверхностно объясняя её демонстрацией социума истинных идеалов и зацикленности на выгоде, в неизбытном стремлении обставить самого Гермеса.

Идея проекта родилась закономерно и ненавязчиво, материализовавшись буквально из воздуха времени второй половины 90-х годов. К 1997 году коллективное бессознательное среднестатистического человека ещё блуждало в постсоветской тьме. В воздухе ещё носилисьrudименты патетической и смутной идеи будущего как рая для всех и каждого. Популизм воспринимался как романтизм.

Фон: денег в стране становилось всё больше, при этом они быстро обесценивались, что на первый взгляд стало удачным мотивирующим нойз-саундом для «Созерцания денег», как Вагнеровский «Полёт валькирий» в «Апокалипсисе сегодня» у Копполы. Буханка хлеба стоила к концу 1997 года в диапазоне 3 000–5 500 рублей. Экономику лихорадило. Закономерно, что вскоре, уже в середине следующего 1998 года, обвал производства привёл Россию к глубочайшему экономическому кризису.

При этом автора доклада больше интересовало не частное, а целое, не случайное, а типическое (сюжетная линия — литературная сторона не интересовала вовсе). «Архетипическое. Тотемы и знаки как коммуникативная составляющая современного социума» — тема, которая привлекала докладчика давно, в самых различных проявлениях и аспектах. Искусство рассматривалось как форма коммуникации, как язык.

В 1997 году были сделаны тринадцать станковых вещей. Первая группа работ включает в себя три одинаковых по размерам квадратные формы: «Знак — Квадрат I», «Знак — Квадрат II», «Знак — Крест» (383 x 383 x 25 мм, каждый), одну круглую: «Знак — Круг» (Ø 400 x 25 мм) и одну

треугольную: «Знак — Треугольник» (430 x 430 x 420 x 25 мм). Вторая группа — три дополняющих друг друга формы: «Знак — Большой квадрат» (585 x 585 x 15 мм), «Знак — Большой круг» (Ø 585 x 15 мм) и «Знак — Большой треугольник» (670 x 670 x 645 x 15 мм). Ещё одна серия объединяет пять композиций с купюрами (подрамник, мешковина, смонтированная на бумагу, белила, акварель, кисть, окрашивание, купюры номиналом 100 и 200 рублей).

Три базовые геометрические фигуры: круг, квадрат и треугольник, вариативно наполненные ритмическими структурами из монет или купюр, а точнее, знаками, известными каждому, «всебицким эквивалентом» — своеобразные объекты для медитации.

Отдельно стоит сказать о композиции, сделанной одной из первых и получившей программное название — «Созерцание денег» (1000 x 1000 x 25 мм). По композиционной структуре она более других соответствует образу «Квадрата» Малевича, который в свою очередь, как визуальный знак, апеллирует к христианской традиции иконописных досок.

Впервые работы из проекта экспонировалась в январе 1998 года в ЦВЗ «Манеж» (Санкт-Петербург), на выставке «Петербург-97», затем там же на «Фестивале экспериментальных искусств и перформанса» (1998).

В 2006 году американка Кэтлин Вос, исследователь в области поведенческой экономики, инициировала ряд опытов по изучению ментального воздействия денег на человека.

Изучив реакции примерно сотен добровольцев, учёные пришли к выводу: созерцание денежных знаков меняет поведенческие характеристики. Использовались как реальные банкноты, так и изображения валюты. Находившиеся в зрительном контакте с денежными знаками были готовы выполнять сложную и тяжёлую работу, справляясь с ней быстрее обычного, при этом были настроены оптимистично. Не только созерцание, но и сама мысль о деньгах, идея присутствия денег, способствовала повышению результативности работы.

Простой эксперимент показал, что в современном социуме место Бога давно заняли Деньги, одной идеей своего присутствия дарующие любовь и опору, а также веру в жизнь вечную. Этому и был посвящён наш проект «Созерцание денег», впервые представлявший средствами искусства Деньги как новую божественную сущность и объект поклонения.

Парыгин А. Б.

ИСКУССТВО ЭТО БИЗНЕС-ПРОЕКТ

THE ART IS A BUSINESS PROJECT

Бизнес — это следующая ступень после Искусства. Я начал как коммерческий художник и хочу закончить как бизнес-художник. После того, как я занимался тем, что называется «искусством», я подался в бизнес-искусство. Я хочу быть Бизнесменом Искусства или Бизнес-Художником. Успех в бизнесе — самый притягательный вид искусства¹.

В 1996 году я начал работать над проектом, получившим название «Созерцание денег»; реальные, находившиеся на тот момент в обороте, деньги стали предметом моего философского

¹ Цит. по: Уорхол, Э. Философия Энди Уорхола (От А к Б и наоборот). М.: Изд. Д. Аронов. — 2002. — С. 31.

исследования. Деньги как абстрактная идея. Меня интересовала архетипичность и экзистенциальность денег. К 2000 году проект получил продолжение в концепции «Искусство — это бизнес / Бизнес — это искусство», его основой стал перформанс «312/20», впервые публично показанный 21 января 2001 года в программе перформансов на ежегодно проходившем в те годы «Фестивале Петербург», ЦВЗ «Манеж» (СПб).

В аутентичном варианте текст к перформансу «312/20», распевно исполняемый в течение двадцати минут на два голоса (высокий женский и низкий мужской), состоит из трёхсот двенадцати ритмически повторяющихся строф, которые в процессе озвучивания превращаются в закольцованные дадаистскую мантру. Основным исполнителем перформанса был я сам, а помощниц каждый раз подбирал разных.

Сценография процесса выглядела так: я и моя партнёрша по представлению находились друг напротив друга на расстоянии примерно трёх метров. В процессе чтения текста стоя с поднятыми и чуть разведёнными в стороны прямыми руками (ладонями наружу), мы постепенно поднимали их вверх, в стилизованном жесте традиционной заступнической молитвы, иконографически отсылающем к классическому образу Одигитрии. Ровно посередине, между нами, дымился фимиам от пучка индийских палочек. Струйка дыма медленно тянулась к потолку манежа, подчёркивая сакральность многократно повторяемой двухголосой осанны: Искусство — это Бизнес; Бизнес — это Искусство. Искусство — это Бизнес...

Где-то на десятой минуте речитатива я зафиксировал периферическим зрением, что значительная часть окружавшей нас публики впала в транс, совершая характерные гипнотически-конвульсивные движения руками, ногами и всем телом. Это был настоящий *psychedelic rock* с непременным метафизическим оргазмом и катарсисом в завершающей части.

Абсурдность происходившего подчёркивала группа девушек статисток, которые на фоне перформанса проводили соцопрос посетителей выставочного зала, включавший в себя серию дилемм, основным мотивом которых был «*to be, or not to be, that is the question...*», но про искусство.

Перформанс провоцировал обывателя к размышлению о том, чем на самом деле является искусство в современном социуме, что такое искусство, каково его назначение, функции, границы и прочее.

Коммерческая целесообразность — бог и основной двигатель для продвижения художника и его искусства. При этом самодостаточность маркетинговых стратегий усиливается пропорционально осознанию исчерпанности языковых возможностей искусства.

Логичная монотонно повторяемая формула обессмысливается, постепенно становясь набором звуков, лишаясь какой-либо конкретной умозрительной нагрузки. Вербальный лейтмотив изменяет изначально заявленную как безусловную данность направленность действия. Место лозунга и марша занимает психоделический рэп. Искусство — это бизнес, но, становясь утилитарным и плоским, коммерческим и прикладным, оно способно, как саморазрушающий себя огнём феникс восстать из пепла, переплавиться и переродиться в нечто совершенно иное, наполненное новой живой энергией.

В 2000 году я ещё не имел информации о близком в отношении поднимаемой проблематики проекте — «Kunst = Kapital», осуществлённом Йозефом Бойсом в конце 1970-х. Жирным чёрным маркером художник написал незамысловатую формулу (Искусство = Капитал) на купюрах различного достоинства и поставил свой автограф. Следуя логике современного арт-мира, Deutsche Mark таким образом превращались в объект искусства. При этом художник был истинным интернационалистом, апроприирия своей подписью не только германские деньги, но и польский золотой, итальянскую лиру, североамериканский доллар и т. д. Впоследствии Бойс выпустил с этим лозунгом серию шелкографских листов, позже — книгу комментариев. Подобные артефакты можно купить теперь по цене арт-объекта с оригинальной подписью Бойса. Например, купюру 10 DM (1979, 6,5 x 13 см) по скромной аукционной цене 3 600 € (эстимейт: 2.200 €)¹ или

¹ Lempertz/ Auction 930, Contemporary Art and Photography, 05.12.2008–00:00, Cologne.

банкноту 20 австрийских шиллингов (1979, 6,5 x 13,2 см), предлагаемую всем интересующимся за 9 500 €. Как представляется, такая форма коммерциализация искусства является наиболее честной.

Пестрякова А. А.

ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО КАК НОВАЯ ФОРМА КОММУНИКАЦИИ

DIGITAL ART AS A NEW FORM OF COMMUNICATION

В современном мире новая форма взаимодействия, реализованная через внедрение информационных технологий в повседневную жизнь, набирает популярность. Цифровая среда становится одним из основных факторов социального взаимодействия. Безусловно, появление «технологической вселенной» влечет за собой новый ряд проблем, таких как излишнее стремление к визуализированным образам, неоднозначность виртуализации в контексте повседневной жизни. Цифровое искусство развивается, отражая новую действительность, становясь одним из определяющих факторов современной культуры.

Практическое применение художественной деятельности во взаимодействии с цифровым искусством обусловлено несколькими факторами. Во-первых, цифровое искусство можно рассматривать как часть нового сознания, как видоизмененные ценностные ориентиры. Во-вторых, понятие «digital heritage» охватывает сферы культурного и природного наследия, при помощи современных технологий, включая в себя различные методы сохранения культурного наследия. Развитие данной задачи ведет к возникновению коммуникации между человеком и инструментами виртуального пространства.

Цифровое искусство становится массовым явлением. Создание образов в формате новой визуальной среды ведет к тому, что современная культура меняет привычную сферу мышления. Цифровое искусство можно рассматривать как коммуникацию, основанную на визуальных образах, а также как явление, базирующееся на межличностной коммуникации в условиях внедрения виртуальной реальности в повседневное пространство.

К числу актуальных проблем цифрового искусства, как междисциплинарного явления, стоит отнести затруднение восприятия работ, представленных в цифровом виде, определенной возрастной категорией людей. Проблемы цифрового искусства могут быть связаны со сложностью понимания новых художественных форм. Однако следует также отметить, что цифровое искусство не является замещающим. К примеру, конкретно цифровая живопись не выполняет роль замены картины, написанной маслом.

Для восприятия цифрового искусства и наиболее полного понимания его форм не всегда следует рассматривать цифровое произведение, акцентируя на сопоставлении с традиционными формами искусства, устоявшимися в сознании.

ДИСПОЗИТИВ ЭСТЕТИЗАЦИИ И ФЕНОМЕН «ЧЕЛОВЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО»

THE AESTHETICIZATION AND THE PHENOMENON OF “HOMO ECONOMICUS”

Проблема «человека экономического» упирается в диалектику репрессивности и свободы в вопросе его конституирования. Спор об «экономической субъективности» исследует противоречие, состоящее в противостоянии редукционизма и прогрессизма в сущностном схватывании субъекта, где «экономическое субъективное» предстает то как инстанция принудительности со стороны природного и социального, то как активное начало суверенности и автономии. Обозначенная оптика прослеживается в фукинианской генеалогии субъекта (Ф. Ницше — М. Фуко — Дж. Батлер). Исходя из ницшевского «волевого» его истолкования, постструктураллистская аналитика задействует феномен **эстетического** как выражение парадигмального многообразия сосуществующих **властных** телесных, социальных и когнитивных практик в их дисциплинарном измерении. Виды праксиса предстают дискурсивными субъектными манифестациями, поэтому «археологическая» интроспекция власти дополнена анализом языковых высказываний: обоснованность их претензий на общезначимость составляет каркас фукинианской методологии, т. к. именно они выведены на поверхность любой — в том числе, **социально-экономической** онтологии — как а) «знание о чем-либо» и б) знание субъекта о себе самом в предлагаемых обстоятельствах. Сами дискурсы мозаичны и иерархизированы, конфликт интерпретаций неизбежен и, внешне, складывается отнюдь не в пользу партикулярного «*искусства существования*», по мнению позднего Фуко, призванного составить основу жизненного проекта. Внутри же новой структуры социального понятие **экономической свободы** тесно увязано с критикой господствующих идеологических схем и налаживанием коммуникации с дискурсами, отрезанными от каналов легитимной, свободной циркуляции. Разумеется, осуществление такой стратегии идет вразрез с теми формами габитуализации, которые обслуживают господствующие техники подавления либо демонстрируют эффекты их применения. Она возможна при условии развитого «жизненного чувства», когда опыт проживания жизни и опыт ее понимания смыкаются в способности суждения. В экономическом субъекте — как в любом другом — она будет фундирована чувствительностью к различиям в области жизненных форм, стандартов поведения, способов социальной адаптации и т. п. Так диспозитив субъективации сработает сразу в двух направлениях: а) как подчинение господствующим — габитуализирующим — дискурсам и б) как высвобождение энергии собственного выбора, оформленного поведенчески, практически, но поддержанного **эстетически**, то есть рефлексивно и дискурсивно. Вектор **эстетизации** присутствовал в конфигурациях социального и индивидуального по-разному в разные исторические эпохи. Сам спрос на эту стратегию образования субъекта подвижен, т. е. «эстетизацию» можно смело причислить к социальным добродетелям, составляющим костяк трансцендентального априори исторической «современности». В настоящее время **диспозитив эстетизации** предстает как модус социальной открытости. Она полезна для утверждения принципов справедливости в сферах экономики, политики и других форм гражданского сосуществования. Искомый историзм субъекта познания, социального действия и жизненного выбора связан с активным осознанием собственной конечности, тех зависимостей, которые интериоризирует в нас исторический горизонт, наше пребывание в истории здесь и сейчас. Но, в той же мере, производит субъекта сопротивление, оказываемое горизонту историчности. Конституирующее для субъекта значение диспозитива заключается в том, что он обозначает предел, границу. В реакции на эти границы, как правило, установленные не им — кем-то — испытанию подвергается

свобода субъекта: его личная способность эти границы пересекать, устанавливать заново либо принимать в качестве непреодолимых, «естественных» условий своего бытия. Палитра возможностей «знать» о существовании границы и действовать в соответствии с этим знанием артикулирует наше представление об иерархии модусов субъективации любого типа.

Петрова С. А., Федоскина А. С.

КРАУДФАНДИНГ И ИЛЛЮСТРИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ. ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ПРОЕКТА НЕЗАВИСИМЫМ АВТОРОМ

CROWDFUNDING AND ILLUSTRATED EDITION. FEATURES OF PROJECT MANAGEMENT BY AN INDEPENDENT AUTHOR

На сегодняшний день краудфандинг — это актуальный способ, но достаточно непростой механизм привлечения материальных и нематериальных средств для финансирования проектов физических лиц и организаций неограниченным кругом пользователей посредством специальных онлайн-площадок, устанавливающих определённые правила, согласно которым происходит коммуникация между автором проекта и его спонсорами.

