

АРТ-РЫНОК: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

«Тот, у кого нет музыки в душе, / Кого не тронут сладкие созвучья, / Способен на грабеж, измену, хитрость; / Темны, как ночь, души его движенья. И чувства все угрюмы, как Эреб: / Не верь такому – слушай эту песню» (Шекспир). Прав Шекспир: без эстетики невозможна этика. Сегодня в российской культуре идет процесс становления весьма уникального феномена – арт-рынка. Название «арт-рынок» достаточно условно и взято, скорее, по аналогии с Западом, где наряду с товарно-сырьевыми рынками исторически раньше, чем у нас сформировалась система торговли произведениями искусства. Это название не только обозначает ситуацию – «искусство на рынке», но и является характеристикой самого рынка – «рынок художественного искусства» как специфического вида экономической деятельности» [1, с.9]. Оно содержит огромный диапазон выставленной на продажу и успешно реализуемой продукции – от антиквариата (салоны, галереи), до ручной индустрии сувениров (улицы). Именно сюда направлены усилия профессионалов-специалистов по созданию «цивилизованной среды» для успешного создания и функционирования арт-рынка.

Необходимость в формировании арт-рынка в нашей стране возникла практически сразу с исчезновением монополии государства в области продажи и распределения произведений искусства. Именно тогда, 15 лет назад, был объявлен курс на «переход к рынку», охвативший все сферы, включая творческую деятельность.

К сожалению, за это время не появилось ни глубоких теоретических исследований, посвященных проблемам российского арт-рынка, ни разработок моделей и направлений в этой сфере, учитывающих историческое наследие и традиции. Сегодня мы располагаем лишь несколькими сборниками по «экономике искусства», содержащие адаптацию американской концепции о «рыночном принципе полезности культурных услуг».

Рассуждения о возникновении и функционировании арт-рынка в современной России достаточно противоречивы и поверхностно – публицистичны. Одни участники процесса утверждают, что арт-рынка в России нет «так как нет ни устойчивости, ни системы». Другие отмечают лишь слабые попытки единичных арт-дилеров. Третьи считают арт-рынок незащищенным, нецивилизованным, «диким», «скорее рынок идей, но не в качестве реальных отношений "художник-галерея-покупатель"» [2, с.38]. Во многих публикациях отмечается, что арт-рынок в России сложился, доказательством чему являются множество открытых галерей, салонов, аукционов и торгов, приносящих немалую прибыль. Все это связано с тем, что арт-рынок как художественно-экономическое явление терминологически еще не сформирован. Отсюда несогласованность подходов, значений,

понятий. Тормозит исследование арт-рынка не только понятийная, терминологическая неразбериха, но и идеологические предубеждения, отождествляющие арт-рынок: «с жесткой конкуренцией», со «стремлением к наживе», с «каждой наибольшей выгодой». Приверженцы этих взглядов не видят в арт-рынке вообще ничего положительного.

Сегодня принято считать, что «современный рынок искусства = арт-рынок имеет дело с символической продукцией, символическим обменом внутри системы потребления символических благ» [3, с.3]. Это означает, что произведение искусства не может быть «просто товаром», а является «эксклюзивным» или «элитарным» продуктом. «В силу уникальности происхождения и особого положения в культуре произведение искусства предполагает обязательное наличие специфических значений (художественных, эстетических, культурно-исторических), указывающих на возможность бескорыстного (несобственнического) потребления» [3, с.3]. Реализацией такой возможности – «символического присвоения» – является посещение музеев и выставок. От потребителя здесь потребуются, прежде всего, наличие определенной компетенции – владение специфическими знаниями, позволяющими актуализировать свой художественно-эстетический опыт. Это означает, что в границах символического обмена рынок искусства не делит произведения на «особо ценные» и «остальные». Символической продукцией рынка искусства становится только то, что попадает в поле символического обмена. При этом и художественная ценность, и цена) находятся в прямой зависимости от системы производства и потребления символических благ.

Таким образом, арт-рынок – это не только отношения «производитель – продавец – потребитель». Здесь необходимо создание системы, способной самоорганизовываться и свободно функционировать. Благодаря этой системе упорядочивается все то, что обычно именуется художественными направлениями, процессами, тенденциями, а так же устанавливаются общезначимые критерии и оценки. Арт-рынку даже на начальной стадии формирования необходимо опираться на систему искусства – на ценности, а не на цены. Система искусства – это комплекс, обладающий определенными функциями. Такая система должна иметь полномочия, чтобы наделять особым эстетическим статусом символическую продукцию, с учетом признания своих действий со стороны общества. Следовательно, арт-рынок может выступать основной формой общественной актуализации системы искусства. Пространство арт-рынка позволяет объединить систему искусства с различными социальными системами и с более широкой системой экономики. Таким образом, арт-рынок – это экономически обоснованный и отрегулированный путь искусства к потребителю, то есть к нам.

