



# Российское экспертное обозрение

№6 (23) 2007

WWW.RUSREV.RU

**СЕРГЕЙ ГРАДИРОВСКИЙ**

Культурная бесполитика

**СЕРГЕЙ ЗУЕВ**

Отечественная культурная политика  
в поисках идентичности

**ПАВЕЛ ЛУКША**

Наука будущего

**ЕКАТЕРИНА ЗУЕВА**

Театр: зеркало с запоздалым отражением

**ИВАН СИДЕЛЬНИКОВ**

Мифодизайн и проектирование новой России:  
П.О. Беда и НИИ БЕД!

**АЛЕКСЕЙ ЛЕБЕДЕВ**

Информационные технологии  
и современная музейная экспозиция

**МАРИНА ЮХНЕВИЧ**

Музей для детей? Дети для музея?

**ГЕННАДИЙ ВДОВИН**

Памяти музейных иллюзий  
или парадокс о музее двадцать лет спустя

**ОЛЕГ ГЕНИСАРЕТСКИЙ**

Культурная политика: не сегодня, скорее, завтра



СТРАТЕГИЧЕСКИХ  
РАЗРАБОТОК

ЦЕНТР

СЕВЕРО-ЗАПАД

## ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

# В НОМЕРЕ

## ОТ РЕДАКЦИИ

Особенности национальной культурной политики ..... **5**

## ПРЯМАЯ РЕЧЬ

**Сергей Градировский.** Культурная бесполитика ..... **6**

## ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

### ЭКОНОМИКА И КУЛЬТУРА – ВОЗМОЖЕН ЛИ СОЮЗ?

**Сергей Зуев.** Отечественная культурная политика в поисках идентичности ..... **9**

**Павел Лукша.** Наука будущего ..... **13**

## РОССИЙСКИЙ КИНОТЕАТР

**Екатерина Зуева.** Театр: зеркало с запоздалым отражением ..... **18**

**Иван Сидельников.** Мифодизайн и проектирование новой России: П.О. Беда и НИИ БЕД! Документальное кино как инструмент просвещения..... **24**

## КАК НАМ ОБУСТРОИТЬ МУЗЕЙ?

**Алексей Лебедев.** Информационные технологии и современная музейная экспозиция ..... **30**

**Марина Юхневич.** Музей для детей? Дети для музея? ..... **35**

**Геннадий Вдовин.** Памяти музейных иллюзий или парадокс о музее двадцать лет спустя ..... **38**

## POST SCRIPTUM

**Олег Генисаретский.** Культурная политика: не сегодня, скорее, завтра..... **42**

**SUMMARIES**..... **45**

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ** ..... **46**

---

**Главный редактор:** В. Л. ХЕЙФЕЦ

**Редакционный совет:** И. Н. БАРЫГИН, Е. Ф. БЕЛЯКОВА, Б. С. ЖИХАРЕВИЧ, В. Н. КНЯГИНИН, А. Ю. МАНИЛОВА, А. В. МОДЕСТОВА, А. В. НОСЕНКО, И. А. СИДЕЛЬНИКОВ, Л. П. СОВЕРШАЕВА, С. А. СЛОБОДСКОЙ, С. Ф. СУТЫРИН, О. А. ТРЕТЬЯКОВ, Д. А. ЯЛОВ.

**Над выпуском работали:** А. М. ГОРЕЛИК, Е. В. СЕЛИЗОВА, А. В. САВИЧ, Т. А. СОМОВА, Е. Б. БЕЛЯКОВА, В. Л. ХЕЙФЕЦ

Журнал «Российское экспертное обозрение» учрежден Центром стратегических разработок «Северо-Запад». Выходит с 2003 г. в электронной и печатной версиях. Цель проекта – информирование об исследованиях, проводимых российскими и международными экспертными центрами и посвященных России.

Взгляды и мнения, опубликованные на страницах «Российского экспертного обозрения», принадлежат исключительно авторам материалов и могут не совпадать с точкой зрения редакции. Авторы материалов несут исключительную ответственность за точность приведенных цитат и фактических сведений, а также за то, что представленные ими данные не содержат сведений, не предназначенных для открытой публикации. Любые материалы, размещенные в «Российском экспертном обозрении», могут быть воспроизведены в научных и образовательных целях с обязательной ссылкой на издание и автора конкретного материала.

# ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Что такое культура? Набор правил (нередко неформальных), стереотипов и норм поведения — так считают авторы Интернет-энциклопедии wikipedia. Результаты творчества, свойственные тому или иному обществу, совокупность созданных людьми материальных и духовных ценностей — такое определение можно встретить в учебниках по философии и социологии.


Но совсем не случайно, как нам кажется, руководитель народного просвещения и пропаганды нацистского рейха говорил: «Когда я слышу слово культура, я хватаюсь за револьвер». Доктор Геббельс был негодяем, но не дураком. Он прекрасно знал — понятие «культура» неотделимо от понятия «политика». Культура как внутреннее, духовные человеческие ценности должна быть и является основой политики, как минимум, на уровне подсознания. А значит, общество всё равно оценивает любую политику действия с точки зрения неписаных культурных законов.

По словам известного культуролога, главного редактора журнала «Искусство кино» Даниила Дондуря, культура — единственный способ сохранения идентичности социально-политической системы, наполнения ее содержанием, способ трансляции опыта этносообщества во времени. Об этом феномене на страницах текущего номера «РЭО» говорит директор ЦСИ ПФО Сергей Гра-

дировский. Он убежден: только правильная реализация культурной политики сможет способствовать выполнению стратегических задач, стоящих перед Россией.

Долгое время термин «культурная политика» в нашей стране рассматривался как нечто тесно связанное со сферой искусства — и только с ней. На страницах нашего издания отдана дань этому подходу. О серьезных проблемах российских музеев и направлениях их трансформации дискутируют эксперты Алексей Лебедев, Марина Юхневич и Геннадий Вдовин.

Однако культурная политика — это не только развитие музеев, театров и т. п., но, прежде всего, понимание и использование культурных ресурсов нации для решения экономических, социальных и политических задач. О том, как это можно сделать, рассуждают эксперты «РЭО» Сергей Зуев и Павел Лукша. Как становятся инструментом культурной политики театр и кино, рассказывают критик Екатерина Зуева и режиссер-документалист Иван Сидельников.

Дискуссия о рамках и направлениях культурной политики в России лишь разворачивается. Да и успешных проектов в этой сфере пока мало. Нашей стране еще предстоит умножить их и сделать частью культурного процесса. И тогда, как говорил видный отечественный режиссер Андрей Кончаловский, мы увидим, что «культура — это судьба». 

Что такое культурная политика в нынешней России и какие задачи она призвана решать? На эти вопросы по просьбе «РЭО» отвечает известный отечественный эксперт **СЕРГЕЙ ГРАДИРОВСКИЙ**. Его материал задает новое направление для дискуссии не только по теме номера, но и о том, как восстановить масштаб русской идентичности.



## КУЛЬТУРНАЯ БЕСПОЛИТИКА

**СЕРГЕЙ ГРАДИРОВСКИЙ** | Директор Центра стратегических исследований ПФО.

<sup>1</sup>См. статью О.И.Генисаретского в этом выпуске «РЭО». — Прим. «РЭО».

Я отношусь к сообществу людей, долгие годы возлагавших на культурную политику немалые надежды. Но возлагать — не делать. Надо честно признать: после распада СССР в этой сфере сделано было крайне мало, а то, что все же было сделано, привело к девальвации самого понятия.

Да и какого другого результата можно было ожидать, когда бренд «культурная политика» был отдан на откуп арт-проектировщикам и менеджерам. И все же, спасибо им, хоть они его подобрали. И понесли. Как смогли.

Арт-менеджеры и примкнувшие в них функционеры Минкульта даже думать о политике не дерзали. Неудивительно, что культурная политика осталась вне политики, в результате лишившись и специфического содержания, и необходимой формы. Прав философ

О.И.Генисаретский, говоря, что в современной России под культурной политикой понимают разработку и реализацию культурных проектов и программ, в то время как насущно необходима проработка «политических предпосылок институционализации культурно-политической активности»<sup>1</sup>.

Отсюда и результат — калечная культурная политика не смогла решить (или хотя бы оказать помощь в решении) ни одной из стоящих перед российскими нацией и обществом стратегических задач.

### КАКИЕ ЗАДАЧИ ОКАЗАЛИСЬ НЕ ПО СИЛАМ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ

Отвечая на этот вопрос, прежде укажем на необходимость работы с ценностными основаниями социального поля и опосредованно — конкретного человека. Для этого вида и масштаба работ требуются публичность, политическая мощь и базовые институты всепроникающего поощрения, принуждения и поддержки (а не только специфические институты, то есть взятые непосредственно из сферы культуры). Культурная политика нужна для исправления путей, для работы с общественными страхами и пронизывающей социальную твердь безнадёгой.

**Безнадёга существования.** Отнесемся к пропитывающей российское общество алкоголизации как к превращенной форме бегства от жизни. Алкоголь — самый доступный, культурно разрешенный и даже поощряемый к активному применению антидепрессант. В России благодаря алкоголю почти треть мужчин и седьмая часть женщин сходят в могилу раньше «отведенного» им срока. Каждый второй мужчина не в состоянии дожить даже до пенсионного возраста. «Африканская смертность» мужского населения — тяжелейшая проблема, лежащая в ядре отечественной демографии. Разница в средней продолжительности жизни мужчин и женщин составляет тринадцать лет. Большинство женщин обречены на одинокую старость.

Культурная политика в России так ничего и не смогла предложить в вопросе отношения населения к собственному здоровью и к жиз-

### КОМУ ВЕРЯТ РОССИЯНЕ?

По данным летнего опроса, проведенного Всероссийским фондом изучения общественного мнения (ВЦИОМ), лишь 43% россиян доверяют местному самоуправлению, при том что почти столько же — 42% респондентов — относятся к нему с недоверием. Исполнительной ветви власти доверяют две трети россиян (64%), не доверяет четверть опрошенных (25%), 11% затрудняются определить своё отношение. Законодательной и судебной ветвям власти доверяют менее половины респондентов — 43–45%, не доверяют им почти столько же опрошенных — 40–41%. Доверие респондентов федеральному уровню власти (67%) значительно выше, чем региональным властям (49%) и местному самоуправлению.

Законодателям разного уровня россияне доверяют почти в одинаковой степени. Лишь треть россиян (33%) выражают доверие Федеральному Собранию, половина (50%) испытывает к нему недоверие; 17% затрудняются выразить своё отношение к парламенту. Такую же степень доверия (33%) россияне проявляют к законодательным собраниям субъектов федерации; уровень недоверия к региональным парламентам несколько ниже — 44%, при этом больше доля затрудняющихся с оценкой — 24%. Аналогично отношение к представительным органам местного самоуправления, которые вызывают доверие у 30% опрошенных, недоверие — у 46%, затруднения с оценкой — у 23%.

Федеральная судебная власть вызывает скорее доверие россиян, региональная — в равной мере доверие и недоверие, местная — скорее недоверие. Высшим судебным инстанциям доверяет половина россиян (49%), региональным — 38%, местным — 34%.

| По материалам: официальный сайт ВЦИОМ ([www.wciom.ru](http://www.wciom.ru))

ни, и через это — к здоровью и жизни своих близких.

**Неверие в самоуправление.** Местное самоуправление — есть альтернатива самоуправству банд и самодурству Левиафана. Местное самоуправление позволяет заниматься деталями. Именно окрепшее и повзрослевшее самоуправление является ключевым агентом развития среды обитания, а значит, создания мест, притягательных для социального и креативного капитала. Без этого ни качества жизни не поднять, ни конкурентоспособности не достичь. Культурный код «вертикали власти» заставляет все вращаться вокруг нее, не оставляя времени и места человеческому самостоянию. Необходима реабилитация естественной, не делегируемой никому человеческой власти.

**Неверие в суд и справедливость.** Россияне остались при своем убеждении — суд является профанацией. И на знаменитый вопрос хозяина: «Как судить-то будем: по праву али по совести?». — Русский человек, не задумываясь, отвечает: «По совести, барин, по совести!». Экономист Евгений Ясин отмечал, что за последние годы всему миру было показано, что российские право, закон, прокуратура, суд, российская власть в целом не намерены считаться с «демократическими предрассудками». Власть в России стоит над законом. Россияне и так на протяжении почти что всей истории нашей страны были уверены, что суд существует не для того, чтобы добиваться справедливости, а за последнее время они получили еще одно неоспоримое подтверждение: суд служит властью предрассудкам; на худой конец богатым, способным должным образом «отблагодарить» судьбу.

Итак, получается — народ не верит в честь суда, судьи поголовно обладают прокурорским сознанием, а власть превыше всего ценит историческую целесообразность. Это, безусловно, культурная ситуация.

**Страх перед глобализацией.** Культурная политика не обеспечила трезвого отношения к процессу глобализации. Большинство граждан России фундаментальный процесс современности по-прежнему воспринимается не как ситуация, полная возможностей (наряду с рисками, о которых можно говорить вполне прагматично), а как возбуждающая националистические страсти и одновременно парализующая творческий гений страшилка. В результате российское общество оказывается в самом невыгодном для себя из всех возможных положений — глобализация все равно происходит, но как бы насильно.

Страх глобализации скрывает под собой глубинный страх иного, чужого, малообъяснимого, в конечном итоге, страх смерти.

**Страх иного, страх смерти.** Россияне в массовом порядке испытывают необъяснимую агрессию к любым мигрантам (часто даже к соотечественникам). Этот аффект развился при атрофировании исторического инстинкта к перемещению в пространстве. Русские не просто отказались от заселения новых пространств и не только свернули свое присутствие в Лимитрофе, русские резко снизили внутреннюю мобильность, которая упала до уровня доиндустриального развития (об этом, в частнос-

ти, говорит социолог Жанна Зайончковская). Наблюдаемая нынче агрессия — есть чувство подменное, а подменяет оно страх.

Как так случилось, что народ-колонизатор, народ-покоритель бескрайнего евразийского пространства сжался от ужаса перед теми, кого он сам в свое время приручил, сделав поданными/гражданами великой евразийской империи — перед мигрантами с Кавказа и Центральной Азии?

Расширить (восстановить) масштаб русской идентичности — задача культурной политики.

## ЧТО НЕ ЕСТЬ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА

Игрой на понижение назовем ситуацию, когда культурная политика низводится до культуропользования. В таком представлении культурная политика призвана смягчать и сглаживать (к примеру, углы вульгарной зурабовской монетизации<sup>2</sup>). В данной роли она — лишь «приправа к блюдам» экономистов и политиков; в античном смысле — эллинское руководство к варварским проектам обустройства ойкумены. Да, варварства по отношению к природе, культуре и традиции нашим top managers не занимать, тем не менее, корректировка политико-экономической реальности — лишь второстепенная функция культурной политики.

Также не нужно путать культурную политику с теорией и практикой культуросообразной деятельности. Конечно, нам хочется, чтобы управленческие решения разных уровней и разной морфологии осуществлялись при наличии обязательной культурной экспертизы. Это — дело правое. Институционализация экспертизы избавила бы нас от многих начальственных глупостей. Но даже такое решение,

<sup>2</sup>Имеется в виду ФЗ-122 «О порядке установления размеров стипендий и социальных выплат в Российской Федерации». — Прим. «РЭО».

## КТО РУКОВОДИТ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРОЙ

Функции по выработке государственной политики в сфере культуры, искусства, историко-культурного наследия, кинематографии, СМИ, архивного дела, а также по нормативно-правовому регулированию в этих сферах возложены на Министерство культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации.

Этому ведомству также подчинены Федеральное агентство по культуре и кинематографии, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям и Федеральное архивное агентство. | По материалам: официальный сайт Правительства Российской Федерации, официальный сайт Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации.

которое, кстати, легко внедряется по аналогии с экологической экспертизой, не приведет к появлению культурной политики.

И уж, конечно, культурная политика — не ведомственная политика по отношению к отрасли.

Государственное управление учреждениями культуры за годы публичных дискуссий и вроде бы принятых на себя обязательств так и не переросло в хотя бы какое-то подобие культурной политики. От управления до политики — огромный шаг. Для привычного Минкульту администрирования — почти невозможный. Российское министерство культуры

осталось отраслевым арьергардным учреждением. Ему не хватало и не хватает навыков рамочного управления, которое влечет за собой ответственность за будущие антропологические и социологические изменения, а не только за наведение элементарного порядка в подведомственных учреждениях.

Происходит это при том, что деды и прадеды нынешних луначарских<sup>3</sup> понимали толк в культурной политике. В советский период культурная политика была неотторжима от маховика агитации и пропаганды, запущенного Идеологическим отделом ЦК КПСС, а Министерство культуры СССР являлось лишь одним из частных исполнителей программного действия. Культурная политика большевиков ставила целью «сделать доступными для трудящихся все сокровища искусства, созданные на основе эксплуатации их труда» (VIII съезд РКП(б)).

Сегодня же государственная культурная политика сводится к сравнительно автономной и малоскоординированной деятельности различных ведомств, имеющих отношение к охране культурного наследия, художественной деятельности, печати, библиотечному и музейному делу (А.Я. Флиер)<sup>4</sup>.

### ПУТИ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Неоднократно высказывалось мнение, что культура всегда и всячески противостоит любой модернизации (см. известный пример из римской истории об иррациональном сопротивлении варварской культуры благам цивилизации — акведукам, термам и дорогам).

Такой взгляд на культуру — однокбок, так как под культурой понимает скорее традицию,

историческая функция которой — действительно сдерживать неумёное развитие. Развитие, которое традиция надменно маркирует как отклонение, мутацию, как программный сбой. И чем сильнее культурный артефакт, тем прочнее он стоит на пути изменений. Собственно, по тому, сколько такой артефакт продержится, сдерживая развитие, и судят об его исторической мощи (вспомним, сколько веков ушло на преодоление положений аристотелевской физики, освященной авторитетом Святого Престола Петра).


Каждый из нас сталкивался с культурами, малочувствительными к контексту. Текст такой культуры может критически отстать от непрерывно изменяющегося контекста. Культура, вовремя не реинтерпретирующая себя, утрачивает власть над современностью и, как следствие, уступает флагманскую функцию навигатора другой культуре. В таких случаях представители традиционной культуры воиют о культурной интервенции (яркий пример — угроза вестернизации или ваххабизации), а к средствам культурной политики прибегают как к второстепенным и малозначимым, в основном полагаясь на насилие аппарата кесаря.

Культуры различаются готовностью к саморазвитию. Если культура содержит генетический код саморазворачивания — она стремится его реализовать при любых обстоятельствах; функцию же сдерживания будет выполнять не сама культура, а сложившиеся «охраняющие корпорации» культуры. В таком случае культура противостоит традиции. Такая культура не отвергает традицию, но играет с ней, точно зная её место. Потому что такая культура — вечно живое, обнажённое, рвущееся к подлинности откровение. Мы ищем именно такую культуру.

