

## Литература

1. Дружилов С.А. Становление профессионализма человека как реализация индивидуального ресурса профессионального развития. – Новокузнецк: Изд-во ИПК, 2002.

2. Беспалов И.А. Феномен личностного потенциала в контексте акмеологии // Акмеология. – 2004. – № 3.

3. Дружилов С.А. Профессиональная компетентность и профессионализм педагога: психологический подход. // Сибирь. Философия. Образование. – Научно-публицистический альманах: СО РАО, ИПК, Новокузнецк. 2005 (выпуск 8). – С26-44.

Н. А. Фатеева

## АРТ-РЫНОК И ПРОБЛЕМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения тот факт, что отечественный арт-рынок не только существует, но и достаточно успешно развивается. Ежедневно производится огромное количество новых произведений искусства и свежих творческих идей, арт-проектов и художественных программ, телесериалов и виртуальных технологий. Значительное число частных театров и антреприз, галерей, ярмарок, выставок и аукционов осуществляют деятельность не только в столице, но и в отдаленных регионах. В нашей стране, обладающей богатейшим художественным наследием, формируется круг спонсоров и меценатов, увеличивается число коллекционеров. Все это элементы нового арт-рыночного пространства, объединяющего в единое целое художественную и экономическую сферы.

Арт-рынок в нашей стране начал формироваться сразу, как только закончилась многолетняя изоляция от Запада, ушли в прошлое идеологические заказы и зависимость художественной среды от государственного финансирования. Однако функционировавшее в советское время социокультурное пространство не стало основой для формирования новых художественно-экономических отношений. Главные элементы арт-рынка - производитель и потребитель - нуждались в

принципиально иной инфраструктуре, содержащей современные социальные и профессиональные связи и опирающейся на свободный выбор.

Саморазвивающийся арт-рынок создает новые структуры и механизмы и с каждым годом все острее ощущает недостаток кадров, владеющих спецификой деятельности как в художественном, так и в экономическом пространстве.

Рассматривая данную проблему, отметим следующий аспект: практика налаживания взаимодействия искусства с современным обществом и идущими в нем экономическими процессами всегда осуществлялась в контексте исторического развития. Это взаимодействие существует в зарубежной арт-практике и апробировано опытом тех стран, где развитие сферы осуществлялось непрерывно и естественно. Поэтому самым простым и эффективным, на первый взгляд, вариантом казался механический перенос западной системы арт-рыночных взаимоотношений на отечественную «почву». Однако этого не произошло потому, что сам феномен российского арт-рынка имеет существенные отличия от зарубежного аналога как в особенностях исторического развития, так и в аксиологических основаниях.

Отметим также, что до сих пор системное построение инфраструктуры арт-рынка не стало в России предметом специального изучения и создания особых программ. Рынок художественного продукта, как и вся сфера культуры, «отпущены» на свободу, где и происходит инициированный «снизу» процесс самоформирования.

Не удивительно, что в существующих сложных условиях особая роль отводится такому системообразующему фактору, как личность. Именно личность, деятельность которой связана с процессами «продвижения» искусства от «производителя» к потребителю, способна оказать влияние на их качество и количество. Художественный уровень личности «определяет» уровень-качество представленных в художественных проектах работ и имен. А частота их проведения напрямую зависит от соблюдения условий как рыночно-

конъюнктурного, так и морально-этического характера, что напрямую зависит от приоритетов личности. Творчески мыслящая и экономически «вооруженная» личность – необходимый «элемент» для организации цивилизованного арт-рыночного пространства.

«Выход России на мировой рынок в постсоветский период, тесные контакты с зарубежными странами, организованные на основании таких контактов рыночные направления в сфере художественной культуры вызвали серьезные изменения в обществе в отношении требований к выпускаемым специалистам и обусловили значительную трансформацию высшего образования» (2, с.3), считают отечественные ученые. В связи с этим необходимо осуществлять подготовку специалистов художественной практики в новом направлении, свободном от жесткой привязанности к профессиональной области и способном гибко и разнообразно реагировать на особенности функционирования современной художественной среды.

Чтобы соответствовать этим условиям, молодой специалист должен обладать необходимым набором специфических знаний, гарантирующих ему «совместимость» с экономической сферой и обеспечивающих «свободой передвижения» в арт-рыночном пространстве. В новых условиях начинающий специалист – музыкант, актер, художник-станковист или дизайнер сможет успешно проявить себя в качестве арт-менеджера, арт-маркетолога, эксперта художественной продукции или организатора художественного процесса, умеющего подготовить проект выставки, театральный проект, организовать и провести фестиваль, презентацию или аукцион. На одну ступень с «исполнительским» (творческим) профессионализмом выдвигается теоретико-практическое освоение рыночных процессов, способствующих экономической интеграции искусства в общество.