По сравнению с зарубежной практикой краудфандинг в России и странах СНГ менее популярен. Это объясняется плохой информированностью, недоверием граждан, нехваткой свободных средств и отсутствием государственного регулирования.

Среди аудитории с возрастными рамками 16–25 лет и 45+ лет (люди различных профессий, как связанных с творчеством, так и абсолютно далёких от него) немногие знакомы с краудфандингом.

Краудфандинг в России является перспективным альтернативным способом финансирования проектов различных направлений, однако, пути реализации и привлечения спонсоров на сегодняшний день требуют дальнейшей разработки и усовершенствования.

Краудфандинговые онлайн-платформы предоставляют автору широкие возможности для размещения проекта в Интернете. Для проектов в сфере издательской деятельности они также являются способом рекламы книги, писателя и/или иллюстратора и решением способа распространения тиража или его части. Между автором и читателем возникает прямой контакт, способствующий наиболее точному анализу запросов аудитории.

Перед запуском творческого проекта необходимо заблаговременно (минимум за месяц) проводить рекламную кампанию в социальных сетях для того, чтобы привлечь большее число спонсоров.

В настоящее время российская краудфандинговая онлайн-платформа Boomstarter потеряла прежнюю аудиторию, и независимому малоизвестному автору будет сложно реализовать проект со стартовой суммой более 200 тысяч рублей.

ОБ ЭСТЕТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЧЕЛОВЕКА

ON THE AESTHETIC EDUCATION OF AN ECONOMIC MAN

Модель экономического человека подвергается критике с момента своего возникновения. Эта критика может носить онтологический характер («экономического человека» не существует в действительности), однако чаще она имеет этическую направленность, выявляя моральную несостоенность «экономизма» как идеологической установки; при этом неоднократно делались выводы о нерациональности и неэффективности тех или иных конкретных решений и действий, базирующихся на «экономизме».

Но почему бы не дополнить такую критику эстетическим аспектом? Название доклада отсылает к знаменитым «Письмам об эстетическом воспитании человека» Фридриха Шиллера, где оспаривается точка зрения, что «назначение человека состоит в том, чтобы ради известной цели пренебречь самим собою» [Шиллер 1957, 270], т. е. критике подлежит позиция, согласно которой жизнь человека должна трактоваться исключительно как деятельность, заданная императивом реализации некоей «бесконечной задачи» (когда настоящее становится лишь средством для будущего). В эстетических терминах это означает безусловный приоритет возвышенного (чувство, вызываемое мыслью о безмерном, бесконечном) по отношению к прекрасному (чувство, вызываемое представлением о гармонии, соразмерности). Кант, как известно, напрямую связывает чувство возвышенного с этическим предназначением человека; но Маркс рассматривает в качестве «возвышенного объекта» стоимость, ради которой осуществляется производство в условиях капиталистической экономики, что делает последнюю поистине монструозной системой. Неслучайно поэтому, что «капиталист как рациональный собиратель сокровищ» реверсивно отсылает к «собирателю сокровищ как помешанному капиталисту»: производство прибавочной стоимости как бесконечный процесс опирается на фантазм владения самой материальностью богатства (когда «звездное небо над головой» — это блеск дублонов в сундуках Скупого рыцаря). Поэтому следует согласиться с тезисом книги Младена Долара «О скупости и связанных с ней вещах» [см.: Долар 2021]: позиция скупого — это именно этическая позиция, позиция этического желания в чистом виде; и в то же время неслучайно, что культура изображает скупого как безобразного, не только этически, но и эстетически отвратительного субъекта (ведь будучи воплощённым, возвышенное становится низменным).

Вот почему буржуазная эстетика тяготеет к искусству маскировки истинной антигуманной природы товара, его превращения из чудовищной вещи в уютную вещицу — буржуазия делает попытки «сентиментально очеловечить товар: устроить товару, как человеку, дом» с помощью оберток, футляров, упаковок и т. п. [см.: Беньямин 2000, 218]. А значит, проект подлинного эстетического воспитания экономического человека должен начаться с критики всевозможных попыток подобной эстетизации природы его намерений и действий.

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ КИНО: МЕЖДУ ГОСБЮДЖЕТОМ И РЫНКОМ

RUSSIAN CINEMA: BETWEEN STATE FUNDING AND FREE MARKET

Советская модель киноиндустрии не предполагала связи экономической составляющей производства с результатами коммерческого успеха фильма. Главными экономическими показателями студии были завершение производства фильма в запланированный срок (календарный план) и отсутствие перерасхода бюджетных средств (сметы фильма), а задачей кинопрестройки, начатой во второй половине 1980-х, было связать результат деятельности студии с коммерческим успехом выпускаемых ею фильмов.

Этот эксперимент завершился крахом отечественной киноиндустрии, поскольку был ориентирован его авторами на прежнюю модель существования кинопроизводства и кинопроката в единой цепочке и на протекционистские меры со стороны государства. Между тем задачей «прорабов перестройки» было не устранение недостатков социалистической системы, а полное её разрушение, прикрываемое при этом интересами совершенствования социализма [1]. В рамках внедрённого в конце 80-х нерегулируемого свободного рынка кинопрокатчикам была предоставлена возможность бесконтрольно закупать зарубежную кинопродукцию, в результате чего «отечественное кино, исторически совершиенно не приспособленное, не готовое к существованию в условиях открытого рынка, оказалось один на один с западным кинематографом, который всегда был рыночным и в результате длительной конкурентной борьбы выработал сравнительно эффективные способы овладения внимания зрительских аудиторий» [2, с. 185].

Между тем кинематографистов, получивших творческую свободу и экономическую самостоятельность, менее всего заботил зрительский интерес. Многочисленные новые творческие студии принялись воплощать на экране ранее табуированные темы, заполнив экран так называемой «чернухой» или артхаусной продукцией, теряя зрителя, который в 90-е годы ждал от кино не нигилизма и некрофилии, а образов, несущих оптимизм и надежду.

Другим следствием поспешного демонтирования больших студий стала утрата традиций и общее снижение профессионального и художественного уровня фильмов — поток серых, проходных, фильмов не только не уменьшился (что провозглашалось главной целью новой «модели» киноотрасли), но и значительно увеличился.

Чтобы спасти российскую киноотрасль от полного краха, государство вынуждено было финансово поддерживать отечественное кинопроизводство, и этот странный симбиоз социалистической бюджетной поддержки кинопроизводства и законов свободного кинорынка продолжает существовать по сию пору. Парадоксальность ситуации состоит в том, что в нашем так называемом «продюсерском кино» съёмочная группа чаще всего зарабатывает деньги не на прокате фильма, а на его производстве, поскольку многие готовые фильмы не демонстрируются в кинотеатрах по той простой причине, что их не приобретают на кинорынке.

Сегодня, когда остро стоит проблема продюсерства, уместно вспомнить мысль известного теоретика кино Л. Кьярини [3], который, размышляя функциях продюсера, писал, что они должны сводиться к умению найти баланс между рациональным расходованием средств и полноценной реализацией режиссёром его художественного замысла. К сожалению, наши продюсеры пока что крайне редко способны сочетать в рамках одной студии создание фильмов разного типа — от картин, рассчитанных на коммерческий успех, до киноработ высокого, фестивального уровня, формирующих авторитет продюсера.

Современная ситуация, связанная с глобальными санкциями в отношении России, включая ограничение закупки зарубежной продукции, даёт нашим кинематографистам возможность

развить достигнутые в последние годы успехи и в короткие сроки создать мощную, конкурентоспособную отечественную киноиндустрию. Сумеют ли они это сделать при существующей структуре российской киноиндустрии, покажет время.

Пряхин А. Ю.

НАУКА О ДАННЫХ В ДЕЛЕ АВТОМАТИЗАЦИИ КИНОПРОИЗВОДСТВА И АНАЛИЗА КИНОПРОИЗВЕДЕНИЙ

DATA SCIENCE IN FILM PRODUCTION AUTOMATION AND FILM ANALYSIS

С развитием и более широким применением концепций больших данных и искусственного интеллекта (ИИ) наука о данных (data science) проникает в новые отрасли знания и производства. Как отмечает Лев Манович, известный теоретик цифровой культуры и новых медиа, искусственный интеллект стал ключевым инструментом повышения эффективности и безопасности современной экономики. Однако, вероятно, не так очевидно, ИИ сейчас играет не менее важную роль в нашей культурной жизни и деятельности, расширяя автоматизацию процессов как эстетического творчества, так и эстетического выбора [Manovich, 2018 р. 11]. Исключением не становится и кинематограф.

Сегодня на подготовительном периоде в кинопроизводстве активно разрабатываются и внедряются системы, автоматически создающие статичные и анимированные раскадровки на основе сценария и даже генерирующие отдельные куски сценария [Vaus, Weiss, 2021]. Нашумевший опыт написания ИИ сценария к фильму «Sunspring» в 2016 году стал прологом к активному внедрению компьютерных технологий в процесс работы сценариста. Не менее впечатляющими предстают перспективы внедрения наработок data science на этапе постпроизводства фильмов. Актуальной видится идея внедрения автомонтажа в процессе создания кинокартины¹. На основе загруженных дублей кадров, выбранного жанра и/или референсов, а также графического изображения ритма монтажа по Семёну Тимошенко [Тимошенко, 1928 с.] программа подбирает и обрезает кадры, составляет монтажные фразы и осуществляет соответствующую цветокоррекцию.

На экспериментальном уровне концепции автоматического создания фильмов разрабатывались с начала века. Ещё в первой половине нулевых годов Лев Манович совместно с рядом представителей творческих профессий (медиа художник, музыкант, архитектор и т. д.) представил проект Soft Cinema, суть которого в полуавтоматическом создании с помощью компьютера бесчисленного множества «авангардных» фильмов на основе имеющегося материала [Manovich, 2018 р. 32]. Спустя десятилетие известный авангардный режиссёр Гай Мэддин создал проект «Сеансы» — на этот раз фильмы генерировались полностью автоматически по запросу на сайте. Сюжет лент отсылал к сюрреализму и изображению снов в кино, что позволило

¹ Концепция автомонтажа принадлежит моему коллеге оператору-постановщику и исследователю кинематографических технологий Виталию Сорокину.

говорить кинокритикам о значимости проекта с художественной точки зрения [Карташов, 2016]. В 2016 году ИИ символически отметился в производстве кинематографического масскультура — публике был представлен первый в истории «нarrативный трейлер» для фильма «Морган» кинокомпании «20th Century Fox». А в 2018 году опосредованные создатели ленты «Sunspring» представили новую короткометражную работу «Zone Out», которая была, по их словам, полностью генерирована, т. е. написана, исполнена, озвучена, срежиссирована и отредактирована ИИ. Сегодня компании, специализирующиеся на автоматизации в области искусства, заявляют о возможности применения ИИ на всех этапах профессионального коммерческого кино- и видеопроизводства — помочь в создании сценариев и раскадровок, подборе актёров и локаций, организации съёмок и сочинения музыки, подготовке чернового монтажа и дистрибуции готового фильма (Joshi, 2020).

Активно происходит внедрение ИИ в сфере анализа готовых кинематографических произведений. В первую очередь это касается формирования списков фильмов, релевантных интересам пользователей Интернет-ресурсов, социальных сетей, онлайн-кинотеатров, а также создания более точной (и экономически более эффективной) контекстной рекламы [Там же]. Развивается и обратный процесс — крупнейшие стриминговые сервисы, такие как Netflix, определяют будущий контент (темы, актёров и даже скорость монтажа) на основе анализа своей аудитории, осуществляя с помощью data science [Cutler, 2021]. Перспективным становится процесс внедрения технологий data science в деятельность отборочных комиссий на кинофестивалях и кинокритиков. Так, уже несколько лет ИИ выполняет функции куратора на крупном международном сервисе по размещению и продаже профессиональных фотографий EyeEm. Вопрос формирования аналогичной системы в кинопроизводстве пока тормозится необходимостью использования гораздо больших вычислительных мощностей.

Перспективы радикальных изменений в кинопроизводстве и киноанализе, вызванные применением технологий data science, неизбежно ставят вопрос как о культурных, так и экономических последствиях для всего общества. Влияние ИИ на эстетику сегодня изучается во множестве аспектов на междисциплинарном уровне. При целом ряде опасных тенденций, о которых говорят учёные, невозможно отрицать важную положительную эгалитарную составляющую. Технологии data science, с одной стороны, упрощают кинопроцесс, способствуя включению в него большего числа субъектов (подобно массовой доступности съёмочных камер в последние годы), с другой стороны, они помогают охватить этот перманентно расширяющийся поток кинопродукции для более объективного и широкого поиска востребованных произведений и создающих их кадров.

В экономическом плане речь в первую очередь идёт об оптимизации — кадров (с негативными последствиями в виде сокращения специальностей, понижения их социально-экономического статуса) и рутинных операций в производстве (с соответствующим повышением экономической эффективности). Разработчики проектов, внедряющих ИИ в отрасль, уверяют, что о полной замене человека компьютером речи не идёт. Наоборот, программы помогают избавить творческих работников от рутинных операций [Марков, 2021]. Однако неизбежен вопрос дальнейшей судьбы тех работников, для которых данные операции составляли суть профессии, а взаимодействие с искусственным интеллектом требует от них кардинального переобучения.

В любом случае активное внедрение автоматизации в производственные и аналитические процессы в области кинематографа неизбежно, и дальнейший вектор развития этого направления, его последствия для общества зависят, в том числе, и от мирового научного сообщества.

ДОБАВОЧНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ ПОСТСОВЕТСКОГО СУБЪЕКТА: ПОТРЕБЛЕНИЕ ВЕЩЕЙ И РОЛЬ ИСКУССТВА

THE ADDITIONAL PLEASURE OF POST-SOVIET SUBJECT: CONSUMPTION CHOICES AND ART

В качестве основной доминанты современного постсоветского субъекта предлагается понимать потребность потребления, находящуюся в фокусе критики капитализма (П. Мейсон, Л. Болтански). Данная потребность соотносится с приобретением вещей, маркирующим определённый социальный статус, зачастую в избыточной форме (будь то навязчивое приобретение брендовых вещей класса «люкс» или последних моделей гаджетов).

В последние 30 лет вещи были доступны не всегда — Generation Pepsi (В. Пелевин) помнит пустынные полки «лихих 1990-х», доставшиеся в наследство от руинированной Империи. Впрочем, хлынувший поток западных товаров и прочих приятных миру вещей восполнил дефицит, благотворно оживлённый волной рекламы. Отбыть очередь в первый McDonalds, отпить первой Coca-Cola, обрядиться в первый Levi's... Наслаждение от обладания этими вещами застыло навеки в сердцах целой плеяды постсоветских граждан, желающих быть современными.

Демонстрация владения объектами современного искусства оказывается маркером представителей «праздного класса», актуализируя классическое понятие Торстена Веблена. Своего рода (де)сакрализация образов западного и советского мира — предмет рефлексии актуальных художников, среди которых особенно можно отметить Виталия Комара и Александра Меламида, а также Александра Косолапова. В последние несколько лет в Московском музее современного искусства, научным сотрудником которого является автор предлагаемого доклада, прошли персональные выставки этих авторов.

В данном докладе планируется проблематизировать статус существования объектов искусства, осмысливающих основные символы постсоветской эпохи с использованием методологии media studies и visual studies, а также инструментария современной философии с обращением к творчеству упомянутых художников.