Культурная политика, как и политика самоуправления или политика здравопребывания (здорового образа жизни), не может зиждиться на каком-то одном, к тому же централизованном институте. Такой политикой нельзя завладеть. Такую политику можно программировать, включая в процесс её публичного формирования всё новых и новых субъектов.

По мнению культуролога Сергея Зуева<sup>5</sup>, культурная политика есть результат изменения массовой управленческой подготовки, в которой гуманитарный слой должен быть значительно расширен и усложнен.

А.Я. Флиер считает, что основной целью культурной политики является «трансформация норм и стандартов социальной адекватности людей в образы и образцы их социальной престижности, то есть пропаганда норм социальной адекватности как наиболее престижных форм социального бытия, как кратчайшего и наиболее надёжного пути к социальным благам и высокому общественному статусу».

Последнее определение кажется невероятно конформным, но, в целом, всякому интересующемуся технологией институционализации культурной политики, я рекомендовал бы перечитать труды вышеупомянутого философа О.И. Генисаретского, который за последние два десятилетия опубликовал на эту тему несколько программных статей. 

<sup>3</sup>Анатолий Луначарский — народный комиссар просвещения в первом советском правительстве. — Прим. «РЭО».

<sup>4</sup>А.Я. Флиер — историк, руководитель Высшей школы культурологии Московского государственного университета культуры и искусств, занимается фундаментальными проблемами культурологической теории. — Прим. «РЭО».

<sup>5</sup>См. статью С.Зуева в этом выпуске «Российского экспертного обозрения». — Прим. «РЭО».

## ЧТО ЕСТЬ КУЛЬТУРА?

В 1918 г. вышла в свет и сразу же стала знаменитой работа немецкого мыслителя Освальда Шпенглера «Закат Европы». Эта книга была не только исследованием, но книгой-диагнозом, книгой- пророчеством. Шпенглер предложил отказаться от привычной схемы «Древний мир — Средневековье — Новое время». Он полагал, что есть лишь различные культуры, каждая из которых обладает своей собственной судьбой:

«Вместо безрадостной картины линейной всемирной истории... я вижу настоящий спектакль множества мощных культур, с первоначальной силой расцветающих из лона материнского ландшафта, к которому каждая из них строго привязана всем ходом своего существования, чеканящих на своем материале — человечестве — собственную форму и имеющих каждая собственную идею, собственные страсти, собственную жизнь, воление, чувствование, собственную смерть».

При этом — в отличие от своего соотечественника Г.Гегеля, считавшего первичным элементом в культуре логику — Шпенглер отдавал приоритет «душе» культуры. В его понимании культура — это символически выраженная система, «совокупность чувственно-ставшего выражения души в жестах и трудах, как тело ее, смертное, преходящее...; культура как совокупность великих символов жизни, чувствования и понимания: таков язык, которым только и может поведать душа, как она страждет».

Немецкий философ утверждал: «Культура рождается в тот миг, когда из пра-душевного состояния вечно-младенческого человечества пробуждается и отслаивается великая душа... Она расцветает на почве строго отмежеванного ландшафта, к которому она остаются привязанной чисто вегетативно. Культура умирает, когда эта душа осуществила уже полную сумму своих возможностей в виде народов, языков, вероучений, искусств, государств, наук...». | По материалам: Шпенглер О. *Закат Европы*. Т.1. М., 1993.

# ЭКОНОМИКА И КУЛЬТУРА – ВОЗМОЖЕН ЛИ СОЮЗ?

Культурная политика в нашей стране считается делом сугубо затратным. Авторы «Российского экспертного обозрения» не согласны с таким подходом. Культуролог **СЕРГЕЙ ЗУЕВ** считает необходимым превращение культурного ресурса территории в источник ее развития. Как функционирует экономика культуры и искусства поясняет в своей статье старший научный сотрудник Института экономики РАН **ПАВЕЛ ЛУКША**.

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА В ПОИСКАХ ИДЕНТИЧНОСТИ

**СЕРГЕЙ ЗУЕВ** | Директор Центра региональных исследований Академии народного хозяйства при Правительстве РФ.



Говоря о «культурной политике», надо, прежде всего, определиться с терминологией. Имеется, к примеру, термин «природопользование». Есть природа, а есть определенные правила пользования ею. И это не то же самое, что сама природа, это — способ отношения, или сосуществования, или существования «в». Так же обстоит дело и с «культурой». Есть собственно культура, а есть некоторые принципы, ценности культуропользования. И эти термины не идентичны.

Есть хорошая фраза: экономические и политические свободы еще не дают свободы от экономики и политики. Почему я вообще говорю об этом? Возьмем городскую среду. Начиная строительство, крупные застройщики или девелоперы руководствуются преимущественно вопросами экономической выгоды. Это нередко приводит к разрушению традиционной городской среды в угоду отдельным бизнес-проектам, в угоду экономической логике.

С моей точки зрения культурная политика и культуропользование являются некой корректировкой этих экономических или политических соображений. Это есть введение иной логики, своеобразного коэффициента, способного корректировать экономико-политическую тактику. Культурная политика — это определенный фокус взгляда, который должен воздействовать на целый ряд уже сложившихся экономических и политических практик.

Городская среда должна формироваться иначе, чем она формируется на основе девелоперской логики, образование, система подготовки кадров, уже сложившиеся социальные машины, стратегия социально-экономического развития тех или иных регионов должны основываться не только на росте ВРП. Экспертам-

теоретикам и практикам следует обсуждать каналы и способы конвертации экономического роста в качество среды проживания.

Другое дело — когда эта конвертация произойдет. Тот дополнительный культурный фокус, который сейчас только начинает проявляться, может уплотниться и стать фокусом, через который будут рассматриваться конкретные бизнес- и административные практики и т. д. Примеров можно привести много. Так, вопрос «монетизации льгот» в свое время вызвал резкое отторжение у ряда социальных групп даже не в силу экономических потерь, а в силу того, что в России пенсионер — это служивый человек, который выслужил свою пенсию и в этом смысле обладает определенным социально-культурным статусом в обществе. Статус же не переводится исключительно в денежные единицы. Даже если денежных единиц достаточно, сам статус в результате «монетизации» оказывается иным. Культурный капитал уменьшается за счет потери тех или иных льгот.

Давайте детальнее проанализируем, что происходит со статусом, который П.Бурдые называл «культурным капиталом». В этом смысле любое действие имеет не только экономическое, но и культурное измерение. И без понимания этого обстоятельства целый ряд реформ будет либо затруднен, либо обречен на провал. Вот эта трудноуловимая консистенция, которая корректирует политико-экономические выкладки, является функцией культурной политики, которая позволяет сохранять человеческую, групповую, эмоциональную, территориальную, профессиональную идентичность, поддерживает и укрепляет, либо начинает ее разрушать!



## **ОДНИХ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ РЕГИОНА УЖЕ НЕДОСТАТОЧНО**

Чтобы обсуждать вопрос миссии региона, нужно обсуждать вопрос его конкурентных преимуществ. Рассмотрим, к примеру, ряд северных регионов. Есть Мурманская область, Ненецкий АО, Карелия, Вологодская область, Архангельская область. Последний из перечисленных субъектов федерации с точки зрения экономизации особых преимуществ не имеет. Морские выходы лучше на Кольском полуострове, лес есть и в Коми, и в Вологде, и в Карелии. Конкурентное же преимущество Архангельской области, как мне кажется, связано с историческим, социокультурным фактором. Бренд территории, возможная программа маркетинга территории должны строиться на этом. Данная область — это сосредоточение русского Севера. Чтобы область ни делала в качестве крупного инвестиционного проекта — алмазы ли, космос, еще что —, на мой взгляд, это должно проходить под брендом истории этой территории. В этом смысле миссия Архангельской области может быть связана с реинтерпретацией русской культуры, истории, системы проживания на Российском севере.

Сам факт наличия алмазов ничего не говорит о миссии. Это может быть одним из сырьевых преимуществ, важным. Миссия всегда вытекает из истории, но она нуждается в современной интерпретации. Будь то организация или территории. Ее невозможно сконструировать искусственно, это всегда продолжение тренда.

По материалам: Сергей Зуев, из текстов выступлений

Культура всегда сопротивляется попыткам модернизации, как бы те ни выглядели.

Любые экономические программы могут быть предельно эффективными в среднесрочной перспективе — 3–7 лет. Потом курс начинает отклоняться. Почему? Да потому что начинают накапливаться факторы не только экономического, но и социо-культурного порядка, которые могут либо поддерживать идущие изменения, либо им противостоять. Так, примером успешной модернизации XIX — XX вв. стали изменения, осуществленные при поддержке США в странах Латинской Америки. Там модернизации в экономической сфере предшествовали изменения среды проживания, внедрение другой культуры (от голливудских фильмов и джинсов до кока-колы и т. п.). Культурная экспансия шла впереди политико-экономической модернизации. Вместо традиционной культуры вводилось новое культурное или квазикультурное поле, на основании которого стали возможны уже прямые политические или экономические действия. Собственно, культурная экспансия — это один из вариантов культурной политики.

Конечно, возможна и работа с собственными культурами. Например, ряд действий экономического характера в Японии или Китае находится в той или иной степени синхронизации с собственной культурой этих стран. Не раз на уровне анекдота говорилось, что развитие компьютеров в Японии связано с существующей там культурой риса. Так вот, те самые рисинки являются единицей, которая различается глазом, культурным сознанием, и в этом смысле работа с микрочипами соответствует японской культурной традиции. Или наличие сетей траста в Юго-Восточной Азии (определенные социо-культурные связи между людьми) по-

могают избегать множества транзакций, характерных для европейской банковской системы. На уровне доверия тебя кредитуют, при этом не требуется залога, поскольку ты погружен в определенную культурную среду, которая не позволяет тебе отклониться от правильного поведения. Хотя тамошняя банковская система и напоминает европейскую, она в то же время является совершенно иной по своим свойствам. Отсутствие финансовых ресурсов, имеющихся в европейской системе, заставило страны ЮВА обращаться к способам общежития, характерным для местных обществ. Этот факт был зафиксирован целым рядом этнографов и антропологов в Индонезии, в Малайзии и отчасти даже в Китае.

С одной стороны, можно говорить, что культурная политика занимается поиском и реинтерпретацией идентичности в современном мире, приспособлением существующих в истории форм, с другой стороны, набор этих идентичностей связан с ограничениями, которые вводятся на экономические, политические и социальные процессы. Концепция культурной политики состоит именно в этом. Это рамочная конструкция, внутри которой возможно проведение тех или иных реформ.

Когда мы говорим в этом контексте о нашей стране, мы должны понимать, что Россия очень разная. Одинаковая она только с точки зрения Министерства финансов, для которого все территории выглядят как получатели бюджетных трансфертов. Различаются только величины бюджетных перечислений, но измеряются они в одних и тех же единицах. И специфики регионов, в отличие от субъектов федерации, не видно.

Но российские регионы, конечно, разные. Есть Север, Юг, есть Сибирь. Любой консультант, занимающийся вопросами стратегического развития регионов, вынужден иметь дело с этой материей. Каркас современной экономики, на котором закрепляются конкурентные преимущества той или иной территории, уже сейчас определяется не разного рода налоговыми стимулами, которые дает государство или местные органы самоуправления, а местными особенностями — образом жизни, качеством среды и капитала и т. д. Именно это является конкурентным преимуществом того или иного региона или города.

За счет чего образуются эти конкурентные преимущества? За счет среды, людей, рекреационных, досуговых возможностей, городской планировки? Такие города, как Дублин или Сиэтл, в современном мире начинают существенно опережать лидеров предыдущих десятилетий, какую-нибудь Силиконовую долину, упершуюся в границы своего развития, за счет чисто экономических стимулов. Так, еще в 1970-е гг. Ирландия приняла законодательство, которое освободило от налогообложения представителей креативных профессий или индустрий. Фактически это сделало Дублин сосредоточением многонационального и многоэтнического творческого капитала. Это культурные кварталы, это совершенно определенная городская среда, возможность досуга, которые они предоставляют, это инфраструктурные вещи, связанные с информационной

политикой и т. д. Так появляются регионы третьего типа, которые живут не просто на экономической мощи.

Что такое регион первого типа у европейцев? Это историей данное различие языков, этносов и т. д. В 1970-е гг. была нарисована карта Европы как множества территорий, различающихся по диалектам и с исторически сложившимся образом жизни. Вторая карта рисуется в 1980-е гг., когда поверх этих культурных регионов появляются «большие моторы» Европы, многие из которых объединяются и обладают большой экономической мощью и потенциалом. Но потом оказывается, что для дальнейшего развития требуются регионы третьего типа. Не просто транспортно-логистические и финансовые центры, а специальные места, где начинает концентрироваться человеческий капитал. В XIX в. производства располагались рядом с месторождением угля, стали и т. д., потому что это было экономически выгодно, сегодня же большой бизнес стремится к местам концентрации человеческих ресурсов, меняя конфигурацию размещения инновационного производства. Люди едут жить в Дублин и Ситл, и за ними тянутся инновационные фирмы.

Регулирование базового размещения исходных ресурсов (не природного сырья, а людей, инфраструктурных узлов и пр.) — одна из функций культурной политики. В России

этого пока не происходит или почти не происходит, поскольку результаты индустриализации XX в. не были капитализированы, прежде всего, в городской среде. Не произошло конвертации экономического роста в качество жизни, а это есть прямая функция культурной политики.

Во многих странах в результате индустриализации сложилась многофокусная каркасная городская система. Средний американец переезжает за жизнь 11 раз, средний срок его работы на фирме равняется 7 годам. Если бы в России произошла конвертация экономического роста в городскую среду, в ее уплотнение, то такое перетекание сейчас бы стало возможным и у нас.

Конечно, ситуация начинает меняться. Но трансформируется она пока что лишь в пределах Петербурга или Москвы и практически не втягивает в себя территорию остальной страны. И в этом смысле «перетекание» креативного капитала в России пока крайне затруднено. Из-за отсутствия фокуса культурной политики экономическая мощь города или региона еще не означает качество жизни.

Что в этом смысле является основным субъектом культурной политики? Архитектор Александр Высоковский говорит, что стандарты могут задаваться централизованным способом, как и правила игры. В этом смысле, по сло-

## КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА ГОРОДОВ

Большинство российских городов сейчас работают с новыми форматами торговли. На платежеспособные потребительские рынки приходят крупные девелоперы. И здесь муниципалитетам нужно обращать внимание на то, какое поколение супермаркетов они будут предлагать. Первое поколение таких торговых центров — «нулевое», где «якорным инвестором» является магазин. Во втором поколении центром притяжения к торговому молу уже становится зона развлечений, а в третьем поколении таким «якорем» выступает социальное учреждение. Я понимаю, что третье поколение большинства наших региональных городов вряд ли вытянет, но второе можно и нужно обсуждать. Сфера свободного времени чрезвычайно важна, и город обязан формировать адекватное предложение.

Новое поколение горожан уже не склонно проводить выходные на даче в огороде. Современным городам необходима мощная и разнообразная альтернатива в организации досуга, и это своеобразный вызов сфере управления культурой. Такой вызов в свое время бросила академической культуре поп-культура, потому что она доступна и насыщения ею не существует. Те же американцы, которые считали признаком большого процветающего и культурного города наличие академического оркестра, театра, оперы, давно пересмотрели свое отношение к культурным точкам городской среды и максимально демократизировали их. Американский музей, например, превратился из храма хранения культурного наследия в место развлечения. Я не сторонник таких крайних взглядов, но отмечаю, что эта позиция имеет некоторые основания, и пренебрежение второй составляющей культуры не менее опасно, чем пренебрежение классической культурой.

При этом одно культурное ведомство бессильно в решении задачи усложнения социальной жизни города без усилий и понимания проблемы со стороны департаментов градостроительства, дорожного строительства и транспорта. Организация круглосуточной культурной жизни предусматривает и создание рекреационных зон, и решение проблем транспортных потоков и безопасности, и внимание города к организации современных форм торговли.

Конкурируя между собой за время присутствия потребителя, мегамаркеты площадью до 100 тыс. квадратных метров строят внутри себя катки, широкоформатные кинотеатры и мультиплексы, концертные и выставочные залы и даже музеи. И тут даже не особенно важно, сколько будет ходить туда людей (а ходить будут). Такие музеи рассчитаны не на хранение ценностей, а на развлечение, игру с символами. Например, известен канадский торговый центр, который, чтобы выделиться, развернул в своем пространстве музей хоккея. Представьте страну, где все знают этот торговый центр именно потому, что там музей национальной ценности — канадского хоккея.

Итак, смотрите, какой круг образуется. Для развития территории нужны инвесторы. Для инвесторов важным фактором является наличие широкого рынка квалифицированных, перспективных кадров и гуманитарное благополучие города. А для того, чтобы эти специалисты бросили свой якорь в вашем городе, вопрос разнообразия и степени современности культурной среды, образования и безопасности, становится важнее, чем уровень оплаты труда. А для этого также нужны инвесторы и демократические, прозрачные процедуры их обустройства на вашей территории.

Но, конечно, при выработке городских стратегий развития нужно не только иметь перед глазами образ будущего вашей территории, но и учитывать закономерности укрупнения масштаба городской системы в целом.

По материалам: Владимир Княгинин. Региональное развитие: наука или искусство // 60-я параллель. №3(26) 2007.

вам Высоковского, в создании городской среды принимают участие дворник, органы местного самоуправления, художник, архитектор, строитель, местный житель и еще кто-нибудь. Это — своеобразная технология мягкого проектирования, которая начала формироваться в начале 1970-х гг. на примере работы с городами, когда профессиональные архитектурные или градостроительные группы начали втягивать в принятие решений жителей территорий, на которых они проектировали.

Если возвратиться к первоначальным терминам, то мы вспомним, что под термином «культурная политика» долгое время также понималась политика государства по отношению к различным художественным практикам — кино, литературе, созданию союзов художников, архитекторов и т. д. У государства имела культурная политика, позволявшая ему осуществлять ряд функций, прежде всего идеологического характера. Этот тип культурной политики реализовал себя достаточно эффективно с точки зрения тех функций, которые ему приписывались. Однако и сегодня система государственного управления культурой не изменилась.

Я полагаю, что Министерство культуры в России может остаться отраслевым министерством и заниматься музеями, театрами и зоопарками или парками культуры, но момент, связанный с рамочными функциями культурной политики, определенный установкой на интерпретацию прямых политических и экономических логик, в нем сосредоточить сложно. Этого можно достичь только посредством реорганизации всей системы управления. Так вести себя может корпорация — внутри себя и на уровне конвейерной технологии, но не корпорация под названием «Государство», поскольку то имеет дело со значительно более сложными системами управления. Например, Российская империя имела порядка 16 разных способов управления регионами — от ханской Бухары до парламента в Финляндии. «Посадка» тех или иных систем управления была мотивирована спецификой тех или иных территорий. А на современном этапе развития в Российской Федерации этого не происходит.