Существующей системе высшего образования необходим переход от практики подготовки «узких специалистов» творческих профессий к практике

расширения профессиональной подготовки за счет внедрения далеких, но необходимых социально-экономических знаний. «Не столько уметь сделать, сколько продать», говорят художники о необходимости «навыков» экономического порядка, позволяющих актуализировать результаты своего творчества в обществе. Поэтому такие экономически ориентированные дисциплины, как менеджмент в сфере искусства, арт-проектирование, арт-технологии, реклама в системе маркетинга, пиар-технологии и т.д. должны составлять значительную часть в образовательном процессе. Этот процесс связан с формированием новых мировоззренческих подходов, ценностных ориентиров и взглядов на проблематику искусства. Их наличие позволит органично «вписать» экономическое мышление в собственную арт-практику или поможет «встроить» собственное творчество в рыночные условия.

Сегодня художнику оказывается совсем не лишним не только владеть современными художественными технологиями и рыночными механизмами, но знать тенденции и направления развития всего социокультурного пространства. Арт-рынок нередко диктует правила игры, представляя свои приоритеты и ценности, среди которых столь противоположные понятия, как рейтинг, имидж и талант могут взаимодействовать в одной системе: талант влиять на рейтинг, а имидж «проявлять» талант. Необходимы знания, чтобы выдержать напор «конъюнктурно»-ориентированного рынка, чтобы избежать доминанты экономической мотивации над творческой.

Взаимозависимость и взаимопроникновение основных составляющих арт-рынка искусства и бизнеса, творчества и экономики нередко являются условиями творческой реализации художника. «В современной ситуации на арт-рынке художник, не входящий в какой-либо проект арт-маркетинга, не существует для потребителей художественного продукта и не в состоянии реализоваться как творческая индивидуальность», - размышляют теоретики искусства (1, с.39). Европейский арт-рынок устроен таким образом, что «галерист или продюсер, обратив внимание на художника, вкладывают деньги», создавая ему рыночную

оценку – стоимость, таким образом «продвигая» автора. «Наш рынок занимается тем, что только продает, ничего не вкладывая в самого художника», - отмечает знаменитый российский график В.Волович. «Я не знаю ни одной галереи, которая могла бы оказывать художнику долгосрочную поддержку» (1, с.267). Не только «преодоление вакуума», изоляции, но и формирование связей, «возведение мостов» между производителем и потребителем – так воспринимает арт-рынок отечественная художественная среда. Обозначим лишь некоторые причины, объясняющие необходимость экономической подготовки молодых специалистов.

Во-первых, государственные структуры, на которые раньше ориентировались и опирались выпускники (распределение, гарантированная профессиональная востребованность и финансовая поддержка) практически отсутствуют. Ушло время заказов государства и обязательного распределения молодых специалистов по учреждениям культуры. Нет прежней системы поддержки, но существуют иные условия – рыночные. Именно они способны сегодня предоставить существенные для творчества (духовные и материальные) компоненты – признание и финансирование. В этой ситуации художнику «как воздух» нужен посредник, способный наладить связь между «производителем» и «потребителем». Однако сегодня еще не сформирован класс посредников-профессионалов, получивших специализированное образование и обладающих достаточным опытом и квалификацией для осуществления функций арт-менеджера или продюсера. Поэтому столь необходимые в рыночных условиях посреднические функции может выполнять сам «художник-производитель».

Во-вторых, отечественному автору, «производителю» художественных произведений, в основной массе не свойственно доверять посреднику. Недавний опыт времен «перестройки», связанный со становлением цивилизованных рыночных отношений, нередко сталкивал его с некорректным поведением посредника. Известны случаи, когда картины знаменитых уральских художников оказывались «заложниками» корыстных действий лжеимпрессарио за границей:

через суд возвращала работы мужа вдова художника Бурлакова, вывезенные для продажи в Германию. Кроме того, функции продюсера не имеют четкого обозначения, законодательной поддержки, а сама посредническая деятельность нередко воспринимается как «не оказывающая влияние на результат» и, следовательно, не подлежащая оплате. Все это от еще существующей «новизны» явления.