По итогам доклада предлагается сделать ряд выводов о характеристиках постсоветского субъекта применительно к практикам потребления и производства образов в аспекте критики насилия (И. Чубаров, Д. Агамбен, С. Жижек).

ПРЕПОДАВАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ КУРСОВ В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ COVID-19: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕПОДАВАНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ КУРСОВ ПО СОЦИАЛЬНЫМ НАУКАМ И ИСКУССТВУ

Данный доклад рассматривает проблему преподавания междисциплинарных курсов в целом и специфику их преподавания в эпоху онлайн-обучения в период пандемии COVID-19. В докладе будут рассмотрены опыты преподавания междисциплинарных курсов на примере зарубежных университетов и в СПбГУ. В докладе будут рассмотрены общие вопросы преподавания междисциплинарных курсов в области социальных наук и искусства, преподавания в дистанционном формате, а также сравнительный анализ междисциплинарного преподавания в областях социальных наук и искусства.

Рассолова Е. Н., Галкин К. А.

ВОЗМОЖНОСТИ «ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО» ИСКУССТВА: РАЗВИТИЕ САЙНС-АРТИНДУСТРИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

ВВЕДЕНИЕ

В условиях трансформирующейся реальности происходят стремительные изменения в привычном порядке вещей. Одним из трендов «новой нормальности» выступила креативная экономика, которая привела к появлению новых ниш занятости (к примеру, сайнс-арт). Произведения «научного искусства» имеют под собой серьёзную исследовательскую базу, опираясь на достижения учёных, но также обращаются к эмоциям, позволяя не только осмыслить, но и прочувствовать науку [Левченко, 2016]. В атласе профессий будущего имеется описание специализации «science-художник», однако професионализация этого направления ещё только начинается [Варламова и др., 2016].

Особенности современного сайнс-арта в том, что культура и искусство становятся терминологически равными, что позволяет рассматривать сайнс-арт не просто как искусство или одно из направлений искусства, но и как культуру в целом, т. е. область, которая представляет собой институт со всеми характеристиками института, наличием соответствующих атрибутов и правил [Galison et. al 2014; Veblen 2017].

Монетизация произведений сайнс-арта, доступная в перспективе, возможна через работу специализированных арт-резиденций и индивидуальных инициатив, а также посредничество специализированных цифровых платформ.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА

В основу исследования положены материалы полуструктурированных интервью с сайнс-арт художниками и преподавателями тематических магистерских программ из Санкт-Петербурга, Казани, Набережных Челнов, Томска ($n = 25$). В рамках темы рассмотрены особенности реализации индустрии сайнс-арт как сферы экономической занятости и формы переосмыслиения (ревитализации) потенциала разных городов.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Основным выводом исследования выступает определение локальных различий коммерциализации области сайнс-арт в условиях крупных городов и городов с малой ресурсной базой. Предложены пути развития индивидуальных инициатив и коллективов сайнс-артиндустрии как форм освоения урбанистического пространства разных городов.

Говоря о монетизации сайнс-арта и совершенствовании этого направления, можно отметить, что сегодня престиж направления, как и профессии, в целом растёт, появляются люди, заинтересованные в профессионализации, а также энтузиасти, которые представляют собой акторов, влияющих на профессионализацию и развитие направления. Также отмеченные в докладе траектории профессионализации сайнс-арта «сверху» и «снизу» позволяют судить о том, что у развития монетизации направления есть как минимум два пути: с одной стороны, создание профессии и её институционализация как наиболее эффективный путь на сегодняшний день в крупных городах России, а с другой стороны, развитие сайнс-арта в формате сообществ по интересам и включение в них как художников, так и учёных, в том числе специалистов и преподавателей семинаров и воркшопов.

Однако следует отметить и общий рост заинтересованности к данному направлению, а также развитие сайнс-арта не только в крупных городах, но и в городах с меньшей численностью населения.

Рахматуллин С. С.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ АЗИАТСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ В ЭПОХУ СТРЕМИТЕЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КИТАЙСКОЙ КИНЕМАТОГРАФИИ

ECONOMIC TRANSFORMATION OF ASIAN FILM INDUSTRY IN THE ERA OF THE RAPID DEVELOPMENT OF CHINESE CINEMATOGRAPHY

Как отмечают исследователи, КНР сегодня принадлежит самый быстрорастущий кинорынок в мире. В данном направлении Китай в 2012 году обогнал Японию и, тем самым, вышел на второе место по валовым кассовым сборам в Азии. Сегодня экономический рост киноиндустрии

государства характеризуется ежегодными тридцатипроцентными показателями, как и в течение всех последних пяти лет.

В 2016 году общее количество кинозалов в Китае превысило их наличие в США: 49 000 по сравнению с 40 928 [1], а в 2022 году большинство экспертов предсказывают соответствующее суммарное превышение государством всего североамериканского рынка киноиндустрии. После феноменального коммерческого успеха фильма «Война волков 2» — блокбастера, снятого в Китае и собравшего в нем около 875 млн долларов США, активно начали выпускаться другие отечественные кассовые хиты, такие как «Операция в Красном море», «Умираю, как хочу жить» и высокобюджетные научно-фантастические фильмы: «Задача трех тел», «Сумасшедший пришелец», «Блуждающая земля», которые упрочили в стране статус кино высокого по экономическим показателям уровня.

В результате, во многом благодаря развитию китайского рынка кино в последнем десятилетии, годовой валовой сбор киноиндустрии Азиатско-Тихоокеанского региона составил 14,9 млрд долларов США, что является самым высоким показателем среди всех континентов и регионов мира [2]. Такой финансовый рост привел к тому, что высококачественная азиатская кинопродукция, в основном из Японии, Южной Кореи, Индии и развивающихся стран Юго-Восточной Азии, распространилась на глобальный кинорынок с целью связать ее с международной аудиторией через мировые коммерческие и артхаусные кинотеатры, крупные кинофестивали и цифровые платформы. Сегодня кинематографисты и продюсеры всего мира также все чаще обращаются к Азии для расширения своей аудитории и поиска новых партнеров.

После огромного коммерческого успеха биографической индийской драмы «Дангл», китайские кинокомпании расширили область своего присутствия в Индии и стали привлекать к сотрудничеству таланты и специалистов из различных развивающихся в направлении кино азиатских регионов, а также скупать всевозможные соответствующие технологии и технику у соседних государств [3].

Таким образом, азиатская киноиндустрия в настоящее время переживает значительную экономическую трансформацию, подкрепленную и во многом обусловленную стремительным развитием китайской кинематографии.

Савченкова Н. М.

LANDSCAPERS: ОПЫТ ЭКОНОМИКИ ВОЗВЫШЕННОГО

Детективный жанр всегда служил лабораторией опытов субъективации в контексте практик истины. В последние годы зритель имеет возможность наблюдать радикальное переосмысление детективного жанра при сохранении его ключевых параметров. Истина и субъект по-прежнему в центре внимания, однако то, что с ними происходит, заслуживает более пристального изучения.

Британский сериал «Landscapers» представляет собой один из таких прецедентов. Временная структура сериала погружает нас в параллельность процессов, смысл которых полностью противоположен. Прежде всего, мы имеем дело с группой профессиональных копов, которые со страстью и на высокой скорости расследуют старое преступление. Их влече-

и стремление к справедливому возмездию носит предельно аффективный характер. Им противостоят пара преступников, которые всё больше запутываются и замедляются в своём движении. Конфликт между быстротой и медленностью как бы размывает жанровую структуру, порождая несоразмерность между усилием раскрытия тайны и самой тайной. Эта несоразмерность ещё более интенсифицируется благодаря тому, что внутренний мир пары преступников в процессе расследования обнаруживает характер «цветущего сада» кинообразования и вымышленного мира, так что чем ближе мы к истине реального, тем дальше от всякой реальности вообще. И, наконец, третий параллельный процесс вовлекает в свою орбиту категории богатства и нищеты. Герои совершают преступление исключительно ради денег, причём не ради абстрактного богатства, а в целях обладания совершенно конкретной суммой, хранящейся на счетах жертв. Мы встречаемся с персонажами этой истории в тот момент, когда деньги заканчиваются. Они заканчиваются совсем, и герои не имеют никаких источников, откуда можно было почерпнуть средства к существованию. Метафизическая кульминация фильма, на наш взгляд, имеет место в поезде, когда герои, возвращаясь в Британию, на встречу с теми, кто будет расследовать их историю, считают оставшиеся евро и королевским жестом тратят их на чашку кофе.

Именно это напряжение параллельных процессов станет предметом данного доклада.

Салмин Л. Ю.

ДО И ПОСЛЕ «ЧЁРНОГО КВАДРАТА». ЗАМЕСТИТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ АВАНГАРДА В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНЦИИ ЭКОНОМИКИ И ИСКУССТВА

BEFORE AND AFTER «BLACK SQUARE». SUBSTITUTIVE PRACTICES OF AVANT-GARDE
IN THE CONTEXT OF CONVERGENCE OF ECONOMICS AND ART

Круг новаторских явлений культуры начала XX века, претендовавших на радикальное изменение языка и смыслов искусства, получил в истории название «Авангард», что значит «находящийся впереди, опережающий, выдвигающийся за временную границу сегодняшнего дня». Однако имена и феномены, течения и творческие программы, обозначаемые этим словом, находятся в прошлом, они уже давно вписаны в историю. В частности, русскому авангарду уже больше века. Это даёт основания рассматривать его как предмет «ближней археологии», т. е. как объект не столько искусствоведческого, сколько культурно-исторического анализа. Такой ракурс позволяет в новом свете увидеть отношения мира искусства с миром экономики до и после той границы, которая проведена авангардом в развитии художественной культуры, условно говоря — до и после «Чёрного квадрата».

Культура XIX века, продемонстрировавшая, с одной стороны, исчерпание изолированной логики экономического рационализма, а с другой стороны, — явившая картину «усталости» классического искусства, довела до окончательного, зримого противоречия дискурс экономики и дискурс искусства. Означенное противоречие находит разрешение в авангарде, который

производит кардинальное замещение образов и языков, художественных ценностей и эстетических идеалов классического искусства, замещение всей его метафорической риторики. Материалом такого замещения становятся, помимо прочего, выраженные в форме художественных образов категории экономического сознания. В практиках авангарда *Homo economicus* и *Homo ludens* синтезируются в сквозной (как для экономики, так и для искусства) концепт *Homo faber*. Когда, с одной стороны, поиски новизны внутри художественной культуры доводят до полного аналитического разложения изобразительные и пластические языки традиционного искусства (с неизбежной утратой прежних смыслов), с другой стороны, генераторы экономических теорий наталкиваются на пределы возможностей описания мира в категориях капитала, товара, денег, труда, обмена и т. д. Авантюрист аккумулирует экономическую риторику и вводит её в практики искусства, делая инструментом замещения языка, образов и смыслов. В свою очередь, и экономика впитывает категории искусства авангарда, отражающие его ключевые ценности (прежде всего, креативность и футуризм мышления), а значит, также изменяет собственный язык и смыслы. Этот встречный процесс можно рассматривать как путь конвергенции экономики и искусства, в ходе которой рождается их метасемиозис, требующий подробного изучения.

В искусстве авангарда (в частности, в живописи и поэзии) образ человека, с одной стороны, мыслится как идеал творца (что вполне вписывается в классическую традицию с её культом богов и героев), а с другой, — предстаёт как безличный материал творения, социального конструирования. При этом с фигурой demiourga, как правило, ассоциирует себя сам художник-авантюрист (концепт художника как Творца — сквозной мотив многих теоретических рефлексий авангарда), тогда как «человеческий материал» превращается в массу, в некую пластическую субстанцию на творческой палитре автора-Создателя. Такая десубъективизация человека в дискурсе авангарда не просто симптом замещения эстетической риторики искусства pragmatischen ritorikой экономики, она означает как вытеснение прежнего языка, так и трансформацию смыслов. Исчерпавший себя в сфере экономики рационализм описания мира оказался для русского Авантюриста ресурсом самопрдвижения и институционализации. Опыт взаимодействия представителей авангардного искусства с молодой властью большевиков в годы революции и позже, вплоть до середины 30-х годов, свидетельствует о принципиальном изменении ценностей художественного сознания и о попытках вписать новое искусство в систему общественно-экономических и политических практик. Каземир Малевич, неоднократно занимавший те или иные должности в раннесоветских госучреждениях культуры, то и дело противопоставлял классическому искусству, «опомаженному и опудренному вкусом эстетизма», экономический по своей сути жест полного освобождения от человека и всякого миметического нарратива. И даже там, где футуризм, по его словам, уходит от писания «женских окороков» и «гитар при лунном свете» [1] к чистым (и, опять же, вполне экономическим) категориям «мяса» и «машины», Малевич видит тупик искусства, декларируя в качестве выхода и перспективы «Мир как беспредметность», очищенную от отражения человека стерильную задачу собственно живописи как абстрактного конструирования с помощью инструментария формы, цвета и света.

Таким образом, авангард, как это ни странно, довольно быстро исчерпывает сам себя в практиках замещения форм и смыслов традиционного искусства рафинированными, герметическими категориями рационализма, уступая эмоциональный дискурс сфере экономики, которая спустя века свободно оперирует такими понятиями, как креативные индустрии, игровые рынки, метавселенные и т. д.

СЕТЕВОЙ КАПИТАЛ В ЦИФРОВОМ ИСКУССТВЕ

NETWORK CAPITAL IN DIGITAL ART

В современной ситуации социальные взаимосвязи выстраиваются в форме сетей, которые могут пониматься как системы конкуренции, где ключевые «узлы» коммуникаций борются за гиперссылки («линки»), поскольку большее количество ссылок делает тот или иной «узел» жизнеспособнее и активнее. Как отмечает немецкий исследователь новых медиа Н. Больц, для Интернет-экономики и цифровой культуры в первую очередь важна ценность сетевых связей, которая определяется как «социальная прибавочная стоимость», когда предпочтения потребителей складываются в соединения, позволяющие сформировать социальные сети [1]. Основным принципом функционирования такой системы становится возможность наращивания «сетевого капитала» за счёт установления как можно большего числа соединений и связей в масштабе каждой отдельной сети, а также контактов с другими сетями для последующего формирования гиперсетей. В таких условиях любой проект или продукт становится производным (выражением) количества связей, которые привлекли пользователей, поскольку сам акт соединения считается более важным, чем то, что при этом передаётся. В виртуальных сообществах разрыв связей и их «склеивание» действуют одновременно, охватывая весь спектр деятельности этих сообществ в сферах производства, потребления и социальной помощи. Для любого из них характерна изменчивая динамика отношений близости и взаимодействия, при которой возрастает объём как инклузии (включения), так и эксклюзии (исключений).