Обратимся к практическим примерам. Опыт наиболее успешных музеев мира показывает, что зарабатывать они могут очень даже неплохо. При этом практически никогда ни один самый успешный в коммерческом смысле музей не может полностью обеспечить себя, свое функционирование и собственное развитие. Фактически все они принадлежат коммерческим организациям. Здесь вступает в свои права экономика переживаний. В середине XX в. произошел сдвиг от экономики товаров к экономике услуг, и в наиболее развитых неоиндустриальных и постиндустриальных странах сегмент экономики услуг оказался значительно объемнее, чем сегмент экономики товаров. Но дальше эта фаза тоже начала претерпевать изменения; в полной мере проявилась индивидуализация услуг. Важно не только накормить человека в стандартном «Мафдоналдсе» и свозить его в четырехзвездочный отель в Египте. Качество и стоимость услуги опре-

деляется не столько ее наполнением стандартного типа, сколько тем, как человек переживает нечто в процессе получения этой услуги. Как сказал в свое время один из руководителей авиакомпании «Бритиш Эйрвейз»: «Если вы думаете, что наша задача перевезти из точки А в точку Б определенное число пассажиров, то вы сильно ошибаетесь. Наша задача заключается в том, чтобы наши пассажиры никогда бы не забыли этого путешествия и хотели бы его повторить». Потому-то кофе на площади Сан-Марко в Венеции стоит \$25, а в «Мафдоналдсе» он будет стоить \$1. При этом консистенция кофе будет совершенно одинакова. Вопрос — где, в каком месте, с какими переживаниями Вы эту услугу потребляете. Дело в том, что поставщик услуги привязывает к себе потребителя на всю оставшуюся жизнь. Он может пойти на демпинг, еще что-то сделать, но главное для него — удержать потребителя, создать индивидуальное переживание, эксклюзив, определенный стиль... Качество товаров по своим материальным характеристикам сравнялось, качество услуг по материальным характеристикам сравнялось. В двух стандартных ресторанах накормят одинаково, если там хорошая свежая, вкусная пища. Вопрос в том, что Вы выберете. Ответ на него можно найти за счет личного переживания. Это относится как к сфере сервиса в широком смысле, так и к экономике в целом, утверждают представители чикагской школы. И я склонен с ними согласиться. Любой бизнес есть театр, и в нем разыгрываются некие действия, которые привлекают к себе посетителя. А учреждения культуры — театры, музеи и т. д. — являются элементами такой экономики переживаний. Они заставляют Вас вернуться в конкретный город или в конкретный театр.

Индивидуализированное переживание в отличие от стандартной услуги, ориентированной на большие группы людей, бьет почти целенаправленно. Эта детализация возможна за счет предложения неких форм идентичности, за счет того, что человек себя ассоциирует с неким героем, маской, ролью, чувством и т. д. Работа с этим дает конкурентные преимущества в современном бизнесе.

Однако если в плотных городских структурах России вроде Санкт-Петербурга такую работу можно наблюдать, то, например, в Верхней Салде Свердловской области ее еще нет. Существуют искусственно «накачанные» территории типа Анадьря, где работает известный губернатор, там есть порядка пяти ресторанных ниш разной ценовой категории для разных категорий людей. А в Норильске этого нет. Там имеются либо забегаловки, либо рестораны. И примеров такого рода хватает.

\*\*\*


Итак, в России необходимы а) рамочная культурная коррекция политических и экономических ситуаций, б) участие людей и регионов в создании экономики переживаний, превращение культурного ресурса в источник прибавочной стоимости. То есть по своему материальному и стандартному качеству все товары и услуги уже одинаковы, надо добавить что-то еще — бренд, например. Бренд, конеч-

но же, связан с личным переживанием. Это одна из распространенных форм привязывания личной идентичности, роли, маски.

Когда мы говорим, что в условиях глобальной экономики будет присутствовать конкуренция городов и территорий за ресурсы, то совершенно очевидно, что этим территориям и городам нужны свои специализированные, хорошо продуманные маркетинговые программы. Не просто как упаковка, а как посыл к содержанию того, что происходит в этих городах и на территориях. Нужны определенные гуманитарные технологии, продвижение имеющихся ресурсов. Их надо сложить в те действия, которые сформируются в русле культурно-политической парадигмы. Когда мы говорим о новой системе расселения на территории России, она связана с новым дизайном жизни, которая включает в себя градостроительство, новые транспортные сети,

новый тип домостроительства, внешний вид жилищ, образование детей, стиль поведения и т. д. Когда мы говорим о социальной реформе, борьбе с бедностью, надо ли объяснять, что нам действительно нужны те форматы, с помощью которых человек сможет идентифицировать себя в новой среде, в новой изменившейся ситуации.

Конечно же, государство должно формировать идеологию, но локальные культурно-политические идеологии во многом являются результатом самодеятельности различных групп, территорий или сообществ.

Когда вы приезжаете в Казань и видите в музее серию исторических фресок о том, как российские князья прибывали на поклон в Золотую орду, Вы видите то, что никогда не увидите в музее в Москве. И это крайне важно — в России должна сохраняться многофокусная ситуация. 

## ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ — ШТРИХИ К НАУКЕ НОВОГО ВЕКА<sup>1</sup>

ПАВЕЛ ЛУКША | Старший научный сотрудник Института экономики РАН.



*Труд мой любому труду роствен.  
Взгляните — сколько я потерял,  
какие издержки в моем производстве  
и сколько тратится на материал.*

**В. Маяковский, «Разговор с фининспектором о поэзии»**

Еще не так давно, тридцать-сорок лет назад, словосочетание «экономика культуры и искусства» звучало абсурдно. Центром доминирующей парадигмальной модели современной экономики является так называемый homo oeconomicus, человек экономический — рациональный участник процессов производства, рыночного распределения и потребления, стремящийся максимизировать свою личную выгоду. Он глядит на окружающий мир сквозь призму своих предпочтений, оценивая возможные выгоды и потери от любого принятого решения. Человек экономический выбирает те варианты, которые кажутся ему наиболее «прибыльным», при этом его предпочтения и возможная иерархия выборов не меняются от рождения до самой смерти<sup>2</sup>.

Культура и механизмы творческой деятельности лежат вне сферы рационального мышления. Мотивы творцов явно лежат где-то вне рациональных интересов, максимизирующих личное состояние. Попытаться «проверить гармонию алгеброй», тем более алгеброй денежной — кажется абсурдным, обреченным на неудачу занятием. Да и маргинальное (с точки зрения масштабов экономики в целом) положение и «развлекательный»

характер культуры — делали исследование этой темы занятием для небольшого числа чудаков.

И все же, как выясняется, цены на билеты — это не так уж и мало. К концу двадцатого столетия сфера искусства приобрела в развитых странах весомые размеры. Например, в конце 1990-х гг. вклад сферы искусства и культуры («творческих отраслей») в национальный продукт Великобритании составил свыше 4% — значительно больше, чем любой из отраслей британской промышленности<sup>3</sup>. Годовой оборот только английского рынка искусства составляет более \$100 млрд. — четверть консолидированного бюджета Российской Федерации<sup>4</sup>. Отрасли, производящие и распространяющие предметы искусства (кино, музыка, книги, телевидение, реклама etc), — одни из наиболее динамично растущих и наиболее прибыльных в мире. Необходимо также учесть производство сопутствующих товаров, рынки которых тесно связаны с состоянием культурной сферы: бытовая видео- и аудио-техника, кино-, фото- и звукозаписывающая аппаратура, здания и оборудование для театров и кинотеатров, концертные площадки

<sup>1</sup> Более ранняя версия данной статьи была опубликована в журнале «Неприкосновенный запас» (№6. 2003).

<sup>2</sup> По словам нобелевского лауреата Гари Беккера, «связанные воедино предположения о максимизирующем поведении, рыночном равновесии и стабильности предпочтений, проводимые твердо и непреклонно, образуют сердцевину экономического подхода» (Becker G. The Economic Approach to Human Behavior. University of Chicago Press, 1976; русский пер.: Беккер Г. Экономический анализ и человеческое поведение // Thesis. 1993. Vol. 1. № 1. Здесь и далее — прим. авт.

<sup>3</sup> Цифры приводятся по: Towse R. Cultural Economics, Copyright and The Cultural Industries / Proceedings of «The Long Run» Conference. Rotterdam, 2000.

<sup>4</sup> Доходная часть консолидированного бюджета РФ по данным Госкомстата в 2006 г. составила порядка \$400 млрд. — Прим. «РЭО».

и оборудование для них, и так далее. Масштабы культурной сферы в современной глобальной экономике впечатляют.

Так что можно справедливо утверждать: экономике культуры есть что изучать.

## БОЛЕЗНЬ ИЗДЕРЖЕК

Отцом-основателем экономики культуры принято считать нобелевского лауреата Уильяма Баумоля, который в 1966 г. совместно с Уильямом Боуэном опубликовал работу «Исполнительские искусства: экономическая дилемма»<sup>5</sup>. Эта сравнительно небольшая по объему книга оказала весьма серьезное влияние на дальнейшее развитие дискуссии.

Баумоль и Боуэн попытались описать различные вопросы деятельности и финансового состояния организаций, связанных с исполнительскими искусствами: от посещаемости концертов до цен в Метрополитен Опера. Авторы показали, что зачастую издержки организаций, связанных с искусством, значительно превышают их доходы; этот разрыв может быть компенсирован только за счет частных и общественных пожертвований. Кроме того, было указано, что ситуация является не слу-

чайной, а фундаментальной для большинства творческих отраслей.

Отрасли исполнительского искусства, утверждали Баумоль и Боуэн, будут неизбежно страдать от «болезни издержек». В «обычных» отраслях (производящих товары для промышленности и конечного потребления) производительность труда постоянно возрастает — за счет технологических нововведений, обучения персонала, экономии от масштаба. В исполнительском искусстве она возрастать не может: для того, чтобы исполнить концерт для струнного квартета, как и сто лет назад, требуется ровно четыре музыканта. Следовательно, издержки отраслей исполнительского искусства будут расти быстрее, чем цены в экономике в среднем<sup>6</sup>.

Работа Баумоля и Боуэна привлекла внимание множества исследователей, связанных с разработкой государственной политики в социальной сфере, поскольку она предоставляла весомые аргументы сторонникам государственной поддержки искусства и культуры. Во многом на ее основании правительство ряда развитых стран (США, Франция, Голландия, Великобритания, Япония и других) приняло решение о расширении масштабов и форм субсидирования творческой деятельности. Как утверждает один из американских экономистов культуры Грегори Бешаров, успех этой работы был обеспечен теми условиями, в которых она появилась: общественная и частная поддержка сферы искусства в развитых капиталистических странах набирала силу, попечительские советы связанных с искусством организаций морально были готовы принимать помощь от государства, да и сама книга была выпущена как ключевой момент кампании по увеличению расходов крупнейшего благотворительного фонда Twentieth Century<sup>7</sup>.

Дискуссия вокруг теории «болезни издержек» началась сразу же после выхода работы и продолжается она до сих пор. Одни критики утверждают, что «болезнь издержек» не является специфичной для сферы искусства, а наблюдается практически во всех сферах услуг (например, услуги массажиста или парикмахера также могут быть подвержены «болезни издержек»). Другие говорят о том, что производители культурных благ готовы нести дополнительные издержки, поскольку получают дополнительное неденежное вознаграждение (признание, почет, моральное удовлетворение от самореализации). Третьи замечают, что авторы рассмотрели только издержки производителей, но не рассматривали эволюцию самих рынков и возможные изменения предпочтений потребителей (а следовательно, возможность производителей извлекать «монопольную» ренту за счет создания и распространения новых продуктов). Несмотря на справедливость этих критических замечаний, работа Баумоля и Боуэна продолжает оставаться одной из наиболее влиятельных в сфере грантовой поддержки искусства.

Очевидно, что если бы познание сферы искусства с точки зрения экономики ограничилось рамками традиционной экономической теории (опирающейся на представления о рациональных и максимизирующих личную вы-

<sup>5</sup> Baumol W., Bowen W. Performing Arts: The Economic Dilemma. New York: The Twentieth Century Fund. 1966.

<sup>6</sup> Для восстановления исторической справедливости следует отметить, что впервые «болезнь издержек» была описана в статье Анне и Тибора Сцитовски в 1959 году (Scitovsky A., Scitovsky T. What Price Economic Progress? //YaleReview. 1959), хотя авторы и не использовали термин «costdisease».

<sup>7</sup> Более подробно см.: Besharov G. The Outbrake of Cost Disease / Proceedings of «The Case for Public Support of the Arts» Conference. October, 2003.

## ФАКТОР КУЛЬТУРЫ В ЭКОНОМИКЕ

Одной из первых экономических работ, рассматривающей культуру как независимый фактор, было исследование, проведенное известным американским ученым, специалистом в области государственного управления, Эдвардом Бэнфилдом в 1958 г. Он доказывал, что низкие темпы развития тех или иных экономик могут быть объяснены культурными системами, сложившимися в различных странах. Бэнфилд показал, что слабость экономики на юге Италии может объясняться местными культурными традициями. Американский политолог Роберт Патнэм в 1993 г. выдвинул гипотезу, согласно которой, чем более «альтруистично» общество, тем выше качество действующих в нем политических и государственных структур. Историк и экономист Дэвид Ландес доказал существование прямой зависимости между процветанием национальной экономики и такими качествами ее граждан как экономность и бережливость, трудолюбие, упорство, честность и терпимость. Такие качества, как ксенофобия, религиозная нетерпимость, коррупция гарантируют бедность широких масс населения и медленное развитие экономики. Итальянский экономист Гвидо Табеллини проанализировал уровень образования и качество политических институтов в 69 европейских регионах. Его вывод: объем ВВП и темпы экономического роста выше в тех регионах, где процветают взаимное доверие, вера в индивидуальную инициативу человека и уважение к закону.

В любой попытке учесть фактор культуры в экономическом исследовании возникает проблема выявления причинно-следственной связи между экономикой и культурой. Экономисты Луиджи Гуизо, Паола Сапиенза и Луиджи Зингалес доказывают, что культура оказывает прямое воздействие на экономику, доказывают, что в долгосрочной перспективе, именно экономическая система и производственные отношения формируют культуру самого общества. Тем не менее, культурные ценности не всегда меняются в соответствии с экономическим развитием. Так, например, люди, выросшие в религиозных семьях, на протяжении всей жизни сохраняют определенные стереотипы поведения, даже если отходят от религии. Причины столь медленных изменений в культурном развитии авторы объясняют тем, что родители склонны передавать своим детям ту информацию, которую последние, в свою очередь, получили от своих родителей, без переосмысления и адаптации данной информации к требованиям современности. | По материалам: «Культура и экономика» В.В. Ванчугов, Washington ProFile, 2006

году индивидах), а развитие рынков искусства осталось на уровне 1960-х годов, то, вполне возможно, вся «экономика культуры» свелась бы к обсуждению различных аспектов «болезни издержек»<sup>8</sup>. К счастью, как экономическая наука, так и предметы ее исследования претерпели немалые изменения.

Новые подходы, активно развивающиеся в экономической науке второй половины XX в., поставили под вопрос истинность большинства предпосылок неоклассической экономической теории. Человек не всегда поступает рационально (в частности, потому, что человеческое сознание не может охватить все многообразие выборов, открывающихся в каждый момент); человек изменяется, а не следует одним и тем же шаблонам поведения; человек живет в обществе, то есть учитывает поведение других людей (и потому не может постоянно совершать выборы, максимизирующие его эгоистичную выгоду). Два наиболее значимых течения современной экономической теории, следующие этим гораздо более «человечным» предпосылкам, — институционализм и эволюционная экономика, — нашли свое применение и в исследованиях рынков культуры.

## КУЛЬТУРА КАК БЛАГО

Справедливый вопрос, которым задаются экономисты с самого начала дискуссий об экономике культуры: существуют ли особенности у рынков культурных товаров? Должны ли культурные блага<sup>9</sup>, с точки зрения экономического анализа, как-то отличаться от других товаров и услуг?

Традиционная экономическая теория не видит принципиального различия между культурными благами и традиционными товарами и услугами. Предполагается, что культурное благо, как и любое другое, имеет потребительскую ценность и выбирается потребителем, исходя из доступных потребителю средств (бюджета), полезности потребления каждого из благ и установившихся цен. Потребитель выбирает посещение театра, потому как считает, что это принесет ему в данный вечер наибольшую пользу; если бы у него болел зуб, то большую пользу ему принесло посещение стоматолога. Если принять подобную позицию, то любые разговоры об «особенностях» культурных благ бессмысленны.

Однако в случае, если понятие «ценность» не ограничивается понятием потребительской ценности или индивидуальной пользы, то культурная ценность некоторых товаров и услуг оказывается не эквивалентна их экономической ценности. Например, вагон угля и картина Пикассо могут иметь одну и ту же рыночную цену, но совершенно разную культурную ценность. Именно такого мнения придерживается один из ключевых специалистов в сфере экономики культуры, профессор Дэвид Тросби. Разумеется, потребитель культурного блага, как и всякий нормальный потребитель, стремится заплатить за товар не больше, чем тот результат (удовольствие, польза) который он ожидает от данного блага получить. Но, вместе с тем, потребляя культурное благо, он получает дополнительный «культурный импульс» — до-

полнительные выгоды, связанные с «входом» потребителя в данный «культурный пласт», который принадлежит всему множеству потребителей и производителей культурных благ (приобретение к культуре). Следовательно, концепция индивидуальной полезности, используемая традиционной экономикой, по мнению ведущих современных экономистов культуры, неадекватна и недостаточна для понимания природы культурных благ.

Развитие позиции Дэвида Тросби позволяет отметить следующие универсальные особенности потребления культурных благ.

КАК ВЫЯСНЯЕТСЯ, ЦЕНЫ  
НА БИЛЕТЫ — ЭТО НЕ ТАК УЖ  
И МАЛО. К КОНЦУ ДВАДЦАТОГО  
СТОЛЕТИЯ СФЕРА ИСКУССТВА  
ПРИБРЕЛА В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ  
ВЕСОМЫЕ РАЗМЕРЫ.

Потребление культурного блага имеет некоторый «культурный» (как правило, эстетический) компонент. При этом этот компонент может и не оцениваться экономическим механизмом, так как экономическая и культурная ценности, как правило, не совпадают.

Взаимодействие с культурными благами, как правило, представляет собой «досуговое» потребление и не носит каких-либо профессиональных целей. Вместе с тем, качество культурных благ зачастую предварительно неизвестно (не существует способов отделить вновь вышедший хороший фильм или хороший спектакль от плохого только по тому, где они продаются и сколько стоят). Такая ситуация в институциональной экономике называется информационной асимметрией и заключается в том, что один участник рынка (продавец, производитель культурного блага) знает о качестве продукта значительно больше, чем другой покупатель. Поэтому на рынке культурных благ существует особая профессиональная группа людей, отчасти решающих проблему информационной асимметрии и для этого потребляющих культурные блага и описывающих свои впечатления — критики. Функция критиков в институциональной экономике называется сигнальной — они не могут гарантировать потребителю, что ему понравится фильм, который они сочли «хорошим», но пытаются сообщить потребителю о своем опыте и своей оценке качества данного продукта<sup>10</sup>.