В нашей стране движение к арт-рынку начиналось с провозглашенной перестройкой идеологией «самоокупаемости». Она привлекала свободой, обещая через «поворот к рынку», «рыночные отношения» решить как творческие, так и финансовые вопросы. Ориентация на интернациональный рынок в начале «перестройки» совпала с выходом из длительной изоляции, с

мечтой об «общечеловеческих ценностях», «общеевропейском доме», с желанием обрести себя не только в «славном прошлом, но и богатом настоящем». Это «движение» начинали структуры, оставшиеся от четко организованной и функционально прозрачной системы советского искусства, состоящей из четырех позиций: образование, Союз художников, Художественный фонд, издательства. Их прежняя деятельность во взаимосвязи, в ансамбле, безусловно, была отлаженной и результативной, так как зависела от единой системы – партийно-государственного руководства и контроля. Понятно, что вопрос об автономии искусства, о возможности самоорганизации системы искусства и рынка за пределами государственно-идеологического контроля исключался. Отвергалась и сама мысль о возможности конвертируемости советской художественной продукции на мировом арт-рынке. Советская система была полностью изолирована от мировой системы искусства, а значит и от процесса инноваций и переоценок. Параллельно существовала и особая ее часть (вне официальной системы и руководства) – это искусство андеграунда. Оно развивалось как исключение из правил, как парадокс, уходящий корнями в борьбу за «чистое искусство», провозглашенное в Европе еще в XVII веке. Андеграунд сформировал свою альтернативную систему, в которой также функционировали свои способы художественного образования, независимые выставки, свои менеджеры, искусствоведы и критики. Вот эти две параллельно существовавшие системы (в чем-то разные, в чем-то похожие) и оказались в ситуации необходимости создания совместного комплекса, обладающего эффективно функционирующими структурами. Такой комплекс и должен занять ту нишу, без которой невозможно нормальное развитие искусства в условиях рыночной экономики.

Трансформация прежних инстанций явилась серьезным испытанием для вновь создаваемой системы. Некоторые структуры (такие как худфонд) исчезли вообще, другие продолжают работу в полной изоляции. Не произошло взаимосвязи традиционных институтов с требованиями сегодняшнего дня.

Одной из проблем, значительно тормозящей развитие цивилизованного арт-рынка, на наш взгляд, является консерватизм в системе художественного образования. Практически во всех художественных учебных заведениях преподавание ведется так, будто их выпускников ждет стабильность и забота государства как в прежние времена – «общественно-полезный труд на ниве социализма». Лишь последние годы стали появляться обучающие программы («менеджер в сфере искусства», «организатор шоу-бизнеса» и другие). Они позволяют объединить знания в художественных и экономических областях, – дают возможность «вписать» свое творчество в реальную экономическую ситуацию. Экономическое образование должно помочь учащимся понять как использовать данные им возможности, чтобы успешно участвовать в функционировании экономики. В этом и заключается особенность подготовки специалистов для арт-рынка. Айдан Салахова, хозяйка первой в Москве галереи, убеждена, что огромную роль в развитии российского арт-

рынка должны играть образование и просветительская работа. Нужны специалисты-профессионалы в сфере услуг (продавец, посредник) и в сфере потребления – «сегодня очень мало людей, кто понимает, зачем это нужно...» Программы, включающие разнообразные экономические знания и глубокие знания по теории и истории искусства – вот та основа, на которой возможно формирование цивилизованного арт-рынка.

Литература

1. Балдина О.Д. Вкусы и пристрастия современного художественного рынка России. Минск, 2001.
2. Карасик М. Книга художника – между традициями и рынком. // Новый Мир искусства. 1998, №3.
3. Барабанов Е. Искусство на рынке или – рынок искусства? Художественный журнал. 2002. № 46.

М.А. ЧУЛОЧНИКОВА

ФОРМИРОВАНИЕ ФИЛОСОФИИ ОТТОРЖЕНИЯ ТЕРРОРИЗМА

События последнего времени со всей остротой продемонстрировали, что нынешний переходный этап мирового развития от эпохи холодной войны к новому миропорядку непозволительно затянулся. Возникло чрезмерное напряжение в системе международных отношений, неопределенная ситуация, характеризующаяся перманентной нестабильностью. Трудно припомнить в современной истории другой период, когда в мире одновременно было бы столько нерешенных региональных проблем, реально угрожающих международной безопасности. К этому надо добавить такие угрозы, как терроризм, сепаратизм и другие формы экстремизма, опасность распространения оружия массового уничтожения и средств его доставки, наркоторговля, организованная преступность. Наиболее острой на данный момент является проблема терроризма.

Мировому сообществу пока не удастся выработать общеприемлемое определение терроризма. Причина не просто в том, что терроризм как явление постоянно меняется, обращается к новым лозунгам, использует в своей практике изощренные средства и технологии. Сказывается целый ряд политических, социальных, психологических, наконец, исторических факторов, которые, несмотря на общее понимание масштабов угрозы, исходящей от современного терроризма, по-прежнему определяют существенные различия в подходах к содержанию этого явления. Например, продолжают призывы не включать в категорию террористических действия, осуществляемые в рамках борьбы национально-освободительных движений, или приравнять к терроризму действия государств, противоречащие международному праву.

Однако сложности, связанные с выработкой общего определения терроризма, не должны блокировать в целом продолжающиеся усилия по созданию единого международно-правового поля борьбы с терроризмом,