Социальные медиа усиливают взаимодействие между партнёрами «ближнего» и «дальнего» круга общения, передавая импульс вовлечённости в происходящее по цепочке социальных связей. Данный эффект «привлечения-вовлечения» в электронных социальных сетях активно проявляется себя в различных художественных практиках актуального искусства, прежде всего, такого направления, как нет-арт (сетевое искусство). Оно предстаёт как разновидность медиа-арта, объединяющая различные виды эстетических и художественных практик, реализуемых в сети за счёт технических возможностей Интернета. Нет-арт может существовать только во «всемирной паутине», поскольку никакие проекты данного направления вне сети представлены быть не могут. Художники пытаются представить сеть как эстетический объект, подчёркивая специфику её архитектоники, визуальные аспекты гипертекста, точек доступа, браузера и компьютерной графики. Также разрабатываются интерактивные коммуникационные проекты, предполагающие непосредственное участие пользователя за счёт возможностей интерфейса, гипертекстовых ссылок и т. п. К сожалению, данное направление не вышло за рамки отдельных авторских проектов и частных инициатив, поскольку их сетевой капитал оказался слабо конвертируем в финансовый, что не позволяет развернуть полноценную систему обмена, накопления и валоризации в условиях современного арт-рынка.

Однако инновационные попытки развития нет-арта привели к пересмотру традиционных представлений о природе искусства на основе перцептивного и эстетического опыта пользователя сети, приводящего к расширению и трансформации чувственности, изменению самой субъектности, что отражено в работах таких теоретиков современного искусства, как Ж. Ранссер [4], М. Раш [5] и М. Хансен [7]. Другое направление представлено социально-критическими концепциями А. Трэски [6], П. Гилена [3] и Н. Буррио [2], которые подчёркивают, что ключевые аспекты медиальности, проявившиеся под влиянием новых форм визуальной презентации в цифровом компьютерном искусстве, Интернет-сетях и мобильных гаджетах, неизбежно

приводят к социальным изменениям. Идеи указанных авторов оказываются взаимосвязаны при трактовке роли новых медиа в современном искусстве и общем социокультурном контексте, когда указанные теоретические направления не вступают в противоречия, но взаимно дополняют друг друга.

Сергиеvич Т. В.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВА ЗНАКОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

COMMERCIALIZATION OF CULTURAL CAPITAL IN THE CONDITIONS
OF FORMATION OF SIGN CONSUMPTION SOCIETY

Общество знакового потребления характеризуется массовым интенсивным потреблением благ, основополагающим функциональным назначением которого является демонстрация социального статуса индивида и возможности мобильности этого статуса с использованием механизмов социальной дифференциации и принадлежности на основе сложившихся в данной культурной среде технологий знаковой коммуникации. Интенсификация потребления обусловлена не только и даже не столько более полным удовлетворением индивидами своих физиологических потребностей, оправданным постоянным стремлением к достижению экономического роста, сколько социальной логикой знакового потребления, важнейшей функцией которого становится отражение социального статуса индивида и возможности мобильности этого статуса, которая может принимать реальные или иллюзорные формы. Под иллюзорным переходом в другой социальный класс нами подразумевается симуляция повышения социального статуса индивидом на основе подражания представителям других классов, в первую очередь, в принципах поведения и потребления, представлениях (например, об искусстве, литературе и т. д.), предметном окружении (прежде всего, формах одежды, предметах домашней обстановки) и др., требующем минимум издержек. Разрыв между реальной социальной мобильностью, всё сложнее достигаемой в современном обществе, и иллюзорной социальной мобильностью увеличивается.

Одной из характеристик общества знакового потребления является активное накопление на уровне общества в целом, социальных субъектов и отдельных индивидов культурного капитала. Мы исходим из понимания культурного капитала как экономического ресурса, представляющего собой совокупность присущих индивиду умений, знаний, навыков, ценностных ориентиров, принципов и образцов поведения, общения и потребления, признаваемых социальной средой в сложившемся цивилизационном и социокультурном контексте.

Сквозь призму теоретических взглядов Ж. Бодрийяра, который последовательно раскрывает особенности системы манипулирования вещами как знаками, характерной для современного общества, выявлено противоречие между функциями предметов потребления, которые состоят в фиксации социального статуса и, напротив, в отражении стремлений обладателя к его динамике, что позволяет говорить о сложности механизмов социальной идентификации индивидов и групп [1, 2, 3]. Знаковая меновая стоимость предмета становится определяющим фактором

совершения потребительского выбора. В этих условиях становления общества знакового потребления важным источником наращивания экономического капитала является коммерциализация культурного капитала.

Социальная природа экономического акта потребления расширяет границы возможностей коммерциализации культурного капитала. Коммерциализация культурного капитала есть его конвертация в экономическую форму, при которой сокращение культурного капитала у его обладателя не происходит. Нарашивание экономического капитала посредством коммерциализации культурного капитала становится возможным благодаря производству в экономической системе общества, наряду с товарами и услугами, социального отношения, включая формирование потребностей и механизмов признания и общественного воспроизведения знаковой системы, конструирование связи производимых товаров с общепринятой знаковой системой, управление механизмами доступа различных групп населения к знаковым благам.

Сергевич Т. В.

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ: ПОПЫТКА КАТЕГОРИАЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ

CATEGORIAL DEFINITION OF THE CULTURAL CAPITAL

Под культурным капиталом нами предлагается понимать экономический ресурс, представляющий собой совокупность присущих индивиду умений, знаний, навыков, ценностных ориентиров, принципов и образцов поведения, общения и потребления, признаваемых социальной средой в сложившемся цивилизационном и социокультурном контексте.

Культурный капитал проявляется как в навыках, умениях, знаниях, установках, присущих отдельному индивиду, так и в межсубъектных взаимодействиях. Будучи встроенным в систему определённых культурных кодов, сложившихся в обществе, культурный капитал является формой социального отношения, поскольку вне общества и вне социокультурного и цивилизационного контекстов теряется потенциал его интерпретации.

Подобно человеческому капиталу и в отличие от капитала экономического, культурный капитал является неотчуждаемым. С течением времени уровень культурного капитала отдельного индивида, группы индивидов или общества в целом может как повышаться, так и снижаться. Передача культурного капитала в его объективированном состоянии — в форме картин, скульптур, ювелирных шедевров и прочих объектов, т. е. изменение отношений собственности, не сопровождается передачей его инкорпорированной формы — умением потреблять культурные блага (переживать определённый чувственно-эмоциональный опыт, интерпретировать знаки и символы, расшифровывать культурные коды).

Культурный капитал историчен и динамичен. При передаче культурного капитала в процессе воспитания, обучения, социализации, культурных практик совокупный объём культурного капитала в обществе увеличивается. Накопление культурного капитала на уровне общества

является важным фактором устойчивости его социально-классовой структуры. Историческая культура формирует общественные и социально-экономические институты, которые обуславливают развитие экономической системы общества (формируют институциональную среду экономической деятельности). Культура во многом определяет тип институциональной матрицы конкретного общества.

Культурная среда детерминирует поведение отдельных индивидов и социальных групп. Существующие в обществе ценностные ориентиры людей, правила и нормы во многом влияют на экономическую мотивацию индивидов, что формирует их экономическое поведение и, в частности, механизмы осуществления экономического выбора. Накопление культурного капитала на уровне отдельного социального субъекта (индивидуа или группы индивидов) может выступать в качестве фактора динамики его социального статуса. Соотношение культурного, социального и экономического капитала во многом определяет место индивидов в структуре отношений собственности и трудовых отношений.

Симакина М. А.

Ф. В. БУЛГАРИН — ЖУРНАЛИСТ, ПИСАТЕЛЬ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

F. V. BULGARIN — JOURNALIST, WRITER, ENTREPRENEUR

Последние несколько лет, во многом благодаря работам А. И. Рейтблата, биография и творческая деятельность Ф. В. Булгарина стали объектами активных научных исследований. В данной работе нам бы хотелось рассмотреть предпринимательские стратегии Булгарина как писателя, журналиста, издателя и помещика.

Ещё В. Зомбарт писал, что «предприниматель — это человек, который должен выполнить определённую задачу и который жертвует на это свою жизнь». В данном исследовании мы исходили из того, что Ф. В. Булгарин, будучи по рождению дворянином, вынужденно выстраивал свою жизнь как предприниматель.

Исходя из проведённых нами исследований, можно выделить три основных направления предпринимательской активности Булгарина. Во-первых, мы предполагаем, что к построению собственной карьеры писателя Булгарин подходил как к предпринимательскому проекту. Такой подход был во многом обусловлен происхождением Булгарина, экономическим и политическим развитием России в начале XIX века, а также особенностями развития книжного рынка как в России, так и за рубежом (в основном во Франции, Англии и Польше).

Во-вторых, предпринимательский талант Булгарина проявился в долгом и успешном проекте издания (совместно с Н. Гречем) ежедневной частной газеты «Северная пчела». При этом мы хотели бы отметить, что сам поиск варианта издательской деятельности и проекты, которые предваряли успех «Северной пчелы», явно демонстрируют нам предпринимательскую хватку и постоянный экономический расчёт, характерный для Булгарина-издателя (проект «Литературные листки» — поиск успешного формата, проект издания под покровительством министерства образования — внимание к организации сбыта и гарантиям распространения).

В-третьих, предпринимательская активность не покидала Булгарина, на наш взгляд, также в организации личной жизни и персонального пространства. Нам не много известно об экономике существования его имения в Карлово. Однако, по косвенным признакам, как-то: покупка дополнительной земли, попытки организации пансиона, взаимоотношения с местными помещиками, — мы можем предположить, что к управлению собственным поместьем Булгарин также подходил экономически (рационально) и был готов пробовать различные варианты стратегий в поисках предпринимательского успеха.

Конечно, следует отметить, что не все предпринимаемые Булгариным проекты были абсолютно успешными. Более того, его личная ориентация на прибыль для себя и сохранение собственных ресурсов, приводили к экономическим проблемам как окружавших его людей, так и партнёров по бизнесу. Но мы готовы рассматривать нелицеприятные человеческие поступки Ф. В. Булгарина как часть выбранной им модели предпринимательской активности.

Славинская О. А., Бураков Н. А.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ: РЫНОК ТРУДА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Человеческий капитал сегодня является одной из ключевых характеристик уровня экономического развития в стране [Florida, 2002]. На формирование такого нематериального актива большое влияние оказывают отрасли, которые принято относить к креативному сектору экономики. Именно поэтому в отношении подобных секторов государство сформировало определённый нормативный интерес для увеличения общественного благосостояния [Suriñach, Jordi&Moreno, Rosina, 2011].

Параллельно с формированием национального интереса к отраслям, создающим человеческий капитал, в научной литературе появляется большое количество публикаций, посвящённых анализу рынков труда в разрезе межсекторного различия уровней заработных плат [Шарунина, 2013, Лукьянова, 2021]. Актуальность таких исследований заключается в том, что наличие межсекторного разрыва в заработных платах может способствовать развитию таких социальных и экономических явлений, как негативный отбор в бюджетный сектор. Вследствие такого отбора в данном секторе с большей вероятностью будут заняты работники, имеющие более низкую квалификацию и невысокую производительность труда.

При этом одной из причин данного разрыва можно считать именно институциональный механизм формирования заработной платы, так как зарплата в бюджетном секторе скорее определяется в результате политических и бюрократических торгов на федеральном уровне, с учётом ограничений в бюджетных средствах бедных регионов и количества занятых в соответствующих отраслях.

В силу того, что сфера культуры подвержена «болезни цен Баумоля» [Baumol, Bowen, 1966], это приводит к значительному отставанию темпов производительности труда в организациях культуры от общеэкономического. Данная закономерность подтверждается в различных эмпирических исследованиях [Nordhaus, 2008; Fernandez, Palazuelo, 2012; Рубинштейн, 2012; Rubinshteyn, 2013a, 2013b; Burakov, Slavinskaya, 2018]. В результате этого стандартные рыночные

механизмы роста заработной платы не работают, и, следовательно, заработка платы работников отраслей культуры определяется непосредственной проводимой бюджетной политикой учредителя данных организаций. Исходя из этого, разрыв заработной платы между культурой и экономикой можно трактовать как индикатор социальной значимости труда в данной сфере как с точки зрения страны в целом, так и отдельных регионов [Рубинштейн, Славинская, 2015].

На основании изложенного можно сделать предположение, что определённые региональные характеристики, в том числе и отдельные элементы проводимой социальной политики, могут оказывать влияние на наличие и динамику разрыва в зарплате между культурой и экономикой в целом. Вместе с тем для отраслей культуры данный анализ является крайне важным и актуальным, так как позволяет, во-первых, оценить социальную значимость труда в отдельных отраслях культуры и обеспечивает межрегиональные сравнения; во-вторых, даёт возможность проследить динамику данного индикатора и понять, как меняется социальная значимость, которая связана непосредственно с субсидированием отраслей культуры; в-третьих, такой анализ важен с точки зрения мониторинга выполнения майских указов Президента РФ 2012 года о «доведении средней заработной платы работников учреждения культуры до средней заработной платы в соответствующем регионе».

Также ввиду утверждения «Концепции развития творческих (кreatивных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» стало актуальным изучение влияния рынков труда в креативных индустриях на региональный экономический рост. В рамках данного исследования предполагается эконометрическая оценка композитных факторов [Бураков, 2021], сформированных на основе региональной статистики, отражающих основные тенденции на рынках труда соответствующих сфер деятельности, а также наиболее информативные показатели экономического роста в регионах.

Работа основывается на региональном анализе рынка труда и влиянии его на экономику субъектов РФ в таких сферах культуры, как исполнительские искусства (театры и концертные организации) и музеи. Особое внимание будет уделено анализу различия в заработных платах. Данный показатель будет измеряться не в фактических значениях, а как соотношение зарплаты в отрасли культуры к средней по региону. Тем самым можно увидеть различия в социальной значимости труда работников креативных индустрий в регионах РФ. Кроме анализа состояния рынка труда, необходимо попробовать выделить характеристики экономической и политической среды региона, которые оказывают влияние на формирование оплаты труда. Это, возможно, позволит объяснить существующую дифференциацию условий труда как на уровне различных сфер культурной деятельности, так по субъектам РФ.

ВЗДОХ НА РУИНАХ: ПОСМОТРИТЕ НА МУСОР ПРОЦЕССА ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

A SIGH ON THE RUINS: SEE DISPOSAL OF THE SPATIAL ECONOMY PROCESS

There is no doubt that China's urban regeneration since the reform and opening-up has been one of the largest spatial economic events in human history. Amid such rapid urbanisation, demolition has become a very important urban imagery and one of the most concerned artistic motifs for contemporary Chinese artists. This article will examine how art responds to economic activity by focusing on performance artists who work on demolished ruins.

In the process of demolition and relocation, the residents' daily lives were destroyed. The artists were quite keen on that and dug deeper into the feelings and emotions involved. For example, in Li Wei's work "Falls into the relics", he plunged his head into the rubble, as if falling from the sky. He sought to convey a feeling of "having fallen headfirst into the unknown and of having nothing firm under one's feet".

Rongrong's works also addressed the breakage of emotion. He focuses on the remnants of the demolished ruins, where posters from previous owners remain on the walls, private traces that were made public as the house was forcibly cut open, but left untouched in the ruins. Not only are emotions and memories fractured in space and time, but the subject are nowhere to be found, as explored in Liu Bolin's series "Invisible". He paints himself all over, making himself completely invisible in the ruins behind him.

Artists such as Ying Xiuzhen and Song Dong have tried to preserve the memory by collecting the debris of the ruins and reassembling them. However, by reassembling these broken tiles and old door signs, what they have composed is a narrative that has lost its subject and carries only broken nostalgic feelings.