Поскольку культурные блага существуют в контексте культуры, их потребление требует специальной подготовки. Ценность потребляемого блага будет зависеть от «образования» и знакомства с данной субкультурой. Например, сомелье, гурман, меломан, синефил постоянно повышают свою «квалификацию потребителя», и благодаря этому впечатление такого квалифицированного потребителя от нового культурного образца, его потребительская цен-

<sup>8</sup> В ключевом «компендиуме» традиционной неоклассической экономики, «Новом словаре экономики Палгрейва», экономике культуры посвящена ровно одна статья: «болезнь издержек» авторства Уильяма Баумоля (The New Palgrave: A Dictionary of Economics. London: TheMacmillanPress, 1988).

<sup>9</sup> В терминах экономической науки «благо» — любой товар или услуга, потребление которого не принесит потребителю вред.

<sup>10</sup> Одним из наиболее распространенных способов сигнализирования в товарной экономике является брэнд. Ставя свой брэнд на одежду, компании Benetton или Nike сообщают потребителю, что товар имеет определенный (гарантированный брэндом) уровень качества. В развитых экономиках популярный брэнд является наиболее дорогостоящим активом владеющей им фирмы (например, брэнд «Mercedes» стоит свыше \$21 млрд. — в 7 раз больше, чем совокупная прибыль от продажи автомобилей этой марки за год).

ность будет совершенно иной, чем у дилетанта. А поскольку образование потребителя означает не что иное, как знакомство с разнообразием культурных благ данного типа, то культурные блага оказываются симметрично референтными по отношению друг к другу — каждое из них может формировать систему предпочтений потребителя (его художественный вкус) и одновременно оцениваться в этой системе.

Следовательно, имеет значение именно разнообразие потребления культурных благ: новые прочитанные книги, новые фильмы, новые спектакли и так далее, причем должны существовать качественные различия с предшествующими книгами и фильмами, их относительная неповторимость. Потребление культурного блага важно не получением тех же самых ощущений (как, скажем, повторяющееся насыщение тела и чувство сытости при еде), а каждый раз — новых ощущений (даже при повторном просмотре фильмов и прочтении книг, как правило, индивид ищет новые, пока еще не раскрывавшиеся ему пласты впечатлений и смыслов).

Особым случаем потребления культурных благ является приобретение предметов искусства как объектов для инвестирования. Картина молодого талантливого художника на пике его славы может стоить в сотни и в тысячи раз дороже, чем в начале его карьеры. Во время жизни Ван Гога продажа его полотен с трудом позволяла художнику сводить концы с концами, а в 1990 г. картина «Портрет доктора Гаше» стала самой дорогой картиной, когда-либо проданной на аукционе. Рост стоимости отдельных произведений искусства, как правило, имеет не столько субъективные причины (осознание эстетической ценности конкретным потребителем), сколько социальную природу (например, владение картиной сообщает владельцу определенный статус).

Таким образом, культурное благо, скорее всего, и не может быть понимаемо, если рассматривать его в рамках традиционной экономической науки. Только теории, учитывающие меняющуюся природу индивида, эволюцию

социальных групп, их норм и ценностей, принимающие во внимание общественный характер жизни людей, могут объяснить особенности культурных благ.

## ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ ИСКУССТВА

Йозеф Шумпетер, один из столпов эволюционного подхода в экономической науке, рассматривал капитализм как процесс непрерывного создания и разрушения бизнес-возможностей. Во главу угла Шумпетер ставил созидательную силу предпринимателей, постоянно находящих новые возможности получения максимального дохода. Такими возможностями могут быть научно-технический прогресс, организационные нововведения, открытие новых рынков сбыта. В тех отраслях, где такие возможности обнаружены, начинается бурный рост числа производителей, и рынок захватывают наиболее приспособленные и «технологичные» из них: кустарей вытесняют корпорации. Открытие и развитие рынков культуры в конце XIX и в XX вв. происходило во многом в соответствии с шумпетерианскими моделями (вероятно, благодаря этому экономисты-эволюционисты сейчас достаточно успешно работают в сфере экономики культуры).

Традиционно культура считалась делом высоко одаренных одиночек или небольших, часто подвижнических, групп. В XX в. происходит тотальная индустриализация сферы искусства. В литературе, живописи, театре, кино производство новых шедевров поставлено на поток. Конечно, этот процесс подпитывается «предпринимательской», созидательной энергией молодых амбициозных авторов, порождающих «новые альтернативы» — так в конце XIX в. является импрессионизм, в начале XX — движение футуристов, в середине 1930-х гг. в кино экспериментируют авангардисты, а в 1960-х сцену захватывает рок-музыка.

Можно найти множество примеров серийного производства культурных благ во всех сферах культуры и искусства. Но, наверное, нет второй такой по масштабам и значимости фабрики искусства, как Голливуд. Это название само стало символом, ролевой моделью индустриализирующейся творческой сферы, позднее взятой на вооружение и телевидением.

В Голливуде производство культурных благ происходит примерно как сборка магнитол на заводе где-нибудь в Малайзии. Как и на товарном производстве, каждый занят своим делом: есть менеджеры различного ранга, продавцы, производители, вспомогательные рабочие, ключевые специалисты. «Лаборатории творчества» заняты подготовкой сценариев и «обкаткой» их под стандарты съемочных площадок. Тысячи человек в коммерческой дирекции закупают всевозможные материалы и декорации; производство идет десятками фильмов в месяц. Успех просчитан заранее: над этим работают сотни опытных маркетологов и социологов, проводящих опросы и собирающих фокус-группы для оценки целевой аудитории и необходимой рекламной компании будущего фильма.

Голливуд не случайно называют и фабрикой звезд — звезды здесь тиражируются

Д. Васильев.  
«Даная», 2000 г.



и сходят со ступеней в нужных количествах. Звезды — это еще один феномен экономики культуры, обусловленный не только факторами предложения (звезда «создается» продюсерами), но и факторами спроса (у зрителей есть потребность в кумирах).

Разумеется, на рынке труда в сфере искусства представлены не только звезды, хотя стремление стать таковой является мощным мотивирующим фактором для вновь приходящих. Очевидно, что индустриализация культурной сферы требует значительного притока квалифицированных кадров.

За 1980-е гг. занятость в «культурных отраслях» в США увеличилась в полтора раза, а в Европе — почти вдвое, темпы роста занятости сохранялись и в 1990-е гг. В европейской экономике только непосредственно занятых творческим трудом более 3 млн. человек, и, по подсчетам исследователей, эту армию занятых в художественной сфере творческих людей обслуживает не меньшая по численности группа агентов, продавцов, распространителей. Культура давно перестала быть делом избранных и стала профессией. Не последнюю роль в возможности творцов и корпораций получать значимые доходы в данной сфере сыграла государственная защита прав интеллектуальной собственности.

Интеллектуальные, творческие продукты, как продукты информационные, в отличие от материальных благ, легко могут быть скопированы и растратированы. Проблема плагиата известна с древнейших времен, но в эпоху цифровых носителей информации кража результатов чужого творческого труда стала неимоверно легче<sup>11</sup>.

Вопросы охраны интеллектуальной собственности играют для индустрий культуры не меньшее значение, чем охрана физической собственности — для экономики в целом. Исследователями данного вопроса достаточно убедительно показано, что реализация авторских прав (копирайт) стимулирует производителей культурных благ (особенно в тех сферах, где инвестиции в создание продукта очень высоки — таких, как кино), а несоблюдение — оказывает отрицательное влияние на культурные рынки. Эта позиция подтверждается и эмпирически: в странах, где защита интеллектуальной собственности осуществляется широкомасштабно и последовательно, в течение последних десятилетий происходит активный рост сферы культуры и искусства. Разумеется, политика защиты авторских прав должна адаптироваться к глобальным социальным изменениям: право на копирование должно являться важным, но не единственным компонентом государственной и международной политики в сфере культуры<sup>12</sup>.

## ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ — НАУКА О БУДУЩЕМ?


В 1973 г. Даниэл Белл провозгласил наступление в развитых странах эпохи постиндустриального общества<sup>13</sup>. Автоматизация основных производственных операций требует все меньшего присутствия человека в таких традиционных секторах производства, как сельское

хозяйство и промышленность. Вместе с тем, по мере удовлетворения человеком потребностей в пище и в основных потребительских товарах, все больше возрастает потребность в различного рода услугах — как физических (например, лечение или транспортировка), так и в информационных (например, консультации или обучение). После Второй мировой войны в большинстве развитых стран произошел массовый приток трудовых ресурсов в сферу услуг: например, в настоящее время в США в сфере услуг занято около 75% рабочей силы, тогда как в сельском хозяйстве — не более 3%<sup>14</sup>.

Информатизация общества, происходящая с начала 1970-х гг., связана с ростом потребности в информационно-символических благах, и в том числе во благах, имеющих эстетическую ценность. Насыщение общества эстетической информацией — это объективная функция культурной сферы; поэтому «индустриализация» искусства, его полномасштабное вхождение в рынок является закономерной реакцией на трансформацию современного капитализма<sup>15</sup>.

Кроме того, культура приобретает все большее значение в качестве инструмента политической и экономической власти элит. В качестве яркого примера можно привести трансляцию американской культуры и американских ценностей в окружающий мир через фильмы, произведенные в Голливуде, что стало одним из ключевых элементов глобализации по версии Pax Americana<sup>16</sup>. Другой пример: хотя проигрыш Советского Союза в холодной войне имел чисто экономические причины (поскольку экономика СССР больше не могла нести растущее бремя «гонки вооружений»), но окончательный проигрыш, развал советского блока, произошел в войне культур, когда культурные и идеологические ценности «коммунизма» (в версии советских идеологов) не смогли противостоят натиску культурно-идеологических ценностей англосаксонского капитализма<sup>17</sup>.

Изменение общества и эволюция исследующей его науки — это коэволюционный процесс. Становление постиндустриального информационного общества с каждым годом будет набирать силу — этот тренд очевиден уже сегодня<sup>18</sup>. Экономика культуры — одна из первых наук, отвечающих вызову формирующегося информационного капитализма.

Разумеется, в мире, где цифровое и имущественное неравенство лишает две трети населения земного шара возможности ознакомиться с образцами современных и классических творений человеческой цивилизации, где половина стран только начала путь индустриализации — классическая экономическая наука еще долго будет иметь доминирующее значение. Она гораздо лучше описывает вопросы, стоящие перед этими странами: отраслевая организация, эффективное управление финансами, макроэкономическое регулирование. Однако для развитых стран, для «золотого миллиарда», уже охваченного волной информатизации и деиндустриализации<sup>19</sup>, все большее значение будут иметь научные теории «будущего общества», общества информации и творческой энергии — такие, как экономика культуры. 

<sup>11</sup> Согласно президенту фонда «Прагматика культуры» Александру Долгину, с приходом «цифры» произошла смена ландшафта «творческих отраслей». Долгин также предполагает, что снижение «барьеров входа» в отрасль производства культуры за счет распространения дигитальных (в том числе компьютерных) технологий снижает общее качество культурных благ.

<sup>12</sup> Подробно см.: Towse R. Cultural Economics...

<sup>13</sup> Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. New York: Basic Books, 1973.

<sup>14</sup> Подробно об исследованиях постиндустриального общества можно прочитать в книге: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология под ред. В. Инземцева. М.: Academia, 1999.

<sup>15</sup> Как говорят экономисты: «it's all the matter of supply and demand», «все — вопрос спроса и предложения».

<sup>16</sup> Подробно об «американской версии глобализации» пишет Дж. Стиглиц в своей работе: Stiglitz J. Globalization and its discontinuities. London, Penguin Books, 2002.

<sup>17</sup> Залогом успеха «бархатных революций» и в России, и в большинстве стран Восточной Европы стала именно массовая их поддержка образованными группами общества, которая в 1970–1980-х гг. выражалась в негласном одобрении и широком распространении диссидентства. Диссидентство предполагает наличие альтернативной позиции — а такую предлагали как раз западные идеологи: «свобода, демократия и рост личного благосостояния». (см.: Рывкина Р. Драма перемен: экономическая социология переходного периода. М.: Дело, 2001).

<sup>18</sup> См., например: Kumar K. From Post-Industrial to Post-Modern Society. Oxford: Blackwell Publishing, 1995.

<sup>19</sup> Имеются в виду масштабно происходящая в развитых странах специализация экономики на производстве знаний и перенос промышленного производства в развивающиеся страны (более подробно см.: Каплинский Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки накопления стоимости? Пер. с англ.: Препринт WP5/2002/03. М.: ГУ-ВШЭ, 2002).



# РОССИЙСКИЙ КИНОТЕАТР

Герой одного из старых советских фильмов убеждал своих визави в перспективности телевидения, которое «перевернет весь мир: не будет ни кино, ни театра, ни книг, ни газет». На это — с двадцатилетним интервалом — он дважды получал отповедь: что-то да останется. В первом случае предполагалось, что устоит перед теле-«натиском» кино, во втором — театр. Сценарист вряд ли случайно подобрал жанры. Действительно, и кино, и театр в России — больше, чем просто искусство. И если книги издавна были в нашей стране «властителями дум», то театр и кино эти думы стали формировать позднее, но очень четко и прицельно. А сегодня театр и кино — как массовое искусство стали еще и источником формирования новых образов в сознании, создавая новые жизненные ориентиры. О роли российских театральных подмостков и кинодокументалистики в современной культурной политике рассуждают критик **ЕКАТЕРИНА ЗУЕВА** и режиссер **ИВАН СИДЕЛЬНИКОВ**.



## ТЕАТР: ЗЕРКАЛО С ЗАПОЗДАЛЫМ ОТРАЖЕНИЕМ

**ЕКАТЕРИНА ЗУЕВА** | Театральный критик.

Скажу сразу: надеяться на то, что театр сгинет из жизни человеческой, что окажется не востребованным социумом, — не стоит. Театр — это такая машина, которая в отличие от «шустрых» жанров (таких, как кино-фото и литературная документалистика, литературная поденщина, и даже сама литература, не говоря уже о масс-медийном поле) разворачивается со скрипом, осмысливает трудно, в этических и эстетических дебрях плуцает долго, но, переварив эпоху, выдает на-гора долгосрочный и качественный продукт.

Во все времена театр оказывался нужен социуму. Но, поскольку общество неоднородно по своим предпочтениям, то люди выбирают разные виды театрального искусства. Собственно к ним (к видам) относится длинная линейка театрализованных представлений: драма, как таковая, театры для детей и подростков, опера, оперетта, театрализованные музыкальные шоу, балетные постановки, пантомимический театр, театр кукол во всех своих ипостасях, театр песни, уличный хэппининг и еще множество пограничных жанров.

По большому счету театр — это то место, куда приходит зритель, чтобы посмотреть на игру актера. Сложнее с вопросом «зачем»? Зачем человеку необходим этот ритуал — идти и смотреть? Причем, смотреть не зафиксированное на кинолентке действие, а именно — на живую игру живых людей, которая осуществляется здесь и сейчас? Чтобы отве-

тить на этот вопрос, необходима небольшая преамбула.

### НОМО ЛУДЕНС

Homo ludens, или «человек играющий», в наше время становится на одну ступень с homo sapiens, подчас сливаясь с ним в некое третье качество, дабы поддержать эту самую разумность. Вопрос «игры» как способа интеграции в общество, отнюдь не поверхностный. Достаточно вспомнить расхожее выражение «социальная роль». Каждый из нас, решая вопросы выживания, встраивания в общественную жизнь, нахождения своего места и реализации своих устремлений, так или иначе соприкасается с плоскостью игры.

Мало того, игровой момент является одним из сильнейших и продуктивных обучающих методов. Мы с раннего детства познаем мир через игру. Кстати, если кто-то думает, что актерская профессия зиждется только на таланте обезьянничанья, то он глубоко ошибается. Хорош тот актер, который не перестал быть ребенком, умеющим самозабвенно играть. Отсюда и театральный сленг про актеров-детей, а в негативном контексте — «сукиных детей». Именно на этом свойстве человеческой психики и строятся всякие бизнес-тренинги, прогрессивные методики обучения языку, иные «ролевые-деловые» игры. Глобальная информационная интервенция гасится игровой методой

ее усвоения. Поневоле задумаешься о том, почему провидцы Стругацкие назвали новое качество грядущего человечества словом «людены». То ли пошутили, то ли подсознание вытолкнуло на поверхность перевертыш слова «нелюди».

## ОХ, ТЯЖЕЛАЯ ЭТА РАБОТА — ИЗ БОЛОТА ТАЩИТЬ...

Давайте договоримся, что мы говорим о театре российском, театре нашей эпохи, театре, который мучительно меняет шкуру. О театре в том смысле, в котором мы употребляем это слово в обыденной жизни. То есть о театре, имеющем дом или снимающим площадку, со сценой, набором театральной машинерии и электрооборудования, со своим лидером-режиссером, труппой (постоянной или собранной ради некоего театрального проекта). Одним словом, о двух практически малоразличимых способах существования: театре репертуарном и антрепризе.

Театр как искусство синтетическое, включающее в себя массу иных видов (музыка, хореография, декорирование, изобразительное искусство, театральная архитектура, исполнительство, драматургия) в настоящее время испытывает проблемы, свойственные тинейджеру-акселерату: развитие одних жизненно-важных органов и явное запаздывание других. Что, с одной стороны, порождает некий раздрай, видимый невооруженным глазом, а с другой — является залогом будущего театрального плюрализма. В том числе, позволяет надеяться, что стадия «гадкого утенка» не зависнет в фазе статуса.

Как вид искусства, в какой-то степени предшествующий «самому массовому из искусств», театр является (хочет он того или не хочет) проводником идей, генератором и ретранслятором общечеловеческих ценностей. Форма подачи в данном случае уже не так важна. Театр давно пережил стадию гоголевской «кафедры, с которой можно миру сказать много добра». Транслируя свою версию добра, театральные постановки могут быть сравнимы хоть с пощечиной, хоть с электрошокером, хоть с пулей, хоть со скальпелем хирурга. В качестве примера можно привести последние нашумевшие постановки, сделавшие кассу их инициаторам: «Монологи вагины», обошедший многие сценические площадки страны, или фокинский «Живой труп» в Александринском, куда приходят «на режиссера», или же мультимедийный московский проект «Капитал», где главной «заманухой» стало имя скандального беллетриста Сорокина. Но театр по-прежнему остается зеркалом, в которое смотрит общество. Последнее подтверждение — октябрьская премьера Рижского русского театра имени Чехова «LiveJournal», взявшего за драматургическую основу глубоко сокровенное содержание инет-блогов.

## БЕЗ ПРАВА НА ОШИБКУ

К слову, медлительность театра кроется в его «массовой» природе и дороговизне

## ЗАЧЕМ НАМ ТЕАТР?

Вигдис Финнбогадоттир, президент Исландии (1980 — 1996 гг.):

«Коль скоро театр переживал кризис прежде и переживает его теперь, почему мы до сих пор не отказались от театра как средства художественного выражения? Совершенно очевидно — финансовые и другие трудности сопутствовали театру на протяжении веков. Перед театром всегда стояла задача по привлечению зрителя. Это приводило к тому, что некоторые театральные труппы пытались добиться успеха у публики, предлагая спектакли, которых, как им казалось, зритель от них ждал, а не те, что им хотелось сыграть.