В сегодняшней арт-рыночной практике достаточно примеров, подтверждающих возможность преодоления стереотипов и подтверждающих успешное внедрение творческих личностей в сложную структуру арт-рынка. Например, имеющий мировую известность уральский художник М.Сажаяев, говорит о себе так: «Я занимаюсь самопродюсированием» (1, с.37). Такая экономическая специализация возникла потому, что на определенном этапе своей деятельности художник оказался перед необходимостью решать не только творческие, но и коммерческие задачи. Данный случай представляет пример скорее интуитивно созданной собственной системы арт-маркетинга. Благодаря таким способностям автора каждая его работа, сохраняя замечательный мир художественных образов, предстает органичным элементом уникальной авторской художественно-экономической системы.

Отметим также, что сегодня процесс отчуждения художественного продукта от его производителя не столь явно обозначен. Скорее, наоборот, происходит экономически обусловленное «сращивание» продукта с производителем, «объединение» самого произведения с «именем» автора. Это связано со спецификой арт-рынка, продвигающего и «реализующего», как правило, не произведение, а имя художника. Для этого используются маркетинговые технологии, способствующие формированию имиджа, зависящие от качества и количества рекламных акций, от выставочной и аукционной активности.

И еще одну проблему, имеющую место в практике функционирования формирующегося арт-рыночного пространства, может оказаться способным решить

специалист художественно-экономического направления. Как свидетельствуют арт-практики, сегодня на региональном уровне еще не сформировался потребитель, заинтересованный в настоящем современном искусстве. Например, спрос на художественную продукцию обычно ограничивается ремесленническими поделками в романтически-туристическом или салонно-слащавом стилях. Поэтому наличие на арт-рынке настоящего профессионала, способного отличить настоящее, подлинное искусство от тиража, гарантирует продвижение не китча, но творчества. Оказать влияние на формирование вкуса соприкасающейся с искусством публики – что может быть важнее в деятельности грамотного арт-менеджера, понимающего силу воздействия искусства на общество. Коммерческий успех, как комментируют отечественные арт-практики, у нас невозможен без некоммерческой, культуртрегерской деятельности. Чтобы торговать искусством, приходится просвещать (4, с.2). Создавать или продавать – процессы абсолютно разные, так как осуществляются в совершенно противоположных сферах. Специалисту, имеющему высшее художественное образование, значительно легче в них разобраться, так как он знаком со спецификой создания товара «изнутри». Необходимо получить знания по основам арт-бизнеса для обеспечения успешной реализации результатов своего творчества.

Это лишь часть проблем современной отечественной художественной сферы, возникающих перед одним из основных его участников – производителем художественной продукции. Интерес к этой теме значителен и разнообразен со стороны профессионалов как художественного, так и коммерческого направлений. Он свидетельствует о том, что использование экономических отношений оказалось сегодня едва ли не единственной возможностью существования творческих профессий и позволяет надеяться, что настоящее и будущее искусства в руках людей, заинтересованных в его существовании.

## Литература

1. Арт-рынок Екатеринбурга: стихия и управление. Материалы научно-практического семинара 14-15 декабря 2001г. Екатеринбург. 2001. - С.37
2. Арт-рынок Екатеринбурга: стихия и управление. Материалы научно-практического семинара 14-15 декабря 2001г. Екатеринбург. 2001. - С.39
3. Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии. - СПб.: СПбГУП, 2004. - С.3.
4. <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml> 2005/08/18/95989

Н.К. Чапаев

### ПРОЦЕССЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ И ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

С нашей точки зрения, педагогическая акмеология должна заниматься закономерностями прогрессивного позитивного развития *не только педагога, но и всех субъектов акмеологического педагогического взаимодействия, включая обучающихся и даже сам процесс образования, который тоже нуждается в прогрессивном позитивном развитии* (4). Одним из наиболее эффективных средств развития личности обучающегося сегодня все настойчивей называют процессы дифференциации обучения и воспитания. Так, в материалах концепции *образования для экономики, основанной на знаниях*, дифференцированный подход фактически объявляется главным методологическим ориентиром развития современного образования. По мнению авторов концепции, *важнейшим отличием новой модели от традиционной является практическое признание принципа меритократичности и высокой ценности таланта*. С их точки зрения, следование этому принципу приводит к выводу о *необходимости в новой образовательной системе многообразия форм и содержания образования для развития потенциала разных типов одаренности и склонностей. Не могут быть едиными стандарты образования для образовательных институтов, реализующих программы массового уровня и ориентированных на индивидуальность, на развитие таланта*. Тогда, считают они, будет покончено с системой, *которая декларирует равный доступ к*