At the same time, the new and commercially valuable spectacle contrasts with the demolished ruins. In Zhang Dali's "Human Head Series", his head icon is either painted or chiselled into the walls of demolitions, with new high-rise buildings in the distance or protected old buildings juxtaposed against in the photographs. Here the artist's icon gives his physicality to the old ruins, seemingly in dialogue with the built-up objects. But interestingly, the stronger the nature of the built object as a spectacle, the more the detailless head embodies an inverse force that will not be remembered and at the same time will not last, pointing to what is in fact an unfruitful dialogue.

Zhan Wang's work on ruins is a more literary irony. In his work "The Ruin Removal Project", he tried to restore a corner of the demolition ruins, cleaning the bricks and re-painting the doors and windows, like a serious doctor did his best to "save" the ruins. But ironically, the "wounded" was quickly destroyed by a bulldozer before it could recover. The artist made an absurd parody of economic construction and meanwhile conveyed the fragility of everyday life banteringly.

Founded on empathy and solicitude, these performance arts lament and mourn the powerlessness of the daily life in the spatial economic process, emphasise the significance of the daily experience, and make a critique of the economic process of urbanisation. Meanwhile, they are deeply aware that the emotional and physical experience will inevitably fail to integrate with the urban consumer picture, for they are precisely what is rejected by the consumerist way of life. Their art is a "negative image" in contrast to the urban spectacle, emphasising the absence of the subject in the ruins and the disembodiment and obscuring of daily life in this massive spatial economic activity.

Furthermore, this process points to an important part of the economic process: the disposal, which is destined to be abandoned in the soaring economic system, because they are not economically productive

and their retention is not conducive to the multiplication of capital. But the artists make the rubbish itself an EVENT, they dissect the confusion and sorrow within the rubble with their actions on top of it, recalling the emotions and memories of being human within it. Whether it is an act of claptrap or deep concern, they highlight the disposal of economic activity, completing what the economic perspective has neglected and abandoned, that is, completing the “real”: the ruin as a kind of rubbish, standing outside the economic production chain, but it exists and contains the daily life that has been expelled by capitalist economic growth. It is not economically productive, but it does not mean that it can be easily vulgarised either, it needs to be taken seriously. The “being seen” of this imagery is in opposition to the violence of economic structures.

Терещенко П. А., Вишневская П. К.

ОТ РАЦИОНАЛЬНОГО К АФФЕКТИВНОМУ: ЦИКЛИЧНОСТЬ В ЭКОНОМИКЕ И ИСКУССТВЕ

Экономика и искусство являются формами социальной жизни человека, через которые он транслирует во внешний мир как свои представления об объективных и ценностных категориях, так и свой чувственный и личностный опыт. Таким образом, в этих дисциплинах, где человек в большей или меньшей степени является движущей силой их развития, можно предположить проявление рационального и аффективного начал, свойственных взаимодействию человека с окружающей действительностью. В нашем исследовании мы соотносим эти два направления в экономике и искусстве, выявляем синхронность или асинхронность их развития, а также раскрываем внешние факторы, влияющие на эту динамику.

Прежде всего, мы раскрываем оппозицию аффективного и рационального вне привязки к той или иной дисциплине. В рамках данного исследования рациональное мы стремимся понимать как диктат определённых ценностей, норм и идейных предписаний, что коррелирует с ценностно-рациональным мотивом социального действия, по Веберу (1990). Аффективное, в свою очередь, мы рассматриваем как отсутствие осмысленно ориентированного действия [Вебер, 1990]. Таким образом, в отличие от рационального, аффективное оказывается свободным от рационализирующих установок и является вне-текстуальным и вне-дискурсивным [O'sullivan, 2001].

Далее мы выделяем три этапа развития экономики и искусства, которые позволяют предложить существование циклов превалирования рационального и аффективного в этих дисциплинах: с начала XX века до окончания Второй мировой войны, затем с послевоенного периода до кризиса 2008 года и с конца 2008 года до наших дней. Границы этих периодов обозначены определённой сменой парадигмы.

До Второй мировой войны западная экономика находилась во многом под контролем государства, которое использовало её для поддержания единства колониальных империй, так как при возникновении конфликта между интересами экономическими и национальными последние оказывались наиболее значимыми [Coleman, 1957]. Искусство, в свою очередь, испытывало влияние главенствующих политических идеологий, примером чего явились политизация искусства в СССР [Беньямин, 1996], а также подчинение художественных произведений

пропагандистским целям в контексте нацистской Германии [Fischer, 1997]. Вторая мировая война ознаменовала кризис предыдущего этапа развития, и в послевоенный период в западной экономике начался переход к deregулированной рыночной структуре [Фридман, 2016]. Искусство, в свою очередь, перешло к постмодернизму, где произошло разрушение метаарретивов модернистской эпохи [Лиотар, 1998], и, дистанцировавшись от внешнего влияния, оно стало эстетическим пространством, позволяющим человеку удалиться от исторической реальности и пережить аффект [O'sullivan, 2001]. Однако кризис 2008 года ознаменовал собой возвращение к предшествующей парадигме. После него экономисты переосмыслили финансовую deregуляцию, которая во многом способствовала развитию кризиса: минимальный контроль со стороны регуляторов и увеличивающаяся прибыль создавали иллюзию того, что это может продолжаться бесконечно [Friedman & Posner, 2011]. После кризиса, помня обо всех разрушениях, которые принёс эксперимент с рыночной свободой, она оказалась подчинена логике социальной ответственности и экологической повестки [Нельсон, 2015]. Искусство в XXI веке снова ощутило диктат социально-политических установок: в контексте новой этики общественно-значимая направленность стала обязательным условием для его функционирования под угрозой отмены [Cavna, 2019].

Таким образом, в данном исследовании нам удается показать синхронность превалирования рационального или аффективного начал в экономике и искусстве, а также влияние политических процессов на эту динамику, что позволяет предположить дальнейшее развитие дисциплин в рамках выводимой цикличности.

Тонковидова А. В.

НЕСТЯЖАТЕЛЬСТВО В АСПЕКТЕ ЭСТЕТИЧЕСКОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО: РЕЛИГИОЗНАЯ СОЦИАЛЬНОСТЬ, СВЕТСКАЯ СОЦИАЛЬНОСТЬ, РЕЛИГИОЗНО-СВЕТСКАЯ СОЦИАЛЬНОСТЬ (НА МАТЕРИАЛАХ УЧЕНИЯ С. Н. БУЛГАКОВА)

NON-POSSESSIVENESS IN THE ASPECT OF AESTHETIC AND ECONOMIC:
RELIGIOUS SOCIALITY, SECULAR SOCIALITY, RELIGIOUS-SECULAR SOCIALITY
(BASED ON THE TEACHINGS OF S. N. BULGAKOV)

Вопрос возможности реализации нестяжательства в искусстве и в экономике раскрывается в учении С. Н. Булгакова, где можно прослеживается описание реализации в обществе трёх типов социальностей: религиозной, светской и религиозно-светской.

Нестяжательство возможно в религиозной социальности, в «странствовании», где религиозное заслоняет эстетическое через «аскетически регулируемую культуру» с идеалом «добровольной бедности» и «благотворительности», эсхалотологизмом, внеисторичностью, гипераскетизмом, определённостью трансцендентным, божественным [1, с. 189, 278].

Исходя из булгаковских текстов, светская социальность «героизма» определяется имманентными ценностными ориентирами, религиозное заменяется эстетическим, обусловливая

поклонение искусству, но вне «духовного подвига», пассивно, возможно превращение личности в «безличный рефлекс экономических отношений». Ценность нестяжательства нивелируется [1, с. 209, 338].

В работе «Свет невечерний» С. Н. Булгаков отмечает, что возможен переход к религиозно-светской социальности, к «подвижничеству». Искусство преодолевает светскость и религиозность, их односторонность, искусство «на грани двух миров», просветление и преображение свойственно искусству, благодаря которому мы можем найти ответ на вопрос о нахождении новой религиозности в современном нам обществе [2, с. 589].

Можно отметить, что, по С. Н. Булгакову, нестяжательство присуще, прежде всего, религиозной социальности.

Тульчинский Г. Л.

ЭКОНОМИКА И ИСКУССТВО: ВСТРЕЧА В ЦИФРЕ

Обычно экономика и искусство противопоставлялись по направлениям: pragматическое и эстетическое; рациональность и гармония; ценообразование, соответствующие стратегии продвижения и т. п. В условиях общества массового потребления в цифровом изводе практически все такие противопоставления резко сближаются, если не сходятся.

Артефакты искусства и связанные с ними практики (создания, презентации, рецепции) в той же степени, что и экономическая деятельность (производство товаров и услуг, их потребление) предстают выражением всё более интегрируемых цифровых кодов, частью единой алгоритмической системы, каковой становится культура в целом.

С одной стороны, это продолжает тренд общества массового потребления, когда артефакты искусства предстают как товары и услуги, а экономическая продукция позиционируются в качестве брендов, подобно артефактам искусства обещают реализацию желаемых переживаний, пользуются легендированием, нарративами волшебных историй о магических артефактах, обладание которыми открывает дверь в царство мечты.

В этом плане и артефакты искусства, и продукты современной экономики сопрягаются с символическим капиталом, связанным с переживаниями и эмоциями, когда ценообразование обусловлено не столько издержками производства меновой стоимости (*der Tauschwert*), сколько порождением социальной ценности (*der Wert*). При этом важную роль играютнейминг, продвижение, специальные события, копирование и диверсификация (повторы как аура привлекательности), общественное воспроизведение (мнения экспертов, знаменитостей, групп поддержки, «фанатов», носителей *identity* как сопричастности артефакту, носителей «общего опыта»). В этой ситуации искусство, культурные индустрии выступают триггером дополнительной аренды, создавая заделы протобррендов, а экономическая деятельность поставляет новые предметы потенциальной эстетизации.

С другой стороны, цифровые технологии транслируют информацию в объёмах, мало доступных для рефлексии и осмысления, и чрезвычайно быстро. В этой ситуации либо эстетизация и есть буквально сам этот поток данных на экранах мониторов и гаджетов, либо фактическая цифровая десубъективизация этого потока элиминирует эстетизацию. Более того, современная

цифровизация создаёт искусственную среду, втягивающую уже не только естественную среду, но и биологическую природу человека, который из пользователя опций превращается в одну из опций, в инструмент и артефакт. Эстетизация как особое переживание порождается эмоциями. Но машинный алгоритм лишён эмоций. Если трансляции оцифрованных данных — эстетизация, то она вне- и бес-человечна, или выражается только в факте владения цифровым кодом, как в случае NFT-арта. Данная ситуация является вызовом не только для эстетики, но и для осмысливания перспектив человеческой цивилизации и антропологии.

При этом экономика, в той же степени, что и искусство, стала ориентироваться на субъектность, примером чего может служить прекариат и возникновение экзистенциальной ренты, когда сами формы жизнедеятельности, оставляющие цифровые следы, монетизируются посредством обработки больших данных и маркетинга подталкивания.

В обоих случаях цифровизация высвечивает ключевую проблему субъектности как источника, инструмента и результата преадаптивности, обеспечивающей развитие цивилизации.

Фёдоров В. П.

ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРЫ: СТИМУЛЫ К ВОЗВРАЩЕНИЮ В ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБОРОТ

CULTURAL MONUMENTS: INCENTIVES TO RETURN TO ECONOMIC CIRCULATION

Проблема экономически целесообразного использования памятников культуры пока не находит адекватного решения. Желание сохранить памятники в максимально аутентичном виде имеет экономический смысл как материальная основа туристической отрасли. Последней нужны артефакты. Однако само сохранение аутентичности настолько затратно, что приемлемой бизнес-модели не складывается.

Возникающий дисбаланс проявляется либо как сохранение избранного числа памятников, либо как деградация, вплоть до физического разрушения оставшегося корпуса памятников. Эта проблема является универсальной. Она менее остро стоит в относительно богатых странах (регионах) с короткой историей. И она чрезвычайно остра в небогатых странах (регионах) с богатой историей. Что можно сделать? Можно ли предложить экономически эффективную модель, которая бы ликвидировала возникающий дисбаланс?

Как известно, все объекты недвижимости, которые так или иначе включены в хозяйственный оборот, облагаются налогом на имущество. Для памятников архитектуры возможно введение «отрицательного налога», который был бы дифференцирован в зависимости от юридически закреплённой категории памятника. Чем выше категория и чем существеннее износ, тем выше ставка отрицательного налога. Соответственно, учреждение, которое отвечает за сохранность памятников, получило бы средства изначально для консервации памятника, а затем и для его реставрации.

Что это могло бы стоить для бюджета? В этом случае признание объекта памятником, допустим, федерального значения обязательно сопровождалось бы установлением отрицательного

налога и возникновения источника финансирования его восстановления (консервации и т. п.). Соответственно, признание памятником регионального значения в качестве следствия несло возникновение обязательств регионального бюджета. Дифференциация категории охраны также сопровождалась бы дифференциацией ставки «отрицательного налога».

Дифференциация финансирования и его точная адресная привязка стала бы важным институциональным решением, создающим стимулы как к ответственному принятию решений по установлению статуса памятника и категорийности охраны, так и по целевому расходованию средств на консервацию, охрану и реставрацию памятников в стране.

Наконец, на основе базисной системы отрицательного налогообложения возможно создание вторичной системы финансирования — страхования и кредитования.

Фёдорова Н.

ЗАВИСИТ ЛИ СТИЛЬ ОТ ЭКОНОМИКИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИРОДЫ РАЗЛИЧНЫХ ЦИФРОВЫХ ВЕЩЕЙ: НЕТ-АРТ, ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО И NFT

DOES THE STYLE DEPEND ON ECONOMY: COMPARING DIGITAL OBJECTS: NET.ART, DIGITAL ART, NFT

Появление криптовалюты в 2011 году совпадает с движением цифрового материализма. До 2010-х был принято говорить о цифровых вещах, как о вещах, обладающих множественными поверхностями, или, как о множественных и нематериальных сущностях, которые не имеют окончательной формы, поскольку могут быть изменены как создателем, так и пользователем. Система блокчейна создаёт уникальный номер для каждой единицы цифровой валюты. Эта система позволяет закрепить для продажи единственную копию произведения цифрового искусства и создаёт рынок для таких произведений. Цифровое произведение в единственном экземпляре размывает прежние представления об эфемерной природе цифровых вещей и формулирует новые вопросы для теоретиков этого вида искусства.

Доклад ставит целью сравнить тенденции и стилистические особенности искусства нет-арта, платформенного капитализма, постцифрового искусства, а также традиционного и цифрового искусства на NFT-платформах (Damien Hirst Currency) и генеративного искусства на традиционных аукционах (Generative Art на аукционе Сотбис). Если платежи в криптовалюте принято сравнивать с платежами наличными по степени анонимности, то можно ли сказать что NFT-продажи возвращают искусство в эпоху до технического воспроизведения (Беньямин), делая лимитированными копии?

The emergence of cryptocurrency in 2011 coincides with the digital materialism movement. Until the 2010s, it was common to speak of digital things as having multiple surfaces, or as multiple and intangible entities that have no final form since they can be changed by either the creator or the user. The blockchain system will create a unique number for each unit of digital currency. This system allows

a single copy of a digital artwork to be secured for sale and creates a marketplace for such artwork. The digital artwork in a single copy blurs previous assumptions about the ephemeral nature of digital object and formulates new questions for theorists of this art form.