Отчего мы не отказались от этого вида искусства? Не потому ли, что мы, род человеческий, движимы инстинктом исполнения ролей и наблюдения за теми, чьи роли исполняются другими? Мы знакомимся с некоторыми вещами в нашей жизни через личный опыт или через пример. Театр как раз и есть то замечательное искусство, которое способствует подобному познанию мира. Когда мы наблюдаем за тем, как другие люди проходят через череду испытаний, мы лучше понимаем самих себя как представителей рода человеческого. Театр предлагает множество взглядов на мир, но эти взгляды формируются общими усилиями: мы сидим в зале и вовлекаемся в то, что можно определить как «интимное расстояние». Существуют ли иные художественные формы, могущие дать возможность более глубокого постижения субъективного и объективного, интеллектуального и эмоционального?»

По материалам: Интернет-сайт «Культура-портал» ([www.kultura-portal.ru](http://www.kultura-portal.ru)).

воплощения идеи. Одиночные виды искусства требуют от своих приверженцев, помимо желания высказаться «по поводу», лишь наличие определенного инструментария. Кинематограф, обладая некоторой массовостью, тем не менее, успевает «вскочить на подножку поезда», потому что каждый этап творения фиксируется на века, а «завершающий мазок мастера» — монтажный стол и озвучка. С театром все сложнее. Сконструированный в режиссерском мозгу образ спектакля проходит длительные репетиционные стадии, подразумевая от всех участников процесса (от художественного решения пространства и застойных репетиций до генерального прогона) необыкновенной слаженности действий. Добавьте сюда вспомогательные службы, которые занимаются производством реквизита и бутафории, приплюсуйте выстраивание свето- и звуко-партитуры, и вы поймете, что любой спектакль — не конвейер. Это — штучная сборка. И, если сравнить театр с его младшим братом — кино, то результат последнего невероятно легко транспортируется и воспроизводится. А вот спектакль вместе с труппой, декорациями, живыми светом и звуком, высокими требованиями к сценической площадке — крупноформатная вещь. Именно тем и ценен, что — живой, что — настоящий, что — всамделишный.

А если, скажем, режиссер ошибся, и воплощенная мысль оказалась недолговечной, успев морально устареть еще на стадии ее реализации? А если то, что волнует режиссера, созвучно с настроениями очень малого круга людей? А если творец, который точно такой же человек, как вы и я, и не является сосудом сакральных знаний, — промахнулся с целевой аудиторией, ошибся в трактовке тенденций, просто смотрел в другую сторону? И таких «если» наберется достаточно, чтобы на театре раз за разом срабатывал ин-

стинкт самосохранения, как страховочный клапан от разорительных авантюр. И раз уж театр практически переведен на рельсы самокупаемости, он прекрасно осознает, какова цена ошибки. Поиски беспроектного варианта требуют от театральных лидеров не столько высокого уровня творческой интуиции, сколько понимания процессов, происходящих в обществе. Гигантский театральный механизм вынужден продвигаться медленно, осторожно, на ощупь.

В традиционной медлительности театра на стадии отклика на события кроется нескрываемое равнодушие со стороны тех, кто пытается формировать культурную политику при полном идеологическом вакууме. Ну, не нужен им сейчас театр в качестве «властителя дум» со своей неповоротливостью и тугодумством. Поэтому не хотят на его поддержку ни тратиться, ни вклю-

ТЕАТР — ЭТО ТО МЕСТО, КУДА ПРИХОДИТ ЗРИТЕЛЬ, ЧТОБЫ ПОСМОТРЕТЬ НА ИГРУ АКТЕРА. СЛОЖНЕЕ С ВОПРОСОМ «ЗАЧЕМ»? ЗАЧЕМ ЧЕЛОВЕКУ НЕОБХОДИМ ЭТОТ РИТУАЛ — ИДТИ И СМОТРЕТЬ?

чать в агитпроп-набор, когда есть масса иных быстродействующих культурных (и — не очень) носителей. Такое ощущение, что и пристрелить рука не поднимается (все же живая душа), и полезность для промывки мозгов у театра сомнительная. Так что — в отстойник. Выживут, будет время — найдем применение. Не выживут — не больно-то и хотелось.

Однако ж, театр выживает, рождая новые феномены, привлекая новые выразительные средства и находя свежие решения на пути минимизации затрат и сокращения пути к зрителю. Зачастую подпитка театра «свежей кровью» происходит не только изнутри (самостоятельные работы актеров или малых творческих групп, создающих продукт, не ассоциирующийся напрямую с брендом-маткой), но и извне. С низовой инициативой крепко связано имя Евгения Гришковца, «человека-театра», который сам себе и драматург, и режиссер, и актер, и властитель дум, не считая других его, не связанных с лицедейством ипостасей. Феномен Гришковца имеет свои исторические корни в лице ставшего уже полуанекдотичным «театра одного актера», но ценность этого явления в самом факте рождения театра вне контекста классического театра. В этом смысле Гришковец как «человек играющий» всего лишь верхушка айсберга человека синтетического, самодостаточного, витрувианского, предлагающего свой вариант самореализации. И последователи будут, в этом никто не сомневается.

## К НЕМУ НЕ ЗАРАСТЕТ НАРОДНАЯ ТРОПА

По зрительскому КПД театр также проигрывает: стадионы не собирает, денег в казну не приносит. По нынешним меркам — камерное искусство, не прибыльное. Но с точки зрения интеграции в мировую культуру — престижное. Нужность же театра для самого зрителя поверяется количеством заинтересованных в театральном продукте. В настоящее время реакция общества на театр вполне себе живая: зритель, не смотря ни на что, театры посещает. Хотя мотивация у публики различная, как и качество потребляемой «духовной пищи».

Если говорить об обеих столицах, то там театры почти процветают. Вряд ли шикуют, за исключением самых раскрученных театральных брендов, но все же. Если говорить о театрах областных, то там театры выживают. Если говорить о театрах из глубинки, так называемого «районного уровня» (городов с населением не выше 200 тыс. человек), то там театры практически умерли. Сразу умерли те, кому было отказано в финансовой поддержке власти, в стадии умирания те, кому какие-то крохи перепадают.

Существуют примеры более-менее успешных попыток трансформации когда-то самостоятельных коллективов в профессиональные. Скажем, студенческий театр «Манекен», ныне — «Театр + Кино» (г. Челябинск). Но, если присмотреться, то любая успешность связана с поддержкой местных властей. Совсем недавно челябинскому центру, позиционировавшему себя как художественный общедоступный театр, было отказано в тотальном муниципальном финансировании. Мотивация — малое количество театралов в городе: всего лишь 8 % (средний показатель по России — 6 %). Неуспешность перехода на коммерческие рельсы во многом зависит от доброй воли властных персоналий: достаточно вспомнить екатеринбургский скандал с разгромом театрального помещения уникального театра Николая Коляды. Власть относится к театральным нуждам с позиций «это не главная наша задача», так что говорить о целостной программе сохранения театрального наследия страны не приходится. Нет такой программы.

Надо сказать, что недавно покинувший правительство Герман Греф года четыре тому назад «проговорился», высказав мысль по поводу существования театральной сети в России в весьма категоричной форме: государство должно поддерживать только государственные театры в крупных городах. Потому что государство не может себе позволить большего. Точка. Добавим, что перечень привилегированных государственных театров невелик. Согласно справочнику «Театральная Россия», в списке театров федерального значения числится всего 26 учреждений. Из них — 18 расположены в Москве, по одному театру в Екатеринбурге, Новосибирске и Ярославле, остальные — в Питере. 418 театров считаются государственными, но регионального подчинения. 94 театра России с не-

которыми поправками относятся к категории «ведомственные», и 27 театров — частные. Из всех театров, ориентированных на «генерацию next», в стране — 107 театров кукол, 35 — ТЮЗов, 75 — детских и молодежных. Из последних далеко не все можно назвать классическими, так как в категорию попадают ледовые театры и театры моды. Однако почти треть существующих театров ориентирована на молодую аудиторию, причем, среди них всего лишь три театра имеют федеральное подчинение (1 — молодежный, 1 — куклол, 1 — музыкальный, и все три — московские).

Я не знаю примеров, когда театры, не попавшие в федеральный список, не жаловались бы на невнимание властей и скудное финансирование. Каждое из выживших на сегодняшний день театральные учреждений финансируется из трех источников: спонсорские средства, бюджетное финансирование и собственные доходы. Поскольку еще на заре перестройки был нарисован вектор развития отечественного театрального искусства, указывающий на Запад с его сложившейся системой театров (антреприза и самодеятельность), то театральная уникальность России (существование репертуарных театров) продолжает испытывать немалые нагрузки. Но, как ни странно, и по сей день остается данностью. Финансовая поддержка, пусть слабая и недостаточная, выделяемая разными уровнями бюджетов, говорит о том, что театр — не забыт. Но по линейке культурно-идеологических приоритетов «стоит на запасном пути». Хотя подобный подход к формированию культурной среды не мог не снизить художественную планку, переориентировав большинство театральных продуктов в сторону чистой зрелищности и развлекухи. Особенно это заметно по гастрольной политике театров. Юрий Любимов назвал такое положение дел «цензурой через финансирование».

Сейчас даже ведущие театры страны вынуждены в какой-то мере сидеть одним сидением на двух стульях. К примеру, МХТ дает бесплатные спектакли в Домах культуры московских институтов с одной целью — способствовать воспитанию будущего зрителя, приохотить его к театру. Но, чтобы можно было давать бесплатные спектакли, надо чем-то суметь покрыть заведомый убыток. Александринский театр разработал совместную программу с высшими учебными заведениями, в рамках которой выступает в качестве лабораторной площадки для молодых художников, дизайнеров, журналистов. Театральный менеджмент на пупе вертится, дабы «привлечь» и «окупить». Отсюда — миллиарды, рестораны, сауны, ночные клубы, vip-сейшны, привлечение медийных актеров «потроговать лицом» в легких развлекательных постановках, подчас на уровне фолла. Театр пожертвовал и продолжает жертвовать частями своего организма, образно говоря, на потребу и потребительский контингент, дабы сохранить в независимости возможность транслировать правду в том виде, в каком он ее осознает.

Отечественная Мельпомена вынуждена идти по пути занижения художественного

## ТЕАТР В РОССИИ — ЭТО....

**Александр Калягин, председатель Союза театральных деятелей РФ:**

«Мне кажется, что сегодня преобладают две тенденции. С одной стороны, это, условно говоря, театр эксперимента — театр, работающий для фестивалей, театр высоких технологий, высочайшей культуры сцены и высочайшей актерской техники. С другой стороны, это театр для зрителей, рассказывающий обыкновенные человеческие истории, — к сожалению, сегодня он находится на весьма среднем уровне. По какому пути идет наш театр? Мне думается, мы находимся посередине, между двумя линиями, которые неизвестно когда сойдутся. У нас нет таких технических возможностей, которыми располагает сегодня западный театр, когда вопрос, как это сделано — прежде всего технически сделано, — становится главным. В этом театре, похожем больше на кино, причем на современное кино, где главный элемент — компьютерная графика, ты восторгаешься артистом, который виртуозно попадает в кадр, становится частью изображения и остается абсолютно органичным в этом странном симбиозе театра и технологий. Мы пытаемся освоить такой театр, но мне думается, что успехов достигли здесь пока небольших, а потери уже понесли серьезные. О кризисном состоянии отечественного театрального искусства в голос говорят и продвинутые западники, и консерваторы. Я лично думаю, что, во-первых, слухи о смерти театра в России сильно преувеличены. А во-вторых, существование между двумя параллелями не может быть долгим, надо прочерчивать свою линию развития театра».

**Режиссер Владимир Агеев (спектакли «Пленные духи», «Игра в классики», «Месяц в деревне», «Антигона»):**

«Самые мои удачные спектакли были сделаны на независимых территориях. Там происходит искусство. А репертуарные театры вынуждены обслуживать — каких-то людей, каких-то звезд. Режиссер все равно работает на заказ. А не на свой замысел. Компромиссы между заказом и замыслом часто дают что-то среднее. Театр в России всегда был диктатурой режиссера: он хотел — брал пьесу, брал людей и ставил. Пиршество личностей было. Режиссеры были богами. А сейчас режиссер — обслуживающая профессия. А бог театра — медийный актер. Хочешь или нет, должен учитывать. И театр от этого теряет. Ведь режиссер мир создает».

**Художественный руководитель Театра.doc Елена Гремина:**

«На Западе по-другому, но у нас это прежде всего молодежная затея. Уже понятно, что «новая драма» не нужна традиционному театру: постановки новых пьес в «нормальных» театрах обычно кончаются обидными неудачами. Есть яркие центры «новой драмы» в некоторых российских городах, но в принципе она осталась чужой для театральной провинции. И очевидно, что «новая драма» не мейнстрим. Более того, она не должна быть мейнстримом и долго еще им не будет. «Новая драма» — это то, что здесь и сейчас».

**Михаил Скоморохов — режиссер Пермского детского театра:**

«Сейчас в политике уже немодно прикрываться именами деятелей искусства и культуры, и, думается, неслучайно. Политики и чиновники делают ставки на других. Нет ни диалога, ни возможности общения. Теперь же ни Президента, ни членов правительства рядом с культурой не видно. Какие национальные проекты и программы могут быть у руководства, которому, в сущности, нет до нас дела?! Отсюда тенденция перевести театры на коммерческую основу. Но о какой коммерции или самоокупаемости можно говорить применительно к искусству? Этого не может быть, потому что не может быть никогда. Зарботная плата работникам театров установлена на грани прожиточного минимума. Одни призывы: ищите спонсоров, зарабатывайте, доплачивайте из внебюджетных средств — это ваше дело. Столичные театры стоят в очереди за президентскими грантами, все остальные — а их большинство — в списках «на выживание».

| По материалам: «Эксперт», 2007 г.; Деловая газета «Взгляд» ([www.vz.ru](http://www.vz.ru)), 2007 г.; Интернет-сайт «Культура-портал» ([www.kultura-portal.ru](http://www.kultura-portal.ru))

**ТЕАТРАЛЬНАЯ РЕФОРМА:  
PRO ET CONTRA**

Последние несколько лет в России идет театральная реформа, предполагающая постепенное переименование всех театральных коллективов на контракт. В экспертной среде эта реформа оценивается неоднозначно:

**Редакционная статья журнала «Эксперт»:**

«В культурную сферу вброшены реальные проекты законов, рисующих ее ближайшую перспективу. При крайности вариантов — либо окончательное порабощение бюджетом, либо максимальное освобождение от государственной финансовой «зависимости» — основной курс ясен. Государство уменьшает денежную подпитку культуры и узаконивает ее право выплывать самостоятельно. Свобода распоряжаться собственными средствами будет оплачена необязательными госсубсидиями... По словам Константина Райкина, законопроекты написаны «со всей силой социальной ненависти». Они служат неким иллюзорным интересам государства, где культурное развитие в приоритетах не значится».

**Художественный руководитель Александринского театра и Центра им. Вс. Мейерхольда Валерий Фокин:**

«Мне очень обидно, что начавшиеся реформистские движения в области бюджетной сферы напрямую связывают с театральной реформой. Но реформы-то нет театральной. И никто не хочет понять, что ее нет. Потому что театральную реформу, если бы она действительно готовилась и была, надо было бы организовать».

Как минимум, реформу надо было сочинить. А далее — обсудить. Кто этим должен был заниматься? Министерство культуры? Мы имеем несколько блестящих театральных экономистов, которые вместе с министерством культуры и вместе с Союзом театральных деятелей могли бы давным-давно это сделать».

Надо сказать, что первый этап реформы начался еще в 80-е годы, когда я возглавлял комиссию по совершенствованию театрального дела. И эксперимент 88-го и 89-го годов очень много дал театру — и экономических свобод, и того, что мы ушли от цензуры. Это был, как мы все время говорили, первый этап будущей реформы. Потому что мы только тронулись, при слове «контракт» тогда в театрах все падали в обморок... Так вот первый этап не пошел дальше никуда. Он захлебнулся. Мы должны были вот эту самую реформу развить, сконструировать, и после гласных широких обсуждений она бы осуществилась. А что получилось? Получилось, что нами же, театральными людьми, это дело не было сделано. И театральные реформы пошли со стороны Минфина и Минэкономразвития, а совсем не от нас».

**Марина Заойнц, обозреватель журнала «Итоги»:**

«Конечно, плохо, что реформа разрабатывается без участия специалистов и практиков. Плохо, что не учитывается специфика театрального дела, и грядущее с января казначейство станет требовать плана на год (театры живут не годами, а сезонами и бумажному планированию не поддаются по определению) и привычной социалистической отчетности. Плохо, что для успешного выполнения реформы не подготовлена законодательная база — нет закона о меценатстве, который поощрил бы бизнесменов в помощи театрам, нет закона о театре и т. д. У нас, как всегда, торопятся и телегу ставят впереди лошади. Плохо, что уже выделены «неприкасаемые» театры, «национальные достояния» (по словам Михаила Швыдкого), а понять, почему МХАТ и БДТ — достояние, а «Мастерская Петра Фоменко» и Малый Драматический Льва Додина нет, невозможно. Вот на это и надо обращать внимание властей, а не бросать в воздух слова, значение которых давно изменилось.»

**Лариса Барыкина, эксперт:**

«Театр, как и любой сложный организм, должен функционировать экономически, а управленческие должности (как и партии в спектаклях) нужно раздавать не родственникам и «преданным людям», а профессионалам. Кресло руководителя (будь то директор или главный дирижер) следует занимать на строго определенный срок, а не с мыслью уйти с него только в мир иной».

| По материалам: «Эксперт», 2004, 2006 гг.; «Российская газета», 23 мая 2006 г., «Итоги», 2004 г.

уровня по требованию публики определенно толка, чтобы высвободить себе место для маневра и создания действительно качественных спектаклей. И это высвобожденное поле становится элитарным продуктом, не для всех, для — взыскующих. Конечно, от этой элитарности никому не легче, хотя знаковые режиссеры, вроде Олега Табакова, и заявляют своим менее удачливым коллегам (не дословно): а вы сначала создайте такой развлекательный комплекс, заработайте нормальные деньги, сохраните высокохудожественный репертуар, а потом осуждайте за «продажность».

Вот так и живут: «плюют в вечность» (по выражению Фаины Раневской) и одновременно эту вечность создают.

**КТО В ТЕАТРЕ САМЫЙ ГЛАВНЫЙ?**

Чью мысль, чье чувство, чью боль транслирует театральный механизм на выходе? Режиссера-постановщика. Конечно, могут возразить, что в основе все же лежит определенная драматургия. Лежит. Но что из этой драматургии, пропущенной через творческое сознание демиурга, в конечном результате получится, увидит зритель. Который в конечном итоге — примет или не примет трактовку.