The paper aims to compare trends and stylistic features of net art, platform capitalism, post-digital art, and both traditional and digital art on NFT platforms (Damien Hirst Currency) and generative art on traditional auctions (Generative Art at Sotheby's). If cryptocurrency payments are commonly compared to cash payments in terms of degree of anonymity, can we say that NFT sales bring art back to an era before technical reproduction (Benjamin) by making limited copies?

Фролова Н. Ю.

ФЕНОМЕН РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКЦИОННОГО ДИЗАЙНА

Дизайн как один из феноменов культуры активно распространяет свое влияние на современное социокультурное пространство. Он внедряется в различные виды деятельности, а его проектная способность является фактором новых стратегических разработок в различных областях.

Одной из характерных черт меняющегося статуса дизайна является появление так называемых дизайн-арт-объектов. Феномен арт-дизайна возник во второй половине XX в. и связан с так называемыми малыми сериями, которые выпускались предприятиями к различным мероприятиям. Однако сегодня в пространстве современной культуры сформировался новый феномен — коллекционной дизайн. Детерминантами возникновения коллекционного дизайна являются современные трансформационные процессы. Как следствие этих процессов — новый статус дизайна в пространстве культуры.

Один из директоров Музея дизайна в Лондоне (Design Museum, London, England) Д. Суджич, размышляя о феномене коллекционирования, пишет: «иерархия, существующая в области коллекционирования, может обрушиться или перевернуться вверх дном» [2, с 96]. И это мы можем наблюдать уже сегодня. Сегодня наряду с коллекционированием одежды, мебели или плакатов, выпускемых массовым производством, существует и коллекционирование так называемых «малых серий» современных дизайнеров. Коллекционирование предметов дизайна является более доступным для потребителя в сравнении с коллекционированием предметов искусства. То есть каждый человек может начать коллекционирование, создавая свой мир. «Для коллекционера в каждой его вещи содержится — а на самом деле упорядочивается — целый мир» [1, с. 93].

Для рассмотрения феномена коллекционного дизайна нужно обратиться с арт-дизайну, феномену второй половины XX века. Появление термина арт-дизайна приписывают А. Пейну, руководителю отдела дизайна аукционного дома Phillip, который вывел предметы современного дизайна на рынок коллекционирования. С начала своего возникновения дизайн намеренно отказался от авторского «я» и это считалось одной из нормативных целей практики. Процесс проектирования опирался на универсализм проектируемой системы и, как следствие «расторжение» авторства продукта. Однако уже с середины XX в. наблюдалось проявление другого подхода, основой которого явилось раскрытие индивидуальных черт дизайнера и формирование новой парадигмы авторства в проектировании. В этом подходе ведущим принципом является именно авторское видение предмета, не связанное с теми или иными функциональными требованиями. Данный тип проектной

деятельности характеризуется эмоциональной направленностью поиска и оформления проектной идеи, опорой на поиск нового образа, которые дизайнер намеренно выделяет в своем профессиональном оснащении. Разграничение в дизайн-деятельности функционально и эмоционально-образного начал не явилось разрушением системы дизайна, а, напротив, утвердилось как диалектическое единство, создав предпосылки для появления нового феномена арт-дизайна.

Анализируя арт-дизайн в рамках его структурно-функциональной целостности можно, по мнению Т. М. Степановой и А. В. Степанова «выделить следующие модальности: *арт-дизайн как стиль*, что раскрывается в его специфической, декоративной, а зачастую и экстравагантной презентации образа; *арт-дизайн как метод проектирования*, что концептуально определено в системе дизайна местом арт-дизайна как образного, свободного от прагматической функциональности метода проектирования (В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский); арт-дизайн собственно как вид самостоятельного творчества, что проявляется в выставочном назначении тех или иных арт-дизайнерских проектов» [2, с. 100].

Изначально пространство коллекционеров предметов дизайна было довольно узкое и, как правило, коллекционеры собирали предметы спроектированные пионерами дизайна, сохранившиеся в одном или несколько экземпляров. Такие предметы являются предметом пристального внимания на всех аукционах и способствуют развитию исследований по истории дизайна. Для предметов дизайна прошлого века важным условием является то, что предмет маркирует важный этап в творческой биографии автора или предмет представляет собой единственный экземпляр того или иного автора. Ш. и П. Филл пишут: «как коллекционные вещи они, подобно произведениям живописи и в отличие от большинства продукции массового производства, обладали внутренней присущей долговечностью» [3, с. 491]. Однако с началом XXI в. ситуация на рынке коллекционирование предметов дизайна качественно изменилась. А с момента продажи в феврале 2009 г. кресла дизайнера Э. Грей на аукционе за 21,9 млн евро, многие стали смотреть на предметы дизайна как на актуальное капиталовложение. В настоящее время в коллекционировании сложилась система цен на те или иные предметы, серии дизайна, что позволяет проследить не только историю развития дизайна, но и историю коллекционирования предметов дизайна.

В настоящее время пространство коллекционирование перемётов дизайна условно делиться на два класса: исторический (объекты дизайна 1920-е — в 1980-е г. г.) и коллекционный дизайн.

За последние десять лет в культурное пространство постепенно внедрился новый термин — коллекционный дизайн, который является приемником арт-дизайна, но у которого есть некоторое отличие. Это отличие заключается в том, что ранее арт-дизайн был явлением фрагментарным и не имел общности. Сегодня то, что мы называем коллекционным дизайном имеет свой круг авторов и свои условия функционирования. Одни исследователи говорят, что произошел процесс трансформации термина «арт-дизайн» в «коллекционный дизайн» и по сути это одно и тоже. Другие отмечают, что коллекционный дизайн имеет качественные отличия от арт-дизайна и утверждают, что это совершенно новое направление в дизайн-проектировании. С момента выпуска книги Либби Селлерс «Почему «как»? Коллекционирование дизайна на современном рынке» [4] многие согласились, что есть существенное отличие арт-дизайна и коллекционного дизайна. Проработав несколько лет куратором лондонского Музея дизайна, Л. Селлерс открыла собственную галерею и классифицировала практически все, что накоплено в деле коллекционирования дизайна. Она активно борется с термином «дизайн-арт», предлагая использовать вместо него термин «коллекционный дизайн». Главным отличием она считает, что коллекционный дизайн принципиально отличается от дизайна функционального.

Предметы коллекционного дизайна конца XX века начала XXI века характеризуются не только появлением усложнением условий и форм дизайн-деятельности, но и формированием новых дискурсов. Дизайн-практика усложнилась и произошла предметная фрагментация. В мире появились новые направления дизайна и новые специальности. Развивается и рынок авторских дизайн-продуктов, что актуализировало коллекционирование предметов современного дизайна. Эти процессы связаны с некоторыми факторами.

Во-первых, сформировался новый класс дизайнеров-профессионалов, которые работают как свободные художники и выполняют заказы, как для крупных предприятий, так и для

частных лиц. Этот класс дизайнеров поднял уровень гонораров на совершенно новый уровень и позволил им заниматься свободным творчеством.

Во-вторых, в культурном пространстве появился феномен дизайн-ярмарок. Такие ярмарки проводились уже с начала века параллельно с крупными ярмарками современного искусства. Постепенно ярмарки дизайна превратились в самодостаточные мероприятия и стали пространством диалога искусства и дизайна.

В-третьих, сформировался интерес к продуктам современных дизайнеров и частных лиц. Современный потребитель становится более требовательным с пространному, которое его окружает и охоче, что бы оно было уникальным. Кроме того, дизайн становится выгодным капиталовложением, таким же как искусство.

Однако авторская позиция заключается в том, что коллекционный дизайн является новым этапом в развития арт-дизайна и его отличие заключается не только в изменении форм и методов проектирования, а и в усилении значения дизайнера в современном коммуникативном пространстве. Сегодня мы отмечаем, что качественно изменился статус дизайнера в формировании культурных форм и кодов и актуализировалось значение так называемого уникального (*uniqui*) дизайна. Дизайнер сегодня — это не только проектант настоящего и существенного, но и demi-ург и проектант будущего, поскольку они занимаются не только проектированием предметов настоящего, но и проектируют концепты будущего.

Рассмотрим какими характеристиками должен обладать коллекционный дизайн.

Во-первых, предмет должен быть сделан знаменитым дизайнером, имеющим авторитет и хорошее образование. Важным условием является популярность автора и его репутация в работе с крупными промышленными предприятиями. Характерным примером здесь может выступить фигура Марка Ньюсона (Marc Newson), который проектирует продукты для крупных корпораций и торговых марок, таких как Alessi, Ford Motor Co., Hennessy, Hermes, Nike и пр., наряду с созданием коллекционных предметов или как часто их называют — уникаты.

В 2019 г. в Галерее современного искусства Гагосян (Gagosian Gallery) прошла персональная выставка М. Ньюсона, где он представали свои объекты. Каждый из объектов, представленных на выставке выполнен в ограниченном тираже (как правило это 3 экземпляра +2 авторские копии). Такая ограниченная тиражность, а также неоспоримость авторитета дизайнера, повышают стоимость на такого рода объекты до уровня стоимости на знаменитые произведения искусства. Надо отметить, что М. Ньюсон является одним из самых дорогих современных дизайнеров. В 2015 г. Кушетка Lockheed Lounge проектированная дизайнером была продана за 1,6 млн долларов на аукционе Phillips в Лондоне (рис. 1). На сегодняшний момент это самый дорогой предмет современного дизайна, проданный на аукционе. Эта продажа ознаменовала укрепление коллекционного дизайна в социокультурном пространстве и формирование высокодоходного направления в дизайн-проектировании. Формирующийся высокодоходный сектор коллекционного дизайна становится чрезвычайно элитарным явлением и возможностью для одаренных дизайнеров и архитекторов использовать свободу творчества, не ограничиваясь финансовыми и творческими соображениями.

Основными потребителями коллекционного дизайна являются знаменитые коллекционеры искусства которые, формируя общественное и личное пространство не только украшают его дизайн-объектами, но и используют их в их прямой функциональности.

Во-вторых, предмет должен марковаться как важный момент в творчестве дизайнера или как предмет, сделанный для знакового события или важной персоны. Такой аспект важен как для предметов прошлого века, так и для современных образцов. То есть предмет или серия или коллекция должны были быть созданы для какой-либо выставки или являлся заказом конкретного человека в конкретный интерьер. Например к выставке 1925 года в Париже были демонстрировались комоды дизайнера Жака-Эмиля Рульмана (Jacques-Emile Ruhlmann), которые сегодня являются предметами особого внимания коллекционеров (рис. 2).

Примером такого аспекта в современном статусе дизайна может послужить инсталляция Acqua Alta известного дизайнера Вирджила Абло (Virgin Abloh), которая была представлена на биеннале в Венеции в 2019 г. В. Абло разработал коллекцию предметов мебели для компании

DYSFUNCTIONAL, которые были представлены в трехэтажном венецианском палаццо. Все предметы смотрятся как единое целое, как образ мебели, которая затоплена «большой водой», что часто случается в Венеции. Дизайнер проектировал не отдельный стул, а создал образ, который показывал сущность неустойчивости мебели (мира) перед переменами погоды (проблемами глобализации). Однако предметы мебели, сделанные для биеннале дизайнером, затем успешно продавались на аукционах и явились предметом особого интереса у коллекционеров (рис. 3).

В-третьих, предмет должен быть сделан из уникальных материалов и быть уникальным по своим художественно-эстетическим качествам, то есть проявлять не свою функциональность, а быть прежде всего арт-объектом. Здесь происходит процедура смещения от функциональности к эстетическому наслаждению. Причем предмет может называться и быть по сути функциональным, однако его вставляют и представляют именно как объект искусства. Примеров такого рода в современном коллекционном дизайне множество. Наимолее ярким примером может послужить шкаф Торда Бунтье (Tord Boontje) Fig Leaf, разработанного для компании Meta, который состоит из 616 фиговых медных листьев — каждый из которых покрыт эмалью и расписан вручную. Таким образом шкаф, разработанный современным дизайнером, не теряя своей функциональности превратился в уникальный арт-объект (рис. 4).

В этом контексте можно представить объекты еще одного современного дизайнера — Nacho Карбонеля (Nacho Carbonell), которые представляют собой скульптуры из различных материалов, но которые по своему назначению проектировались как светильники и скамьи (рис. 5).

Таким образом, сегодня мы можем наблюдать, что коллекционный дизайн становится особой отраслью дизайн-деятельности, которая характеризуется высокой степенью знаковости и элитарности. Постепенно сформировалось особое пространство, в которое включены дизайнеры, дилеры, коллекционеры, кураторы и другие деятели, которые расширяют и укрепляют значимость коллекционного дизайна.

Чернышева М. А.

СБОР СРЕДСТВ НА ПЕРВЫЙ ПАМЯТНИК И. А. КРЫЛОВУ. ПУБЛИЧНАЯ ПОДПИСКА КАК ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ

FUNDRAISING FOR THE FIRST MONUMENT TO IVAN KRYLOV. PUBLIC SUBSCRIPTION AS A STATE PROJECT

Вскоре после смерти Ивана Андреевича Крылова специально учрежденный комитет, возглавленный министром народного просвещения графом Уваровым, объявил о всероссийской подписке для сбора добровольных пожертвований на памятник прославленному баснописцу. В 1845 году объявление об этом появилось в официальном «Журнале народного просвещения» и других периодических изданиях, включая либеральные «Отечественные записки», и даже в новейшей книжке для детей «Дедушка Крылов». Исследуя обстоятельства создания памятника, становится понятно, что на протяжении нескольких лет Уваров неутомимо лично контролировал все направления и этапы этого процесса, начиная с концептуального и пластического

решения монумента и заканчивая расчетом его стоимости и накопления необходимой денежной суммы. Причем итоговая сумма вносила свои корректизы в выбираемый скульптурный проект. Бесценным свидетельством административных и экономических деталей процесса выступают архивные материалы департамента народного просвещения «О сооружении памятника И. А. Крылову». Дело о памятнике было начато 11 января 1845 года, длилось более 10 лет и составило множество томов. В докладе предложены комментарии к некоторым документам из этого дела. Рассмотрены пожертвования, которые делали гражданские и военные лица, помещики, купцы, чиновники, студенты Санкт-Петербургского университета... Сопоставлены условия финансирования памятника Крылову в Петербурге и предшествующих ему первых литературных монументов (Ломоносову в Архангельске, Державину в Казани и Карамзину в Симбирске), а также более позднего и самого резонансного в русской культуре XIX века памятника Пушкину в Москве. Прослежено, как условия финансирования были связаны с идеей и статусом памятника. Показано, что в России XIX столетия успешная публичная подписка была по определенным причинам предприятием в большой степени инспирируемым и организуемым государством.

Шоломова Т. В.

БЕЗВКУСНОЕ НА АРТ-РЫНКЕ В КОНТЕКСТЕ ЭТИКИ АРТ-БИЗНЕСА

TASTELESSNESS ON THE ART MARKET IN THE CONTEXT OF ART BUSINESS ETHICS

Далеко не весь товар на арт-рынке отмечен печатью хорошего вкуса. Но в верхних сегментах действуют принципы «Чем дороже вещь, тем более красивой она нам кажется» и «Количество само по себе качество», когда уплаченная сумма иной раз свидетельствует о произведении больше, чем оно само.

С точки зрения «эстетического дуализма», судить о произведении искусства следует не только по его эстетическим характеристикам, но и, как в данном случае (поскольку искусство есть предмет инвестиций) — по инвестиционным. Инвестиционные качества искусства не зависят от эстетических качеств и не нуждаются в эстетической оценке.

За пределами рассуждений на тему «искусство и бизнес» обычно остаётся низший ценовой сегмент рынка — встречается ли там искусство инвестиционного качества?

С точки зрения этики арт-бизнеса, продажа низкокачественной продукции может быть истолкована как необходимость соблюдения прав покупателей; вопрос в том, как именно продавец понимает эти права.

Более распространённый ответ — нельзя дать широким массам пасть в бездны безвкусицы, их надо тянуть к высоким эстетическим образцам и по мере сил стараться их эстетически развивать. «Потакание низменным вкусам публики» порицается. «Облагораживание вкуса» иногда заявляется как идеальная цель деятельности арт-дилера.

Но вполне возможно, что низкокачественное искусство на арт-рынке — это своего рода действие распределительной справедливости Дж. Ролза, только в эстетическом варианте:

у каждого человека, вне зависимости от уровня развития, есть какой-то эстетический запрос. Стороннему наблюдателю он может казаться недостаточным (потому что по поводу собственного вкуса редко кто сомневается), но самого рядового потребителя вполне устраивает. Если доступ к искусству должен быть у каждого, а элитарное искусство мало кому понятно, почему бы не предположить, что низкокачественное искусство — это не только легальный, но также и этически обоснованный способ удовлетворить существующий эстетический запрос.

С точки зрения обязанностей продавца по отношению к покупателю, это можно истолковать так: продавец отвечает взаимностью на эстетический запрос покупателя, каков бы этот запрос ни был, соблюдает право покупателя на свободу самовыражения.

С данным подходом полностью согласны некоторые теории креативности в бизнесе — креативность не обязана быть «нравственной». Не в смысле «творить зло», а в смысле смелее входить в зону «неприличного» и «безвкусного». В ракурсе данной темы это — признание возможности торговать лишёнными эстетической значимости артефактами, если она принесёт прибыль продавцу и радость покупателю.

Тем не менее, открытым остаётся вопрос, могут ли низкопробные произведения искусства стать предметом инвестиций? Судя по всему, нет. И это единственный аргумент, почему их не стоит приобретать, даже если что-то очень сильно нравится.

Shekova Ekaterina L., Rich Dennis J.

COST DISEASE, THE COVID-19 PANDEMIC, AND THE ART MUSEUMS IN AMERICA AND RUSSIA

In 1966, William J. Baumol and William G. Bowen published *Performing Arts — the Economic Dilemma*. Subtitled *A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*, the book begins with the statement that “In the performing arts, crisis is apparently a way of life.” [1] In their important work, Professors Baumol and Bowen described a situation in which the productivity of the general economy has risen, historically, at a compound rate of 2.5 percent per year, thus doubling labor productivity every 29 years. At the same time, the productivity of the performing arts has risen very little. Today, just as in Mozart’s time, it takes four instrumentalists to play a quartet. Hamlet still requires nineteen actors; and orchestras require 70 or more players to perform, as they have for years.

In Russia, the research of the productivity in the performing arts has been done by A. Rubinstein [2] and A. Dymnikova [3] in the 1980–1990s. The both authors revealed that the labor productivity in theaters had been lower than the average productivity in the Soviet and then Russian economy.

Nonetheless, and not unreasonably, artists expect their incomes to rise with the rising general standard of living. Since arts productivity is rising slowly or not at all, arts organizations are unable to meet their expenses from earned income. The dynamic of slowly increasing productivity and rapidly increasing costs has created what Baumol and Bowen called the «income gap» [4] and later “cost disease.” [5]

An understanding of this «gap» helped to give rise to non-profit organizations (especially in the United States), state-owned institutions (mainly in Russia) or and to arts management as a profession. Professors Baumol and Bowen observed that the income gap is almost universal in the non-commercial performing arts and that financial pressures created by the income gap can be a significant threat to the quality and scale of operations in performing arts institutions.[6]

Further, the economists suggest that in the United States, “these financial pressures are here to stay, and there are fundamental reasons for expecting the income gap to widen steadily with the passage of time.” [7]

So why not simply raise prices to keep up with costs? Baumol and Bowen identify three factors that prevent this:

1. the disinclination of individual arts organizations to raise their prices, on moral grounds;
2. the place of the arts in the ticket purchaser's hierarchy of necessities; and
3. the forces of competition.[8]

Rubinstein added to this list a fourth factor, price elasticity [9]. According to his concept, ticket prices in performing arts are very sensitive and demand for performances is very elastic in relation to ticket prices. Any increase in admission could cause a drop in and, as a consequence, a decrease of box office income. Rubinstein has proven this with a number of cases in both the Soviet and Russian markets.

Over the years, Baumol has repeatedly advocated for alleviating, if not curing “cost disease” through higher subsidies for the arts.[10]

A key question is whether Professors Baumol and Bowen were correct in their prediction that the income gap, as a percentage of expenditures would continue to widen over the past fifty years and also during the Covid-19 pandemic.

This paper will examine the economic condition of the art museums in the USA and Russia, the extent to which Baumols's disease continues to be a factor in the condition of the art museums, and the way in which fundraising practice and financial management have changed to address on the on-going Covid-19 pandemic condition of the fine arts in both.

Юдина Е. Ю.

ИСКУССТВО ГУЛЯНИЙ: ОРГАНИЗАЦИЯ УВЕСЕЛЕНИЙ В МОСКОВСКОМ ГОРОДСКОМ МАНЕЖЕ В КОНЦЕ XIX ВЕКА

THE ART OF FESTIVITIES: ORGANIZATION OF ENTERTAINMENT IN THE MOSCOW CITY MANEGE IN THE LAST OF THE 19TH CENTURY

Организация большого городского праздника стала насущной в 80-е годы XIX века. Именно в это время происходило формирование публичных пространств общенародного характера. Городской муниципалитет стал инициатором проведения массовых Масленичных и Пасхальных

гуляний. Место проведения было выбрано сразу: им стал московский городской Манеж. Большие Пасхальные гуляния в Манеже проходили в 1893 году период с 29 марта по 5 апреля. Так, Сырная неделя (масленичная) праздновалась до поста, а праздник снова возвращался весной с Пасхой. Из прессы и отчётов, хранящихся в архивном деле № 10 фонда 898 в ЦИАМ от 1893 года, можно составить представление о ходе гуляний и их результатах [1]. Исследователь Н. Д. Рогожина выразила концептуальную в исследовании тему Пасхальных гуляний «Пасхальный праздник в повседневной жизни Петербурга и Москвы в конце XIX — начале XX века» [2]. Но тема организации и рекламирования, на наш взгляд, может быть и должна быть раскрыта гораздо шире. Тем более, что исследователь использовал в работе только фонд 475 Московской столичной полиции, но не фонд Комиссии по устройству гуляний в Московском городском Манеже.

Нельзя не согласиться с мнением Н. Д. Рогожиной, что со времени воцарения Александра III правительственный реакция нашла политический идеал в образе Московской Руси XVII века (как и в художественной культуре) «со свойственными ей представлениями о сакральном характере верховной власти и, следовательно, об особой роли православия и Православной церкви в деле легитимации самодержавия» [2]. Пасхальный праздник был сопряжён с благотворительным, общественно-значимым делом, хотя газеты подавали причину организации гуляний не так прямолинейно: просто скучно, слякоть и грязь, до дач не доберёшься, и нужно где-то убить «гулевое» время.

Подготовительной работой по организации праздника занимался в течение нескольких десятилетий Владимир Эдуардович Грипенберг. В отчете за 1893 год указана сумма в 5 424 руб. 61 коп., собранная в ходе празднеств, как чистая прибыль. Она была разделена между командующим войсками Московского военного округа (1808 руб. 21 коп.), Обществом «Белого креста» (1 446 руб. 56 коп.), Дамским попечительством о бедных в Москве (1 446 руб. 56 коп.), Обществом попечения о неимущих и нуждающихся в защите детях в Москве (723 руб. 28 коп.).

Такие гуляния требовали особенного подхода. Им требовалось продвижение в московской прессе, на что тратились значительные денежные суммы. За подачу публикаций было выплачено организаторами 1 058 руб. 70 коп. Из них только агенту рекламного агентства купцу К. С. Козловскому было выплачено 526 руб. 95 коп., разносчикам афиш по городу — 5 руб. Выпускались контрамарки для репортёров и журналистов (корреспондентские билеты). Реклама анонсов давалась в «Московских ведомостях», «Московских известиях», «Московском листке» и «Русском листке», «Новостях дня» и «Московской немецкой газете» со значительной скидкой до 40 %. Перед началом проведения гуляний в типографиях заказывалось большое количество цветных афиш и программ в виде буклетов о праздновании с перечислением участников (цирковых артистов, хоров, оркестров, театральных представлений и лотерей-аллегри) с рекламными объявлениями. Гуляния проходили в ежедневно с 12 до 17 часов дня («денные» детские гуляния с 12 до 16 часов) и с 19 часов вечера до часа ночи.

За первые три дня в Манеже побывало 12 тысяч посетителей. Газета «Московские известия» 2 апреля 1893 года опубликовала заметку: «Народные гуляния в Городском Манеже с каждым годом всё более и более поражают публику, благодаря разнообразной программе увеселений. За 4 дня в Манеже побывало до 15 000 посетителей» [1. Л. 465]. То есть примерно по 3,5 тысячи человек в день.

Публику действительно нужно было поражать. Газеты активно расписывали нововведения в оформлении, сравнивая с прежними годами, и восхищались «изящным вкусом» устроителей, по заказу последних же. В статьях упоминалась и колоннада, и декорация-диорама «Ночь в Венеции» (за 1 000 р.), наличие живых цветов (азалии, гиацинты и тюльпаны, 2 000 елок, 15 пальм и других растений, заказанных у садовода Н. Н. Плетнёва), затянутые голубой тканью ложи, скульптурные фигуры, белые ажурные резные арки у входа, украшенные цветами же. Особо оговаривались новинки программы: участие балетных трупп (например, балет труппы из Варшавы под руководством Ф. Л. Нижинского «Запорожец и его воспитанница» как некий ремейк сюжета гоголевских «Вечеров»), выступления гимнастов и живые картины (в противовес прошлогодним сборным цыганским хорам и ненастоящим венгерским певицам). Одной из новинок

Манежа стали две энтомологические картины: из бабочек, жуков и прочих крылатых насекомых. Стоимость картин удивляла публику дорогоизной — 1 300 руб. за картину, которые запросил коллекционер-собиратель. Однако никто не был против клоунов Бима и Бома, популярность которых росла год от года. Для детей был поставлен специальный аттракцион — «Гриб», из которого за 35 коп. сыпались всевозможные сюрпризы. Не забыли устроители и об организации «ретирадных мест».

Демократичной плату за вход в Манеж назвать сложно. Она составляла днём 50 коп. со взрослого, а с детей — 30 коп. Вечером входная плата составляла 1 рубль, за гардероб — 20 коп. Вечером посещение Манежа оформлено электрическим освещением и сопутствующим буфетом. Контрамарки «для гг. членов благотворительных учреждений, принимающих участие по устройству гуляний» выдавались на всю неделю. Так технологии менеджмента, маркетинга и PR помогали делать события в Москве гораздо оригинальнее и позволяли привлекать не только участников, но и выручать значительные фандрайзинговые средства.

Яценко Н. В.

МОНАДОЛОГИЯ СОВМЕСТНОСТИ: О РАЗДЕЛЯЮЩЕМ ПРОИЗВОДСТВЕ И ДОСУЖЕМ СОПРИСУТСТВИИ

Сегодня можно сказать, что мир захвачен экономическим. Господство капитала столь велико, что трудно оспоримым оказывается тезис Николая Грекалова и Андрея Положенцева: «рыночно-финансовый континуум — вот что составляет саму ткань современной эмпирии» [1, 218 с.]. Поспособствовала подобному господству сама природа капитала, которую замечает Маркс, когда пишет, что «капитал — это мёртвый труд, который, как вампир, оживает лишь тогда, когда всасывает живой труд и живёт тем полнее, чем больше живого труда он поглощает» [2, 238 с.]. Этот вампиризм капитала, поглощение всего живого, с одной стороны, приводит к отсутствию альтернатив нынешней системе. С другой стороны, результатом оказывается отсутствие внешних врагов. В данных условиях необходимостью оказывается выстраивание оппозиции, возведение стен, которые позволяют разделить мир. При этом чертой таких стен является фиктивность — организовывается не реальное, а мнимое противостояние. О таких фиктивных стенах пишет Джорджо Агамбен в своём эссе «Досуг — agio», в котором он совершает двойной жест, заключающийся в следующем: с одной стороны, Агамбен пишет, что современность подразумевает производство фиктивных стен, которые поддерживают «миф об уникальной и незаменимой природе индивидуального» [3, 29 с.]. С другой стороны, данной фикции индивидуального противопоставляется абсолютная заменимость, которая называется Агамбеном agio — «пространство рядом» и одновременно с этим досуг, который служит именем непредставимого сообщества.

Для того чтобы продолжить мысль Агамбена и представить непредставимое сообщество, нужно понять, что данная утопия досуга имеет не темпоральный характер. У капитала нет лица, но «точно есть зад» [1, 218 с.], поэтому мы уже вынужденно движемся в одном направлении: вперёд к концу истории, к разрешению фиктивных оппозиций. Поэтому нам нужно не разрешение конфликта, не конструкция более сложных схем, а их переориентация. В рамках развернутого и расчерченного стенами пространства нам необходимо то, что, наоборот, уходит

вовнутрь. Такой уход наблюдается в пространстве студиоло — в комнате, в которой правитель предаётся досугу в окружении любимых произведений искусства. Бодрийяр пишет, что студиоло — это «обратно повернутый микрокосм: отрезанный от остального здания, без окон, без пространства в собственном смысле» [4, 124 с.].