То, что основная масса театров застыла в «развороте над Атлантикой», ярко демонстрирует репертуар. Если навскидку посмотреть репертуарную политику театров, то беспроблемным якорем выбрана классика. В большей степени отечественная: из более ранних лидируют Островский, Толстой, Достоевский, Чехов, Сухово-Кобылин. Из более поздних — Вампилов и Шварц. Далее следуют классики зарубежные — Шекспир (вне конкуренции), Ануи, Гольдони, де Филиппо и иже с ними. Ниже рангом стоят литературные инсценировки, наши и зарубежные, подчас малоизвестные пока отечественному зрителю. В коммерческом секторе правят бал зарубежные драматурги. И замыкают перечень — представители новой драматургии.

Но театр и здесь проигрывает киноиндустрии. Драматургический материал, с опаской берущийся театральными режиссерами в разработку, по разным причинам перерабатывается авторами в киносценарии и намного быстрее получает свое воплощение в «важнейшем из искусств». Так было с пьесой братьев Пресняковых «Изображая жертву» и пьесой И. Вырыпаева «Эйфория».

Такая тенденция говорит о том, что главные на театре не готовы принять язык и темы новой драмы, предпочитая экспериментировать в рамках традиционной, проверенной временем драматургии. И, очевидно, не усматривая в новой драматургии общечеловеческих черт, общемировых трагедий и вечных тем. Или все же высокое воспитание не позволяет подписать макет афиши с анонсированным текстом примерно такого содержания: «по скандальному роману имярек»?

Но на самом деле не все так печально. Как это обычно бывает, все новое зарождается в недрах старого, угрожая если не стать мотыльком, то, во всяком случае, с твердым

намерением отвоевать свою нишу. Главная фигура театра — режиссер — перестала быть коронованным заложником театральной крепостнической системы. Режиссеры как локомотивы идей курсируют между театрами, странами, исторически пробуя себя в иных жанрах, в том числе оперных и балетных постановках, и даже балуясь возможностями кинематографа. Примета времени — кочующий, приглашенный режиссер, свободный художник. Имена «модных» постановщиков у всех на слуху — Владимир Агеев, Юрий Бутусов, Кирилл Серебренников.

## СВЯТО МЕСТО ПУСТО НЕ БЫВАЕТ

А, между тем, зритель все идет и идет... Вот мы и подошли к вопросу — зачем современный зритель приходит в театр. А приходит он ровно за тем же, за чем приходили его предшественники. На себя посмотреть, людей осознать. За мыслью, поданной на эмоциональном блюде. За топливом для души и мозга, которое возгоняется прямо на глазах и сжигается в зал. За переживаниями, способными родить умозаключения. За реакцией живого актера, воспринимающего сиюминутную реакцию его, зрителя. Тут Станиславский ни разу не наврал. И точно так же, как когда-то со всей страны ломились на Таганку за подтекстом и аллюзиями, сейчас в любой театр приходят за теми же аллюзиями, аналогиями и — прямым текстом.

Любопытно, что этим почти религиозным отношением людей к искусству театра не преминула воспользоваться вынырнувшая из небытия новая «движущая сила» — церковь. И если полтора века тому назад лицедеи хоронили за оградой кладбища — настолько они были не ко церковному двору, то сейчас мы стали свидетелями востребованности театра со стороны некоторых конфессий. Я говорю отнюдь не о возрожденных мистериях и вертепных представлениях на Рождество. Уже созданы свои «духовные» театры, которые, помимо классики, ставят пьесы, написанные церковнослужителями.

Театральность поведения, потребность в игре, в представлении выплескивается на улицы через определенные субкультуры, представители которых носят не одежду, а — костюмы. За примерами далеко и ходить

не надо. В набор ролевой субкультуры входят такие абсолютно театральные понятия, как — костюм, реквизит, отыгрыш, сценарий. Конечно, это больше хэппининг, чем классический театр. Ну и что? Поборники анимэ-субкультуры снимают залы и дают целевые представления по мотивам полюбившихся (вдумайтесь!) анимационных фильмов, отводя им роль драматургического материала. Участники исторических клубов разыгрывают простенькие исторические сюжеты, уделяя больше внимания точному воспроизведению средневекового антуража, нежели смыслу. По большому счету активизировались многие формы народного, площадного театра, — вспомним ростовые куклы, наводнившие наши улицы и парки, всяких скоморохов и ряженых. Отечественный бизнес не гнушается привлечь в рекламное поле театрализованные, почти балаганские представления. В стенах школы и дошкольных учреждений никто пока не отказался от использования методик обучения с привлечением элементов театра. В высшей школе — святое дело КВН, дающий выплеск игровой и вообще творческой потенции (придумать и сыграть). У телезрителя востребованы брутальные и хлесткие скетчи «Comedy-клуб», «Наша Раша» и тому подобные шалости. И, наконец, любой политик осознает, что от его актерского таланта во многом зависит его успешность, его умение очаровать публику, удерживать ее внимание.

Так что фраза, приписываемая Вильяму Шекспиру, по-прежнему актуальна. «Весь мир — театр. А люди в нем — актеры!» И не беда, что биологическая потребность в игре взаимодействует с традиционным театром по принципу сообщающихся сосудов. Это как раз и дает уверенность в том, что «во дни торжеств и бед народных» театр не умрет. Пока традиционный театр собирает силы и низовой опыт для последующих «нетленок», общество не устает быть громоздкой лабораторной площадкой для генерации и апробации идей, выплавляя новую эстетику, новую мораль, новые ценности. Весь этот валовый общественный продукт является базовым сырьем театра. Вот когда станет немного поспокойнее, театр, собрав урожай, вернется с улиц в залы и расскажет всем нам о нас самих. **РЭО**



## ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА «РОССИЙСКОЕ ЭКСПЕРТНОЕ ОБОЗРЕНИЕ» WWW.RUSREV.ORG

### В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ:

- комментарии ведущих экспертов;
  - все номера журнала;
  - полнотекстовые версии статей экспертов, опубликованные в печатной версии;
  - англоязычная версия основных материалов номера
  - подписка на электронную версию журнала
- база данных о российских и зарубежных «фабриках мысли»



## МИФОДИЗАЙН И ПРОЕКТИРОВАНИЕ НОВОЙ РОССИИ: П.О. БЕДА И НИИ БЕД!

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ КИНО КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОСВЕЩЕНИЯ

ИВАН СИДЕЛЬНИКОВ | Кинодокументалист.

С давних пор к писателям и аналитикам подключились киношники и рекламисты. Это по образованию я — эконом-географ, а по профессии — режиссер. Снимаю кино о России, о путях ее модернизации. Уже лет шесть езжу по стране — ищу людей, сумевших создать принципиально новую ситуацию в разных сферах, придумать технологию или способы, которые меняют депрессивную обстановку и эффективно решают проблемы страны в жилищном хозяйстве, на транспорте, в энергетике, в сфере управления или, скажем, в экономических отношениях между людьми. Для таких технологий придумали звучный термин — инновации, а людей, их создающих и продвигающих, величают изобретателями, революционерами, фантазерами и чудаками. Всяко их называют, иной раз и обидными прозвищами. Таких людей немного. Наверное, потому, что их вообще немного. А еще потому, что создавать и продвигать новое — дело неблагодарное. И наши чиновники на местах, и сами жители России

НЕСМОТЯ НА ОТСУТСТВИЕ РЕАЛЬНЫХ СРЕДСТВ, ФУНКЦИЮ «ПРОВОДНИКА» ИДЕЙ И МЫСЛЕЙ, РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОСРЕДНИКА, ВЗЯЛ НА СЕБЯ ЖАНР ДОКУМЕНТАЛЬНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО КИНО.

при слове «инновация» готовы позакрывать все ставни на своих зданиях и объявить карантин.

Изобретатели были всегда. Что в Империи, что в Союзе. Например, братья Черепановы с паровозом, Степан Осипович Макаров с ледоколом, Сергей Юльевич Витте с Транссибом или Константин Эдуардович Циолковский с ракетами. «Чудаковатый дедушка» — мягко шутили в Калуге, где Циолковский рассказывал детям о полетах к звездам. Вот и мой коллега по цеху — Царствие ему Небесное — режиссер-документалист с «Леннаучфильма» Павел Владимирович Клушанцев. Он в 50-х

*Ищут писатели, ищут политики,  
И политологи, и аналитики,  
Ищут упорно, не могут найти  
Путь, по которому надо идти...*

Тимур Шаов

годах прошлого века снимал космическую одиссею — один за другим на экраны выходили фильмы «Дорога к звездам», «Вселенная», «Метеориты», «Планета бурь», «Марс». Народ валом валил на просмотры в питерский «Коллизей». Джордж Лукас, автор «Звездных войн», учителем Клушанцева называл, оператора в Ленинград присылал — спецэффектам и трюкам научиться. Шутка ли — до старта Гагарина в космос еще оставалось десять лет, а в фильмах Павла Владимировича люди в скафандрах в невесомости летали. Забрали «инноватора» Клушанцева, конечно, в МГБ: никто в государстве советском и представить не мог, что он сам придумал и изготовил модель скафандра, которая была строго засекречена. Отпустили из МГБ — приезжает в Москву, в Министерство культуры: «Паша, не занимайся ерундой. Какой космос? Мы туда еще, может, лет через сто полетим. Сними лучше хороший фильм про повышение урожайности сахарной свеклы! Премия получишь». Он долбил за свои сценарии. И только когда полетел спутник, а потом и первый космонавт, для всех стало откровением, что человек, оказывается, занимался не прожектками, а научно обоснованными прогнозами. Короче, у инноваций и новаторов в России — сложная судьба. И все инновационные технологии и их проводники — в России есть и сегодня. Это такие прикольные люди, которых я называю «разведчиками будущего». Они несут людям идеи и принципы уже завтрашнего дня. И на наших глазах, а зачастую, и с нашим участием, их разработки проходят три стадии общественного восприятия: «этого не может быть», «в этом что-то есть», «да кто ж этого не знает!» Даже в сегодняшние лихие времена повального строительства российских госкорпораций (по типу бывших отраслевых министерств СССР), переломная общественность не теряет надежды, что однажды удастся, не обрушив страну, вылезти из вязкого болота сырьевой экономики, преобразовать политику и образ жизни ее пока еще многочисленных граждан. Документальное кино становится теперь не просто свидетелем, но удобным инструментом борьбы за светлое будущее. Этот жанр умеет обозначать контуры завтрашнего дня, прицельно бить по болевым точкам, ломать стереотипы и штампы, вбра-

сывать в общество, и даже в тот микромир, где принимают решения, яркие неожиданные образы и идеи, меняющие взгляд на предмет. Но это «тяжелый слог».

Несмотря на угрозы и катастрофы, мир за последние двадцать лет существенно «полегчал». На смену пропагандистскому металлу пришли мягкие формулировки и новые навыки. В документалистике, в полном соответствии с оруэлловскими баснями, торжествует постановка, а проектирование прошлого и будущего, мультивариантность развития событий, деловые игры пространственного развития, преобразование мира со всеми качественными переменами и острыми углами теперь называют мифодизайном. Этот неновостной социальный дизайн методами кинопроизводства и разноформатного распространения — от телеэфира до интернет-телевидения и мобильного видеоконтента — едва ли не единственная медийная технология, позволяющая сегодня воплощать представления «экспертной» части общества — людей, до сих пор считающих, что им есть, что предложить стратегически, «на перспективу», в аргументированную позицию по любому вопросу общественной жизни и развития страны.

## У КАЖДОГО БРЭНДА СВОЯ ЛЕГЕНДА

В отличие от технологий обновления новостной ленты и развлекательного вещания, документальное кино осуществляет функции просвещения, воспитания, прогноза и синтеза образов, соответствующих определенной исторической эпохе. И его дефицит сегодня сдерживает многие процессы, несущие конструктивный заряд и экономике страны, и психологии общества. В нашей стране случился огромный разрыв между теоретиками-интеллигентами и простыми людьми, живущими «здесь и сейчас». Появилась необходимость заниматься ликбезом, просвещением и обучением, знакомить с новыми «правилами игры», действующими в постиндустриальной России, чем-то похожими на всеобщ, которым пришлось заниматься молодой советской власти в начале строительства индустриального Союза. Вот и сегодня многие «судьбоносные» решения не принимаются и не исполняются только потому, что они непонятны, неочевидны, непредставляемы. Да и многие люди во властных кругах, что скрывать — «тёмные», малообразованные, мыслящие стереотипами прошлого века.

Что важно? Мы сегодня живем в информационном обществе. А это значит, что любая новость через две минуты забывается и вытесняется из сознания следующей новостью. Это значит, что информация стремительно устаревает и на ней впору ставить срок годности. Поэтому сама по себе информация не ценна. Важны обобщения, выводы и тенденции. Задача документалиста не проста: море разновекторной и разнокалиберной информации из разных отраслей народного хозяйства, мира экономики, науки, техники, открытий необходимо проверить, сопоставить и увязать на экране в кинообраз, который бы запомнился не серией цифр, как это делает, к примеру,

РБК-ТВ в аналитических передачах, а цельной картиной, с достоверной интеллектуальной и эмоциональной значимостью. И тогда человек сможет обращаться к кинообразу, соглашаться с ним или спорить.

## ТЕМ ВРЕМЕНЕМ

«Механизмы изнашиваются. Машины ржавеют. Люди умирают. Бренды продолжают жить», — утверждает Гектор Лянь, глава корпорации United Biscuits.

Оглянитесь вокруг: в магазинах, на улицах,

ОБЩЕПРИНЯТЫМИ, УСТОЯВШИМИСЯ НОРМАМИ СЕГОДНЯ ЯВЛЯЮТСЯ ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБЫЕ ФОРМЫ СОВЕРШЕННОГО ДЕЙСТВИЯ: СДЕЛАЛ, ЗНАЧИТ, «ПРАВО ИМЕЕШЬ». И МНОГИЕ ТЕМЫ ВНЕЗАПНО ПОЯВЛЯЮТСЯ В ЦЕНТРЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОГО ВНИМАНИЯ ДОКУМЕНТАЛИСТОВ.

на газетных полосах и в Интернете нас окружают десятки названий различного назначения, с различной историей и общественной значимостью. Многие из них пережили столетия — целые эпохи, исторические катастрофы и полную смену технологических линейек. И коль скоро вокруг нас сегодня формируется «брендшафт», любая общественная или личная проблема может быть наиболее эффективно воспринята теперь в брендированном, то есть упакованном, форматированном и концентрированном виде. И неважно, о чем мы говорим — об экономике, политике или социальных программах.

В современной истории человечества два самых сильных бренда — «USA» и «СССР». Россия, будучи наследницей СССР, пока не сформировалась как бренд. Мы стоим в самом начале этого пути, когда и у нас брендинг становится актуальным инструментом государственной политики. Имидж подменяет историю, а брендинг — государственную идеологию. И это нормально в век мгновенной информации, концентрированных эмоций и конкретных интересов: сегодня торжествуют короткие и хорошо упакованные истории обо всем — о фирмах, корпорациях, государстве, архитектурных памятниках, исторических персонажах, социальных проблемах, необычных событиях или инвестиционных проектах. Желательно, чтобы история была не только хорошо рассказана и показана, но имела ярко выраженные потребительские свойства. Например, чтобы ее можно было немедленно купить (как промышленный товар, туристическую поездку или набор эмоций — ту же заставку для рабочего стола или выставочный автомобильный концепт). Пора принять как данность, что ценность нематериальных активов — слов, мнений, образов и тех самых брендов — за XX век сильно выросла и к началу XXI в. заняла внушительную нишу, способную влиять на историю, экономи-



ку и геополитику никак не меньше привычных пушек, морей или горных перевалов. Помните? «В начале было Слово...» А слово за слово — рождается дело.

## ПОНЯТЬ, ЗНАЧИТ, УПРОСТИТЬ

После 1991 г. Россия перестала быть страной, которая производит товары. Она превратилась в страну постиндустриальной экономики — стала в массовом порядке производить услуги — торговые, финансовые, страховые, жилищно-коммунальные. О качестве услуг умолчим, но вспомним и то, что со времен брежневского «застоя» у нас сохранилась зависимость от сырьевого сектора — он и обеспечивает до 80% экспортной выручки. Сохранилась и чудовищная централизация — от монополий жилищно-коммунального хозяйства и энергоснабжения до механизма принятия решений и государственного управления.

Но уже очевидно, что структуру экономики нужно серьезно трансформировать — разворачивать в сторону роста малого и среднего бизнеса, туризма, транспортного транзита, «зеленой индустрии», разработок высоких технологий в определенных секторах — космосе, связи, транспорте. Структуру управления — и страной, и хозяйством — требуется приводить в соответствие с рыночной экономикой — ведь демократическая форма правления лишь отражает экономическую иерархию, также как авторитарная — централизованную экономику. Больше торговли, частного бизнеса, свободного перетекания труда и капитала — больше демократии; больше зависимость страны от двух-трех сверхмонополий и отраслей — жестче централизация ресурсов, надзор, принуждение... А как это сделать?

Конечно, слова эти — очень правильные и точные, но их необходимо наполнить и общим пониманием, и конкретным смыслом,

**ЖЕЛАТЕЛЬНО, ЧТОБЫ ИСТОРИЯ БЫЛА НЕ ТОЛЬКО ХОРОШО РАССКАЗАНА И ПОКАЗАНА, НО ИМЕЛА ЯРКО ВЫРАЖЕННЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА.**

и «залегендировать», то есть создать привлекательную информационную оболочку. Нужно внятно, доходчиво объяснить, и люди поймут, с чем связаны их перспективы в России в недалеком будущем. Наши люди — умные, многое они схватывают на лету. Однако с ними редко разговаривают, еще реже разъясняют суть перемен, и россияне по инерции продолжают мастерить пресловутый «звездолет в полуразрушенном сарае». Между тем, в XXI в. мы вполне сможем занять достойные позиции.

Как говорил серьезный экономист и реформатор Петр Столыпин? «Дайте мне 20 спо-

койных лет, и вы не узнаете Россию». Господин премьер-министр прекрасно знал предмет и рассчитывал на внутренние ресурсы и силу народа: в XX в., уже без него, ценой непростой победы в Великой Отечественной войне Советский Союз не раз удивлял мир. И несмотря на ту сомнительную политику, которая проводится сегодня, надеюсь, эти два десятилетия у нас есть. Поэтому то разумное, что делает власть, надо поддерживать и поощрять, а неразумное — жестко критиковать. Но: критика нужна как помощь, а не как война. Не ругать власть с восклицательными знаками, как мы привыкли. А ставить в конце запятую, предлагать свое решение, аргументировано отстаивать свою позицию, раскрывать интересные темы, вовлекать новых людей — тогда мы отстроим, наконец, то гражданское общество, о котором все мечтают. Конструктивная критика должна быть обращена, прежде всего, к темам, с которыми общество пока незнакомо.

## ИЗ СЕГОДНЯ В ЗАВТРА

Так получилось, что на пороге очередной «модернизации России» в ее основу вновь закладываются показатели «экономического роста», а призыв к «удвоению ВВП» очень похож на «пятилетку в четыре года». И самое время разобраться, не догоняем ли мы «Титаник» — красивый, мощный, блестящий корабль-модель «прогрессивного» мира, в то время как расстояние до рокового айсберга стремительно сокращается? Какая цена будет уплачена за иллюзию «европейского уровня жизни»? Самое время задаться вопросом, как самим организовать переходный процесс от сегодняшнего небезопасного, критического состояния этого мира в завтрашний день? Что нам дадут «новые технологии»? Что мы будем модернизировать в своей стране, в наших конкретных условиях?

«Удваивать» покосившиеся заборы, бездорожье и нищету? Барачные кварталы, уродующие и без того не очень красивые города? Заводы с выбитыми окнами, производящие никому не нужные товары? Дворцы «олигархов», «в погонах» и без?

Сегодня нет готовых ответов, как жить, куда развиваться. А острые темы для обсуждения, безусловно, есть.

Ещё 3-4 года назад в позитивное развитие России искренне верили единицы. Над ними смеялись, считая наивными простаками или эпатажными клоунами, вроде Жириновского. Но прошло немного времени, и настроение изменилось: появилась потребность жить в стране, в которой хотелось бы жить. Люди с удивлением замечают, что неожиданно и незаметно Россия выбралась из той ямы, в которой оказалась после распада СССР, и как-то вдруг спрос на информацию о стратегии развития страны стремительно вырос. Потому что не могут жить 140 миллионов человек в ожидании вечной беды. Но пока живут. В том числе и потому, что ни общество, ни его активная, обеспеченная и озабоченная проблемами часть, так и не стали заказчиком необходимых изменений. Напомним, государство — это такая же часть общества, как и другие его «институты» — корпора-

ции, фонды или олигархические группировки. Причем, государство традиционно считается наименее прогрессивной его частью. Если кто-то прозвонит в колокол и будет звонить достаточно долго, и сделает что-то, что сможет предьявить в качестве убедительного, интересного продукта, и эта тема станет модной или неизбежной, то и государство поворочит, возможно, поколотит «звонящего», очнувшись ото сна, но со временем все же отреагирует и подхватит общий задор и увлечение.

Несмотря на отсутствие реальных средств, функцию «проводника» идей и мыслей, роль информационного посредника, который перерабатывает информационный поток в концентрированную последовательность образов и смыслов, взял на себя жанр документально-просветительского кино.

Что такое модернизация страны? Как ее провести в жизнь? Как сформировать макроэкономический прогноз не только в сфере экономики, но, главное, на рынке труда, в сфере занятости населения? Оказывается, всем интересно. Потому что ответы на эти вопросы — реальное будущее каждого из нас. И от того, каким его увидеть и показать, зависит и психологическое состояние человека, его настрой и ожидания, личный прогноз, материальный достаток, здоровье и благополучие — и мы от статистики цифр уходим в статистику эмоций и образа жизни. А наступившее в России (после «советского» воздержания) общество тотального спроса и потребления, заставляет переводить сложные процессы в приемлемые символы, принятые в начале XXI века. Отсюда и новые понятия, и все более «креативная» оболочка кино.

Разнообразие форм, смешение стилей, рекламный и отчасти пропагандистский подтекст — теперь уже спутники документального жанра, поскольку общепринятыми, устоявшимися нормами сегодня являются практически любые формы совершенного действия: сделал, значит, «право имеешь». И многие темы, оказавшиеся на обочине внимания традиционных СМИ, внезапно появляются в центре заинтересованного внимания документалистов. Информационные технологии, взорвавшие мировое развитие в последние 20-25 лет, сегодня применяются повсеместно. Изобразительными средствами документального кинематографа сегодня озвучивают набирающие популярность идеи. Нарушают правила, ломают стереотипы, стирают штампы. «Легендируют», делают привлекательным, модным образ желаемого будущего. Обосновывают необходимость движения вперед. Формируют общественное мнение, отвечающее национальным интересам разных стран.

Вообще, в этой информационной среде принято: заказчик не ставит задачи, а обозначает проблему. В коммерческом сегменте «падают продавцы», или «сокращается доля рынка», или «магазин в хорошем месте, а покупатели проходят мимо», «хочется больше постоянных клиентов»... В масштабе государства и общества проблемы звучали бы так: «экономика неконкурентоспособна», «закрываются предприятия, растет смертность, рождаемость падает», «богаты ресурсами, но вечно бедные»,

«хотели бы развиваться, но не умеем», «депрессия, нет будущего». У нового кинематографа не так.

Заказчики и, например, рекламщики совместно формулируют цели нового мифодизайна, способного изменить ситуацию на коммерческом рынке, а уже затем информационщик придумывает одежду для коммерческого брэнда, ибо брэнд, будучи явлением идеологическим и ценностным, одежду может сменить на другую, по погоде. Как, впрочем, и государство — по ситуации. И мы тому свидетели.

Сегодня в нашей России уже обозначенных проблем хоть отбавляй.



Например, есть повод создать брэнд «героев нашего времени» и сформировать кадровый резерв, альтернативный питерским «призывникам» и «кремлевским пионерам». «Одежду брэнда», его упаковку на ближайшие годы может создать серия «Другие русские». Кто это? Граждане страны, сумевшие осуществить позитивные проекты в последние 10-15 лет. Те люди, что стали авторами прорывов в науке, технологиях и культуре; экономическом и административном управлении. Те самородки, которые в депрессивных городах и поселках огромной России преодолели себя и обстоятельства — и добились успеха.

Экономическое будущее России будто бы связано лишь с продажей природных ресурсов и охраной сырьепроводов на Запад и Восток? Но серия «В папку президенту» раскроет веер технологий российского происхождения, позволяющих нивелировать недостатки страны в условиях общемировой конкуренции и строить будущее в рамках безопасного развития. Энергетика, Арктика, туризм, строительство, инженерные системы, магазины готового бизнеса, социальный консалтинг, экранопланы, ЭКИПы, струнный транспорт академика Юницкого... Важно увидеть в научной идее образ нужного рынку продукта, создать промышленный образец и продать его за адекватные деньги. Сделать технологическую разработку основой современной российской «науки побеждать», развить «экономику знаний», выйти с готовым промышленным, сервисным или гуманитарным товаром на международные рынки? Хороший брэнд для новой России. А сколько научных разработок, в которых не разглядели будущее зашоренные стереотипами чиновники и клерки, в разное время «ушло» за рубеж, вернувшись в Россию законченным коммерческим продуктом: цветное телевидение, лазеры, микроволновые печи, сотовая связь... Перечень можно множить.

Кадр из документального фильма «География новой России» (2006 г., реж. И. Сидельников).

Другой пример. Россия — огромная по размерам территории страна. Этот факт рассматривается то как источник ее возможного могущества, то как причина ее проблем и ограничений на развитие. Границы между субъектами Федерации можно увидеть из космоса — на этих границах затухает всякая хозяйственная жизнь, дороги внезапно кончаются либо неожиданно меняют свое направление. В документальном сериале «География новой России» увлекательными и деловыми одновременно могут стать базовые знания о районах проживания, соседних странах и регионах, недостатках и преимуществах географического положения, административном делении, пространственном планировании, расселении и размещении национальной инфраструктуры, коммуникаций и производств, аграрного сектора. От «контурной карты» — через историю и хозяйственное освоение регионов до этнографии и национальных особенностей в них. Исследовать традиционные беды России через призму оригинальных решений, находить яркие архитектурные, исторические и экономические национальные символы — и продвигать региональную российскую мифологию в обмен на интерес туристов и инвесторов, открывающих белое пятно Северной Евразии. Что еще?

Сегодня у России есть все основания считаться одним из главных двигателей экономики соседних стран. Может ли Россия научиться «национальному эгоизму» и заняться решением собственных проблем? Что для этого нужно? Богатая ресурсами Россия сравнительно бедна в силу «сырьевого донорства»: торговля сырьем чрезвычайно проста — «бери больше — кидай дальше», однако вся прибавленная стоимость достается потребителю сырья, который «делает деньги» на его глубокой переработке. Как изменить «халявное сознание» и научиться продавать «продукт труда»,

**САМОЕ ВРЕМЯ РАЗОБРАТЬСЯ, НЕ ДОГОНЯЕМ ЛИ МЫ «ТИТАНИК» — КРАСИВЫЙ, МОЩНЫЙ, БЛЕСТЯЩИЙ КОРАБЛЬ-МОДЕЛЬ «ПРОГРЕССИВНОГО» МИРА, В ТО ВРЕМЯ КАК РАССТОЯНИЕ ДО РОКОВОГО АЙСБЕРГА СТРЕМИТЕЛЬНО СОКРАЩАЕТСЯ?**

а не то, что представляет собой дар Бога и природы? А созданная у нас эффективная система ликвидации чрезвычайных ситуаций — это проблемная отрасль народного хозяйства или прообраз Всемирной службы спасения? Направлений для развития множество: Россия и «международное освоение» территорий и ресурсов — уцелеть и продолжить свой независимый рост; Россия и крупнейшие торговые площадки глобального мира НАФТА, Евросоюз, АСЕАН, МЕРКОСУР; Россия в Большой Восемерке... Кто мы посреди них? Как устроен мир вокруг нас? Серия под рабочим названием

«Знать, куда глядеть» поднимает эти вопросы и отвечает на них — ведь наши «мировые» соседи — прагматики и эгоисты, и учить нас, как правильно подавать себя, никто не будет. Надо пробовать самим, создавать свои легенды и образы. На рынках Запада и Востока брэндинг и мифодизайн в почете, имеет спрос уже много десятилетий, а Юг, к сожалению, ограниченно платежеспособен.

Сегодня в стране углубляется кадровый кризис. Способные и творчески активные граждане эмигрируют с внутреннего рынка на Запад и Восток, иногда находят себя в России. С другой стороны, наши ВУЗы выпускают десятки тысяч специалистов, не востребованных рынком труда, а потому — почти безработных. Государство тратит приличные средства на систему образования — вхолостую. Одновременно тысячи предприятий и фирм испытывают настоящий «кадровый голод» на квалифицированных специалистов. Рекрутеры-вербовщики перемещаются по всей стране и часто вынуждены импортировать рабочую силу из зарубежья. Система набора, подготовки и закрепления кадров, существовавшая в СССР — разрушена. А взамен не только не создано, но даже не предложено никакой другой. При первых же попытках обеспечить развитие страны органы государственной власти сталкиваются с проблемой исчезнувшей системы профессиональной ориентации молодежи, переподготовки кадров, освобождающихся и выбывающих в связи с модернизацией производств, сокращением армии и закрывающимися предприятиями. А довольно простое и недорогое решение: серия под общим названием «Я выбираю профессию» могла бы стать фундаментом организации занятости и обучения по специальностям, действительно необходимым стране, ее производствам и сервисам. Какой простор для создания новых легенд по списку профессий XXI века...

Наконец, общество, которое хочет знать и адекватно реагировать на то, кто и как управляет системой государственной власти, вполне может позволить себе регулярную документальную аналитику «Россия в цифрах», которая будет отражать реальное состояние страны, ее экономики и общества. Аналитику, где индикаторами (в динамике, по регионам, в сравнении с зарубежными странами), были бы не только традиционные параметры, вроде инфляции или темпов роста ВВП, а и такие, как количество новых предприятий, стоимость электроэнергии для населения и процентные ставки по кредитам, количество вновь созданных рабочих мест, а также целый ряд социальных параметров. Тогда с большей долей уверенности можно было бы иметь представление о том, что делается и чего не делается в стране...

## **РОДИНА, КАК И ВСЕГДА, НАЧИНАЕТСЯ С КАРТИНКИ В БУКВАРЕ**

Олимпийский принцип «главное — не победа, главное — участие» для мифодизайна не годится. Выиграл тот, чей образ, разумная агрессия и оригинальный стиль оказались более действенными и эффективными. Чей брэнд сильнее. Поэтому люди знают большие

бренды, такие как made in USA, made in China, NOKIA или APPLE. Они пользуются ими вольно или невольно, и преданны им.

Но при всем этом, сохраняя верность своим избранным, люди хотят чего-то нового. Сегодня люди в России «хотят Россию». Хотят узнать страну. Свои легенды уже появляются у регионов (например, «Великий Устюг — родина Деда Мороза»), у крупных компаний (международная экспансия МТС, «ЛУКОЙла» и «Евросети») и целых отраслей (достойная идея миллиардного тиража зажигалок в форме логотипа «Газпрома» как средства завоевания русским энергетическим брендом миллионов курильщиков и домохозяек по всему миру). Пространство страны, ее истоки, ее история и предания, ее достижения и достоинства, а может быть, и провалы, и недостатки, и текущие проблемы, должны найти свой образный ряд, свое решение в сильных символах, слагающих противоречивую, но яркую мифологию новой России, страны, в которой бы хотелось жить хорошо и всегда.

Понятный и образный язык документального жанра волею судьбы вновь становится полезным инструментом «народного просвещения» — от ивановских ткачей, офисных менеджеров и президентов России до тех адресатов, кто привык за последние десятилетия к игре в одни ворота на информационном поле Евразии. Глобальному бренду России еще предстоит родиться. Эту идею, надеюсь, шумно подхватят околокремлевские тусовщики, построят отдельную «информационную госкорпорацию», назовут ее, в соответствии с задачами Партии Власть на современном этапе, — ПО-БЕДА, ну а мы, безвестные свидетели и побед, и поражений, и повседневной жизни своей Родины, посовещаемся и откроем научно-исследовательский институт преодоления вечных российских бед.

А первыми документальными зарисовками обозначим размах нового русского брендинга, чтобы вдохнуть в сердца соотечественников величие, энергию и пространство страны. И кто после этого скажет, что связь времен прервалась? Ведь и поэт Николай Рубцов, и поэт Николай Заболоцкий, как оказалось, более чем современные люди, классики мифодизайна, сложившие в нескольких поэтических строках мощные образы пространства России, страны с прошлой тысячелетней историей, и, верю, с будущей тысячелетней. А дальше — как Бог даст.

*Я буду скакать по холмам задремавшей  
отчизны,*

*Неведомый сын удивительных вольных  
племен!*

*Как прежде скакали на голос удачи каприз-  
ный,*

*Я буду скакать по следам миновавших  
времен...*

**Николай Рубцов**

*В воротах Азии, в объятиях метели,  
Где сосны в шубах и в тулупах ели,—  
Несметные богатства затая,  
Лежит в сугробах родина моя...*

**Николай Заболоцкий**

## Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад»

**Независимый общественный институт.** Деятельность Фонда заключается в проведении стратегических исследований и выработке экспертных рекомендаций по широкому кругу социально-экономических вопросов.

Работа **ЦСР «Северо-Запад»** в первую очередь адресована лицам, принимающим стратегические решения и несущим ответственность за их реализацию, а также экспертно-консультационным и проектным группам.

**Партнерами Фонда** являются федеральные министерства и ведомства, региональные и муниципальные органы власти, общественные и научные организации, бизнес-структуры.

### ➤ **Направления проектной и исследовательской работы:**

- Пространственное развитие, в том числе разработка стратегических программ развития регионов
- Человеческий капитал
- Развитие институтов инфраструктуры инновационной экономики
- Статистика пространственного развития. Прикладные исследования, восполняющие информационный вакуум для принятия управленческих решений в масштабе округа
- Энергетика

### ➤ **Последние издания:**

- Российский эксклав: основные сценарии социально-экономического развития Калининградской области/ Под руководством В. Н. Княгинина. — СПб.: «Лики России», Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад». — 88 с.
- Постиндустриальный переход в высшем образовании России: на примере анализа развития рынка образовательных услуг Северо-Запада РФ/ Под руководством В. Н. Княгинина. — СПб.: Издательский дом «CORVUS», Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад». — 128 с.
- Выпуски журнала «Российское экспертное обозрение» [www.rusrev.org](http://www.rusrev.org)

### ➤ **Информационный портал ЦСР «Северо-Запад»:**

- [www.csr-nw.ru](http://www.csr-nw.ru)
- Актуальные новости
- Аналитика
- Материалы ключевых исследований
- Отчеты о мероприятиях

[www.csr-nw.ru](http://www.csr-nw.ru)



# КАК НАМ ОБУСТРОИТЬ МУЗЕЙ?

Мы привыкли воспринимать музей как застывшую форму — хранилище предметов, представляющих историческую и культурную ценность. Однако сегодня, когда главную роль в воздействии на умы играют информационные технологии, становится ясно: музею необходимо выйти из устоявшегося образа. Об этом на страницах «РЭО» дискутируют эксперты. Заведующий Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии **АЛЕКСЕЙ ЛЕБЕДЕВ** утверждает: музейное дело должно в полной мере использовать все современные достижения. Ему вторит ведущий научный сотрудник Института культурологии **МАРИНА ЮХНЕВИЧ**, считающая — только в этом случае удастся вернуть в музейные залы детскую и юношескую аудиторию. Директор музея-усадьбы Останкино **ГЕННАДИЙ ВДОВИН**, напротив, считает, что компьютеризация извратили саму суть музея; он безжалостно вскрывает накопившиеся в этой сфере за последние годы проблемы.



## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СОВРЕМЕННАЯ МУЗЕЙНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ

**АЛЕКСЕЙ ЛЕБЕДЕВ** | Заведующий Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии.

Большинство жителей нашей страны убеждено, что древние люди жили в музеях. Что же касается художественных музеев, то в них, несомненно, по сей день живут и работают художники. Я сам много лет был сотрудником музея. И на вопрос «Где Вы работаете?», нередко задаваемый при знакомстве, на законном основании отвечал: «В Третьяковской галерее». Частенько на это собеседник понимающе кивал: «Так Вы — художник!». Я не склонен иронизировать над этим представлением о музейной жизни, так как за ним лежит представление о целостности бытия музейного предмета.

Музейные работники нередко впадают в другую крайность. Их волнует — порой почти болезненно — вопрос подлинности экспоната. В сознании музейного профессионала между аутентичным предметом, средовым материалом и копией лежит непреодолимая пропасть. Возможно, именно по этой причине современные средства отображения информации в музейном деле чаще используются как вспомогательные инструменты, облегчающие работу по учету и хранению (музейные автоматизированные информационные системы — АИС), поясняющие представленное в экспозиции (своего рода электронные этикетки и экспликации) и дополняющие ее (предъявление предметов, не включенных в экспозицию). Свое место рядом с традиционными изданиями на «бумажном носителе» заняли музейные CD-ROMы и веб-сайты. Не меняется суть дела и в тех случаях, когда

современные технические средства используются как инструменты предъявления хранимого музейного материала (демонстрация кинофрагментов в экспозиции музея кино; показ объектов видео-арта в музее современного искусства и т. п.).

Но нам интересен особый случай, все чаще встречающийся в современной музейной практике. Речь идет о специально созданных аудио-, видео- и мультимедийных программах, выступающих равноправными участниками экспозиционного «действия» наряду с традиционными музейными предметами.

### МУЛЬТИМЕДИА «ИЗ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА»

**От учетной базы данных — к электронной экспозиции.**

В соответствии с принятой сегодня терминологией, «электронной экспозицией» мы будем называть не всякий информационный киоск для посетителей музея, а только размещенную в экспозиции систему терминалов, особым образом транслирующую информацию из учетно-хранительской базы. (Точнее было бы назвать это «электронной экспликацией» или «этикеткой», но термин устоялся).