Данное замечание Бодрийяра наталкивает на мысль, что студиоло — это в некотором смысле монада. Как и студиоло, монада не имеет окон и является простой субстанцией в составе сложной. И вместе с этим монада не имеет частей, он неделим. Неделимость эту только стоит понимать как неразделённость, противодействие разделению. Студиоло-монада есть переориентация оппозиций, их чистое соприсутствие. Соприсутствие достигается в том числе за счёт того, что монада может «получить начало только путём творения» [5, 413 с.]. Творение открывает доступ к отношению экономики и искусства, к организации их досуга, который раскрывается в размышлениях Малевича. Сто лет назад Малевич открыл для искусства новое пространство экономии, назвав её пятой, высшей мерой оценки, и призвал «освободить время из рук государства и обратить его в пользу изобретателей» [6, 184 с.]. Время в итоге оказалось отнято в пользу экономии, и сегодня нам необходимо его остановить. И остановить его можно только в досуге студиоло, в заново открытом пространстве, в котором экономия замирает в окружении искусства.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Автономов Владимир Сергеевич, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», профессор, Москва, Россия, vavtonomov@hse.ru

Башкирова Надежда Николаевна, кафедра государственных и муниципальных финансов, Высшая школа государственного аудита (факультет) МГУ имени М.В. Ломоносова, доцент, Москва, Россия. nadezhda.bashkirova@gmail.com

Бураков Никита Александрович, «Институт экономики РАН, Государственный институт искусствознания», научный сотрудник, Москва, Россия, burakovn@gmail.com

Вайнгорт Владимир Леонтьевич, Консалтинг «Кардис», член правления, Таллин, Россия, kardis@kardis.ee

Ващилло Клавдия Антоновна, «Ecole du Louvre, Heidelberg University International Master of Art History and Museology (IMKM)», магистрант, Париж, Франция, klavdia.vashchillo@gmail.com

Вередюк Олеся Васильевна, СПбГУ, доцент, Санкт-Петербург, Россия, o.veredyuk@spbu.ru

Верников Андрей Владимирович, Институт экономики РАН, ведущий научный сотрудник, Москва, Россия, vernikov@inecon.ru

Вишневская Полина Кирилловна, Санкт-Петербургский государственный университет, студент бакалавриата, Санкт-Петербург, Россия,

Вольчик Вячеслав Витальевич, Южный федеральный университет, заведующий кафедры, г. Ростов-на-Дону, Россия, volchik@sfedu.ru

Воробьев Андрей Станиславович, СПбГУ, доцент, Санкт-Петербург, Россия, a.s.vorobiev@spbu.ru

Воробьёва Мария Владимировна, Институт философии и права УрО РАН, научный сотрудник, Екатеринбург, Россия, vorobyova-mariya@yandex.ru

Галкин К. А. Социологический институт РАН Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, старший научный сотрудник, Санкт-Петербург, Россия, Kgalkin1989@mail.ru

Галкин Константин Александрович, Социологический институт РАН Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, старший научный сотрудник, Санкт-Петербург, Россия, Kgalkin1989@mail.ru

Голубев Константин Иванович, Белорусский государственный экономический университет, профессор кафедры маркетинга, Минск, Республика Беларусь, kon.golubev@gmail.com

Горобец Евгения, НИУ ВШЭ, Аспирантская школа по искусству и дизайну, аспирант 2 курса, Москва, Россия, egorobec@hse.ru

Горяинов Олег Вячеславич, ГБНОУ СО «Академия для одаренных детей (Наяновой)»; факультет свободных искусств и наук СПбГУ, старший научный сотрудник; приглашенный преподаватель, Самара, Россия, critiquefailagain@gmail.com

Давыдова Ольга Сергеевна, Санкт-Петербургский государственный университет, факультет свободных искусств и наук, старший преподаватель кафедры междисциплинарных исследований и практик в области искусств, Санкт-Петербург, Россия, ol.davydova@inbox.ru

Дианова Елена Васильевна, Петрозаводский государственный университет, доцент, Петрозаводск, Россия, elena-dianowa@yandex.ru

Долженкова Татьяна Ивановна, ОБПОУ «Советский социально-аграрный техникум имени В.М. Клыкова», заместитель директора по производственной работе, Курск, Россия, dolgenkovatana@mail.ru

Дробышева Елена Эдуардовна, Академия Русского балета имени А.Я. Вагановой, профессор, Санкт-Петербург, Россия, pestelena@yandex.ru

Ду Синь, Санкт-Петербургский государственный университет, аспирант, Санкт-Петербург, Россия,
2248285454@qq.com

Дубянский Александр Николаевич, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия, a.dubianskii@spbu.ru

Жаворонков Богдан Олегович, Санкт-Петербургский государственный университет, факультет свободных искусств и наук, студент (3 курс), Санкт-Петербург, Россия, bogdan.javoronkoff@yandex.ru

Жанна Викторовна Николаева, СПбГУ, доцент, Санкт-Петербург, Россия, z.nikolaeva@spbu.ru

Жбанкова Елена Васильевна, МГУ имени М.В. Ломоносова, профессор, Москва, Россия, evzhbankova@mail.ru

Заостровцев Андрей Павлович, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», профессор, Санкт-Петербург, Россия

Игнатьев Павел Петрович, Санкт-Петербургская академия художеств имени Ильи Репина, преподаватель, Санкт-Петербург, Россия, sculptorignatev.1@gmail.com

Ирза Наталья Дмитриевна, Российский государственный социальный университет, доцент, Москва, Россия, nirza@mail.ru

Кадочников Денис Валентинович, СПбГУ, доцент кафедры проблем междисциплинарного синтеза в области социальных и гуманитарных наук, Санкт-Петербург, Россия, dkadochnikov@yahoo.com

Калита Инна Владимировна, Университет им. Яна Эвангелисты Пуркине, научный сотрудник Усти над Лабем, Чехия,

Кащенко Елена Сергеевна, СПбГУ, Институт истории, кафедра истории западноевропейской и русской культуры, доцент, Санкт-Петербург, Россия, e.kaschenko@spbu.ru

Квачев Вадим Григорьевич, РЭУ им. Г.В. Плеханова, доцент, Москва, Россия, kvachevvg@mail.ru

Климовицкая Ирина Игоревна, Санкт-Петербургский государственный музей театрального и музыкального искусства, ученый секретарь, Санкт-Петербург, Россия, irina.klimovitskaya@gmail.com

Ключкин Игорь Владимирович, ГАОУ ВО ЛО Ленинградский государственный университет имени А.С.Пушкина, доцент кафедры культурологии и искусства, Санкт-Петербург, Россия, i-531@yandex.ru

Корнев Вячеслав Вячеславович, Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, профессор кафедры философии и культурологии, Санкт-Петербург, Россия, vvkornev@gmail.com

Кропотов Сергей Леонидович, УрГЭУ, доктор философских наук, профессор, Екатеринбург, Россия, kropotovi@yahoo.com

Кряжева-Черная П.С. Европейский университет в Санкт-Петербурге, аспирант, Санкт-Петербург, Россия

Курышева Анна Александровна, Южный федеральный университет старший научный, сотрудник Ростов-на-Дону, Россия, vesta11@list.ru

Кустов Арсений Александрович, студент магистерской программы по экономической истории ИОН РАНХиГС, Академии риск-менеджмента СберУниверситета, MA Candidate in Political Science and International Relations, The University of Manchester магистрант, Москва, Россия, akustov@hse.ru

Лапшаков Глеб Сергеевич, Санкт-Петербургский государственный университет, аспирант, Санкт-Петербург, Россия, glapshakov@gmail.com

Лисовец Ирина Митрофановна, Уральский Федеральный Университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, доцент, Екатеринбург, Россия, irlisovec@yandex.ru

Лукичёв Павел Михайлович, Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова, профессор, Санкт-Петербург, Россия, loukitchev2o@mail.ru

Лукичева Татьяна Алексеевна, СПбГУ

Макашева Наталия Андреевна, НИУ ВШЭ, профессор, Москва, Россия, nmakasheva@mail.ru

Малахов Илья Вадимович, ЧУК Музей «Собрание». ГМИИ им. А.С. Пушкина, искусствовед, гид отдела фандрайзинга, Москва, Россия, ilia.v.malakhov@gmail.com

Малик Юрий Сергеевич, Воронежский государственный университет, аспирант кафедры онтологии и теории познания, Воронеж, Россия, malik304qwe@rambler.ru

Малышкин Евгений Витальевич, СПбГУ, профессор, Санкт-Петербург, Россия, malyshkin@yandex.ru

Мариевская Наталья Евгеньевна, Всероссийский Государственный институт кинематографии имени С. А. Герасимова, профессор кафедры драматургии кино, Москва

Маслюкова Елена Васильевна, Южный федеральный университет, доцент, г. Ростов-на-Дону, Россия, maslyukova@sedu.ru

Муравьева Лариса Евгеньевна, Кафедра междисциплинарных исследований в области языков и литературы, факультет свободных искусств и наук, СПбГУ, старший преподаватель, Санкт-Петербург, Россия, larissa.muravieva@gmail.com

Николаев Александр Валерьевич, СПбГУ, аспирант, Санкт-Петербург, Россия, a.v.nicolaev@gmail.com

Николаев Александр Валерьевич, СПбГУ, ИФ аспирант, Санкт-Петербург, Россия, a.v.nicolaev@gmail.com

Нуреев Рустем Махмутович, Финансовый университет при Правительстве РФ, научный руководитель Департамента экономической теории, Москва, Россия, nureev50@gmail.com

Оклер Рафаэль, Католический Институт Вандеи (ICES), преподаватель Ля Рош Сюр Ион, Франция, r-aulclert@ices.fr

Парыгин Алексей Борисович, РГПУ им. А.И. Герцена, доцент, Санкт-Петербург, Россия, al.parygin@gmail.com

Пестрякова Анастасия Алексеевна, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, студент, Санкт-Петербург, Россия, an.pestryakova01@mail.ru

Петренко Валерия Владимировна, кафедра онтологии, теории познания, социальной философии Философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета, доцент, Томск, Россия, vptomsk@mail.ru

Петрова Светлана Анатольевна, Российский университет дружбы народов, к.ф.н, старший преподаватель кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Москва, Россия,

Познин Виталий Федорович, Российский институт истории искусств зав. сектором кино и телевидения, Санкт-Петербург, Россия, poznin@mail.ru

Полякова Е.В. Европейский университет в Санкт-Петербурге, профессор, Санкт-Петербург, Россия, epolyakova@eu.spb.ru

Пряхин Алексей Юрьевич, РГПУ им. А. И. Герцена, социолог, режиссёр, ведущий программист, Санкт-Петербург, Россия, pautinich@protonmail.com

Путинцева-Арданская Валерия Владимировна, Московский музей современного искусства (ММОМА), научный сотрудник образовательного отдела, Москва, Россия, valeria.ryzhenkova@mmoma.ru

Пушкина Дарья Булатовна, СПбГУ, доцент, Санкт-Петербург, Россия, d.pushkina@spbu.ru

Рассолова Е. Н. Социологический институт РАН Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, младший научный сотрудник, Санкт-Петербург, Россия

Рахматуллин Самат Султанович, ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», студент, Казань, Россия, samatrakhmatullin@gmail.com

Розенфельд Михаил Вадимович, Научно-методический отдел компании Аскрин, руководитель научно-методического отдела, Санкт-Петербург, Россия, rozenfeld@ascreen.ru

Розмаинский Иван Вадимович, НИУ ВШЭ в СПб, доцент, Санкт-Петербург, Россия, irozmain@yandex.ru

Савенкова Елена Владимировна, Лаборатория философской антропологии жертвы, сотрудник, доцент кафедры философии, Самара, Россия, filis75@yandex.ru

Савченкова Нина Михайловна, СПбГУ, профессор, Санкт-Петербург, Россия, ninasavchenkova@mail.ru

Салмин Леонид Юрьевич, Уральский государственный архитектурно-художественный университет, профессор, Екатеринбург, Россия, leosalmin@mail.ru

Сарна Александр Янисович, Белорусский государственный университет, кафедра социальной коммуникации, Минск, Республика Беларусь, alsar.05@mail.ru

Сергиевич Татьяна Владимировна, Белорусский национальный технический университет, доцент кафедры «Экономика и право», Минск, Республика Беларусь, serhiyevich@gmail.com

Серебряков Кирилл Дмитриевич, Санкт-Петербургский государственный университет, аспирант факультета политологии, Санкт-Петербург, Россия, serebryakovkirill35@gmail.com

Симакина Марина Анатольевна, АНО ВО «Московский гуманитарный университет», доцент, Москва, Россия, msimakina@mosgu.ru

Скопин Денис Александрович, СПбГУ, кафедра Проблем междисциплинарного синтеза в области гуманитарных и социальных наук, факультет свободных наук и искусств, доцент, Санкт-Петербург, Россия, denis.skopin@mail.ru

Славинская Ольга Александровна, «Институт экономики РАН, Государственный институт искусствознания», старший научный сотрудник, Москва, Россия

Тейлор Джон А. Санкт-Петербургский государственный университет, доцент, Санкт-Петербург, Россия, john.taylor@spbu.ru

Теплоухов Никита Евгеньевич, СПбГУ, факультет свободных искусств и наук, 2 курс студент, Санкт-Петербург, Россия, sto85524@student.spbu.ru

Терещенко Павел Антонович, Центральный Европейский Университет, Санкт-Петербургский государственный университет, студент магистратуры, Вена, Австрия, paul.anthony.tere@gmail.com

Тонковидова Анна Викторовна, Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, старший преподаватель кафедры философии, культуроведения и социальных коммуникаций, Краснодар, Россия, tonkovidova@mail.ru

Тульчинский Г.Л., НИУ «Высшая школа экономики», СПбГУ, профессор, Санкт-Петербург, Россия, gtul@mail.ru

Фёдоров Валерий Петрович, МГИМО, Одинцовский филиал, старший преподаватель, Москва, Россия, valpetrfed@gmail.com

Федоскина Александра Сергеевна, Российский университет дружбы народов, магистр I курса, Москва, Россия, alex-fedoskina@mail.ru

Фролова Н.Ю., Белорусский государственный университет, доцент, Минск, Республика Беларусь, frolovanu@bsu.by

Чайка Евгения Павловна, независимый куратор, арт-директор музея Андеграунда, куратор, Екатеринбург, Россия, zhenya.chaika@gmail.com

Чернышева Мария Александровна, СПбГУ, доцент, Санкт-Петербург, Россия, mariachernysheva@mail.ru

Шадчнев Кирилл Ильич, кафедра всеобщей истории искусств, Российской академии живописи, ваяния и зодчества Ильи Глазунова, аспирант, Москва, Россия, 1shadchnev@mail.ru

Шекова Екатерина Леонидовна, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, доцент, Санкт-Петербург, Россия, shekova@mail.ru

Шишкина Татьяна Михайловна, СПбГУ, старший преподаватель, Санкт-Петербург, Россия,
shishkinatatianam@gmail.com

Шоломова Татьяна Валентиновна, Российский государственный педагогический университет им.А.И.Герцена, доцент, Санкт-Петербург, Россия, tatyana.sholomova@yandex.ru

Юдина Елена Юрьевна, МГПУ, доцент, Москва, Россия, oldlife@yandex.ru

Яценко Никита Валерьевич, Санкт-Петербургский государственный университет, факультет свободных искусств и наук, студент бакалавриата, Санкт-Петербург, Россия, cudeyar16@gmail.com

Antonio Sánchez-Bayón, Universidad Rey Juan Carlos, Assoc. Professor, Madrid, antonio.sbayon@urjc.es

Ilídio Salteiro, «CIEBA, Centro de Investigação e Estudo em Belas Artes. Center for Research and Studies in Fine Arts», Artist and Art Professor, Lisboa, ilídio.salteiro@gmail.co

Thomas Baumert, Universidad Nebrija, Full professor, Madrid, Spain, tbaumert@nebrija.es

Wen Su Tongji, University, doctoral candidate, Shanghai, mr_susu@163.com

Научное издание

Экономика vs искусство

16–18 июня, 2022 года
г. Санкт-Петербург

*сборник тезисов X Международной конференции
Центра исследований экономической культуры*

Редакторы:

Д. Е. Расков (к.э.н., СПбГУ), С. Л. Фокин (д.филол.н., СПбГУ, СПбГЭУ),
Д. В. Кадочников (к.э.н., СПбГУ).

Дата подписания к использованию – 06.06.2022 г. объем данных: 1 Мб.
заказ № 081. тираж 100 экз. усл.-изд. л. 11.

ЦНИТ «Астерион»
Санкт-Петербург, 191015, а/я 83, тел./факс (812) 685-73-00, 970-35-70
E-mail: asterion@asterion.ru
<http://asterion.ru>