Конечно, электронная экспозиция — это не просто интерфейс, дающий посетителю доступ к электронному каталогу. Она имеет собственный сценарий. Кроме того, ряд материалов, как и в любом другом электронном

издании, готовится специально для данной публикации: тексты, изображения, аудио- и видеоклипы, специальные мультимедиа программы для посетителей (в том числе игры) и др. Но по сравнению с CD-ROMом, web-сайтом, локальным информационным киоском электронная экспозиция обладает очевидным преимуществом: она имеет механизм синхронизации. Основную часть электронной экспозиции составляют материалы из музейной базы данных, и все изменения и дополнения, сделанные хранителем в рабочей базе, немедленно визуализируются в системе.

Электронные экспозиции по-разному соотносятся с реальными музейными экспозициями, в которых они размещены. Они могут:

- пояснять материалы экспозиции и облегчать посетителю ориентацию в ней (интерактивная схема здания в электронной экспозиции Музея Санкт-Петербургского водоканала);
- дополнять основную экспозицию (электронная экспозиция «Люди» в Музее ОАО «Татнефть», г. Альметьевск);
- привносить в экспозицию элементы игры и развлечения (обучающие игры в электронной экспозиции Государственного музея природы и человека г. Ханты-Мансийска).

#### 3D-модели

Компьютерное 3D-моделирование было изобретено как инструмент архитектора, а потому использование программ трехмерной графики наиболее эффективно там, где объектом интерпретации являются архитектурное сооружение или его части — в музеях-заповедниках и в музеях, расположенных в памятниках архитектуры.

## МУЗЕЙ ВОДЫ

Музей «Мир воды Санкт-Петербурга» — один из новых музеев России, расположенный в Санкт-Петербурге. Его экспонаты, макеты, инсталляции, мультимедийные экспозиции рассказывают об истории, современном состоянии и перспективах водоснабжения и водоотведения города, использовании воды в быту, состоянии водных ресурсов. В музее посетители узнают много нового о самом таинственном веществе в природе — Воде, в которой зародилась жизнь и без которой она невозможна.

Взаимоотношения человека и воды представлены на обширном историческом материале, а также на примере развития системы водоснабжения и водоотведения Санкт-Петербурга.

Осознание людьми необходимости бережного отношения к природным ресурсам, представление о трудозатратах, необходимых для обеспечения крупного города питьевой водой и отведения сточных вод, будет содействовать разумному потреблению природных ресурсов.

В «Мире воды Санкт-Петербурга» гармонично сочетаются историческая и современная экспозиция, идея традиционного и интерактивного музея. Некоторые экспонаты можно потрогать руками, посмотреть их в действии. | По материалам: [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)

Представим себе типичную ситуацию: здание XVIII века было перестроено в XIX столетии. Например, в зале с двумя рядами окон установлено перекрытие, разбившее его на два этажа. Мало того, на новом потолке сделана роспись, обладающая художественной ценностью. Восстановление облика здания «на XVIII век» приведет к уничтожению памятника истории и культуры следующего столетия.

Здесь на помощь реставраторам, исследователям и популяризаторам приходит компьютерная графика. Удачный опыт ее использования продемонстрировали сотрудники Государственного Русского музея (ГРМ), воссоздавшие первоначальный облик одного из принадлежащего музею дворцов — Михайловского (Инженерного) замка. Если реконструкция внешнего облика замка абсолютно документальна, то виды интерьеров иногда сделаны «по аналогии» и содержат значительную долю вольной интерпретации (что авторы в каждом случае добросовестно оговаривают). Полученная 3D-модель применяется при проведении реставрационных работ (подбор цвета и фактуры отделочных материалов и др.) и в экспозиционной деятельности музея (виртуальная расстановка мебели и развеска картин, предшествующая проведению тех же действий в натуре). Наконец, та же модель была использована при создании информационной системы для посетителей и ряда подготовленных ГРМ электронных изданий на CD-ROM.

## СПЕЦИАЛЬНО СОЗДАННЫЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ПРОГРАММЫ

Первый и наиболее простой вариант — использование средств мультимедиа в художественных экспозициях, когда программа является составной частью представленного объекта. Например, в 2003 г. Музей этнологии в Лейдене (Нидерланды) показал выставку политическая карикатуры, где рядом с карикатурными рисунками были выставлены мониторы, демонстрирующие телеинтервью изображенных персонажей. Это значительно увеличивало эффект воздействия графических листов, и все же, наверное, можно представить себе экспозицию карикатуры и без дополнительных видеоматериалов. Однако сегодня мы все чаще сталкиваемся с более радикальным подходом. Типичным становится прием, когда в экспозиции выставлено произведение современного искусства, а на стоящем рядом мониторе автор демонстрирует свое творение и произносит по его поводу некоторый текст. Это выступление неверно было бы назвать «комментарием», т.к. в рамках эстетики постмодернизма оно оказывается равноправной частью произведения, не менее значимой, чем сам предмет, созданный руками художника. Более того, в данном случае материальный и мультимедийный объекты неотторжимо друг от друга и не могут быть предъявлены зрителю по отдельности.

Ситуация равноправия, экспозиционной равновесности материальных и виртуальных объектов возможна не только в художественных экспозициях. Приведем несколько примеров подобных пар из разного типа музеев:

- Музыкальный инструмент и его звучание (Музей музыки, Стокгольм; Дом музыки, Вена);
- Чучело птицы и запись ее пения (Дарвиновский музей, Москва);
- Наряд шамана и видеозапись ритуально-танца (Музей этнологии, Лейден)
- Форма и снаряжение знаменитого хоккеиста и фрагмент матча с его участием (Музей хоккея, Торонто);
- Чучело животного и видеофильм, показывающий животное в естественной среде обитания (Музей «Натуралис», Лейден)
- Технические объекты и демонстрация их действия на мониторе (Музей Немо, Амстердам; Музей науки, Лондон; Музей техники, Вена).

Заметим, что в большинстве упомянутых случаев мы имеем дело не просто с парными объектами, а с парами «предмет — процесс», что и создает ситуацию их равной экспозиционной значимости.

И, наконец, в контексте избранной темы наиболее интересна ситуация, когда подлинный материальный объект не может быть представлен в экспозиции и мультимедиа принимает на себя его функции (демонстрация работы доменной печи, молекулярных процессов, извержения вулкана, геологической структуры Земли и др.). Понятно, что все это может быть показано и с помощью традиционных средств (макеты, схемы и т. п.), но современные средства отображения информации оказываются в данном случае куда более зрелищными, а глав-

ГЛАВНЫМИ ЭКСПОНАТАМИ МУЗЕЯ СТАЛИ СЕМНАДЦАТЬ СПЕЦИАЛЬНО СОЗДАННЫХ ВИДЕО- И МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОГРАММ. С ИХ ПОМОЩЬЮ УДАЛОСЬ РЕАЛИЗОВАТЬ КОНЦЕПЦИЮ МУЗЕЯ «ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА», КОГДА САМ ГЕРОЙ РАССКАЗЫВАЕТ ПОСЕТИТЕЛЮ О СВОЕЙ ЖИЗНИ.

ное более подлинными, чем что-либо иное. Подобная практика использования мультимедиа широко распространена в естественно-научных и технических музеях, но встречается также в музеях художественного и исторического профиля (Музей импрессионизма в Овере, Франция; Музей М.Т.Калашникова, Ижевск).

## МУЗЕЙ М.Т.КАЛАШНИКОВА

Рассмотрим последний более подробно. Музей М.Т.Калашникова открылся в 2004 г. в специально построенном здании. Важно отметить, что это не музей автомата Калашникова и вообще не музей оружия, а музей человека — конструктора, изобретателя и самого известного нашего соотечественника. Как правило, музей, посвященный конкретной личности, является музеем мемориальным. Ситуация, когда создается музей живого человека, достаточно нетривиальна

и чревата для экспозиционеров рядом трудностей. Дополнительные сложности в подборе материала были обусловлены судьбой и характером профессиональной деятельности меморируемой личности:

- М.Т.Калашников родился в крестьянской семье, которая в конце 1920-х гг. была раскулачена и сослана; родной дом будущего изобретателя был сожжён. Никаких материальных свидетельств, относящихся к периоду детства и юности Калашникова, не сохранилось.

- Большую часть жизни М.Т.Калашников был засекречен, с ряда его разработок этот гриф не снят и сегодня.

- Несекретный материал давно разошелся по музейным коллекциям (Военно-исторический музей артиллерии, инженерных войск и войск связи, Санкт-Петербург; Музей Ижевского машиностроительного завода; Тульский государственный музей оружия; и др.), и владельцы не собираются с ним расставаться.

В связи с этим главными экспонатами музея стали семнадцать специально созданных видео- и мультимедийных программ. С их помощью удалось реализовать концепцию музея «от первого лица», когда сам герой рассказывает посетителю о своей жизни. Отрывки из мемуаров Калашникова и видеозаписи его рассказов чередуются с кадрами кинохроники, показывающими самого Калашникова, его изобретения и исторические события, на фоне которых разворачивалась его деятельность.

В данном случае видео- и мультимедийные программы оказались в экспозиции едва ли не единственными аутентичными объектами. Все остальное (средовой материал, муляжи оружия, дизайнерские инсталляции), скорее создает фон, среду, в которой предьявляются виртуальные экспонаты. Исключение составляет только раздел экспозиции, относящийся к последнему периоду жизни изобретателя, где выставлена коллекция М.Т.Калашникова (главным образом, его награды и подарки). Но и в этом разделе мультимедиа оказывается лидером. Правда, уже не из-за отсутствия аутентичных материальных объектов, а в силу их незрелищности и низкого эстетического качества.

## МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ В ЗАПАДНОМ ПАВИЛЬОНЕ-КОРДЕГАРДИИ МИХАЙЛОВСКОГО ЗАМКА<sup>1</sup>

Очевидно, следующий шаг предполагает новую ступень синтеза электронных и традиционных средств показа и осмысление мультимедийного пространства как экспозиционного. Взаимная интеграция музея и новых технологий и есть главная цель создаваемого в Государственном Русском музее Центра музейного мультимедиа.

Экспозиция в Кордегардии не будет содержать подлинных музейных предметов. Она создается как многофункциональный центр музейных мультимедийных технологий, которые передаются через различные зрительные эффекты. Существенно также то, что если фасады павильона сохранили первоначальный облик, то его интерьеры многократно перестраивались. Внутри здания в качестве элементов старой ар-

<sup>1</sup> В разделе использованы фрагменты текста «Сценарной концепция экспозиции в западном павильоне-Кордегардии Михайловского замка», написанной в соавторстве с В.Ю.Дукельским (2007). В настоящее время проводятся ремонт и реставрация здания. Реализация проекта пока не начата.

хитектуры могут быть предъявлены только удивительно красивые овалы лестницы. А на этажах, собственно в залах, создатели экспозиции могут чувствовать себя достаточно свободно. Здесь нет извечного вопроса музейного использования уникального памятника архитектуры: как избежать зрительного конфликта экспозиционного материала и оборудования с архитектурными формами?

Если описывать «сюжет» экспозиции, то он достаточно прост:

Экспозиция каждого этажа демонстрирует различные мультимедийные технологии и в то же время имеет определенную тематическую направленность.

- Подвал — Информационное введение в экспозицию;

- 1-й этаж — «Санкт-Петербург» (императорский Петербург, музейный Петербург);

- 2-й этаж — «Русский музей» (публичная деятельность, внутримузейная работа);

- 3-й этаж — «Кордегардия Михайловского замка».

Экспозиция формируется как комплекс относительно автономных пространств, связанных между собой через систему гиперссылок. Она может осматриваться как в ходе обзорной экскурсии, так и в режиме многократных посещений отдельных залов.

Принцип подхода к экспозиции Центра задан самим зданием Кордегардии и эпохой, когда оно было построено — временем правления Павла I: периодом проектов и замыслов, воображаемой реальности и реальных фантазий, когда одно легко переходило в другое. И в этом заключается суть эпохи.

Природа всех явлений, порожденных человеческой фантазией, будь то архитектура, живопись или мультимедиа, если и не одинакова, то предельно родственна. Экспозиция является попыткой соединить эти родственные искусства, раскрыть особенности художественного видения мира от замыслов императора Павла I до русской живописи нового времени и мультимедиа. Возможно, вместе они способны создать собственно музейное измерение с особым ощущением времени.

Поэтому создаваемая экспозиция в определенной мере мистична: она стремится ввести прошлое в настоящее. Стиль экспозиции — это стиль замыслов и фантазий, неожиданное соединение воображаемого с реальным. Две жизни музейных предметов — прошлая и сегодняшняя — соединяются в виртуальном пространстве особым образом, а потому экспозиция Центра рассказывает не только о назначении мультимедийных технологий, но и об их языке, эстетике, средствах выразительности. Несмотря на всю «ультрасовременность», она обращается к сокровенным смыслам и пытается по-своему ответить на вечные вопросы: «Что есть дворец? Что есть город? Что есть музей? Что есть искусство?»

Экспозиция дает посетителю возможность войти внутрь мультимедийного пространства, которое предстает то как пространство музея, то как пространство дворца, то как пространство города, то как их пересечение. Эффект постоянных перемещений

## ВЫЙТИ ЗА РАМКИ ПРИВЫЧНОГО — MISSION IMPOSSIBLE?

Должен ли музей лишь собирать, хранить и популяризировать объекты культурно-исторического наследия, или он должен ставить животрепещущие вопросы современности и искать на них ответы вместе с обществом? Имеет ли музейщик право проэкспонировать все, что может прийти в голову в любой момент жизни, или ему надлежит поступать более взвешенно? Тут уж недалеко и до того, чтобы припомнить: «Тварь ли я дрожащая или право имею?!» Но воздержимся от этого до поры. Есть предварительное ощущение, что проблема залегает вовсе не там, где кажется.

Периодически вспыхивающие страсти по поводу дозволенного и недозволенного в музее побуждают нас обратиться к смысловому полю границ, запретов и долженствований. В частности, можно вспомнить, что Зигмунд Фрейд полагал отказ и запрет себе источником морали. Действительно, мораль возникает не там, где я себе разрешаю, а там, где я себе запрещаю, провожу границу дозволенного, ставлю ограничения. Поле дозволенного может быть просторнее или теснее, но совсем обойтись без очерченных границ невозможно.

Могут ли и должны ли границы личности подвергаться пересмотру? Скорее да, чем нет. Однако резкое взламывание этих границ всегда и по определению чревато психотравмой разной степени тяжести. Конечно, на белом свете есть достаточно охотников прокладывать жизненный путь сквозь свои и чужие катастрофы, однако гуманитарно-корректная работа с границами — это именно работа: медленная, вдумчивая и ответственная.

По материалам: Ана Глинская, Музей: испытание границ? Необходимо и достаточно в действительности человека и культуры // 60-я параллель. №2 (25) 2007.

не только в пространстве, но и во времени усиливается благодаря историческим реконструкциям, создаваемым мультимедийными и светотехническими средствами.

Погруженность посетителя в мультимедийное пространство, нарастающая от зала к залу, приобретает к концу характер непосредственной вовлеченности в экспозиционное действие. «Воронка экспозиции» затягивает зрителя и в финале ему открывается вид на Михайловский замок, которым и заканчивается экспозиционный «сеанс». Пройдена цепочка рождений, прожита история дворцов, населявших их людей и собранных ими коллекций мультимедиа. Здесь соединяются все пути: музейного предмета, музейного времени, музейных средств (в первую очередь — мультимедиа) и самого хозяина Михайловского замка — императора Павла I.

Кордегардия — это попытка создать «Музейную башню мультимедийных чудес», где посетителю открываются сегодняшние достижения, завтрашние возможности и «музейное закулисье». Вместе с тем (поскольку проникновение в другие эпохи и пространства осуществляется дистанционно через экраны и проекции) экспозиция превращается в подобие «волшебного кристалла», в котором отражается весь музейный универсум от коллекций до ежедневной практики.

Экспозиция в Кордегардии является качественно новой ступенью взаимной интеграции музея и мультимедиа. Она создается в переломный момент, когда медийные тех-



<sup>2</sup> В разделе использованы фрагменты текста «Сценарной концепции экспозиции в помещениях колокольни Ивана Великого», написанной в соавторстве с В.Ю.Дукельским (2006). В настоящее время проект находится в стадии реализации, по плану Музеев Московского Кремля экспозиция должна открыться в конце 2008 года.

<sup>3</sup> Стратиграфия (в археологии) — порядок чередования напластований культурного слоя.

нологии перестают быть вспомогательным средством и вплетаются непосредственно в ткань музейной деятельности.

## ЭКСПОЗИЦИЯ В КОЛОКОЛЬНЕ ИВАНА ВЕЛИКОГО<sup>2</sup>

Если Кордегардия — это попытка создания экспозиции чисто медийными средствами, то колокольня Ивана Великого станет шагом на пути интеграции реального и электронного предметного ряда. Экспозиция посвящена истории архитектуры Московского Кремля. Ее тему можно обозначить, как «Кремль, которого нет, и Кремль, которого не было» (несохранившиеся и неосуществленные постройки на территории Московского Кремля). Принципиальное отличие от Кордегардии задали граничные условия. В экспозиции необходимо представить реальные музейные предметы (фрагменты несохранившихся кремлевских построек). Кроме того, сама колокольня является уникальным памятником архитектуры XVI в., интерьеры которого нельзя загромождать витринами, экранами и плазменными панелями. Весь мультимедийный зрительный ряд будет обеспечиваться проекциями на побеленные стены. Технический проект предусматривает возможность полного выключения проек-

КРЕМЛЬ, «КОТОРОГО НЕТ», С ЗАВЕРШЕНИЕМ ПРОГРАММЫ ИСЧЕЗАЕТ, НО АРХИТЕКТУРА КОЛОКОЛЬНИ И ПРЕДМЕТНЫЕ РЕАЛИИ ПРОДОЛЖАЮТ ВОСПРИНИМАТЬСЯ ЧЕРЕЗ СОЗДАННЫЙ ОБРАЗ.

торов техники и подсветки экспонатов, для того, чтобы архитектура колокольни представляла перед зрителем в своей первоизданной красоте.

Основным методом построения экспозиции и организации материала станет своеобразная «архитектурная стратиграфия»<sup>3</sup>. Данный подход выражается, прежде всего, в тематической структуре экспозиции и распределении ее разделов по отдельным помещениям колокольни:

- 1-й этаж первого яруса — Ранний Кремль (до середины XV в.);
- 2-й этаж первого яруса — Кремль второй половины XV — XVII вв.;
- второй ярус — «Кремль, которого не было» (неосуществленные проекты кремлевской перестройки XVIII в.) и «Кремль с птичьего полета» (панорамы Кремля XIX в.);
- гульбище (смотровая площадка) — современный Кремль.

Проектируемая экспозиция может рассматриваться как синтез трех экспозиций: предметной, архитектурной и электронной.

Они тесно связаны друг с другом, находятся в постоянном диалоге, подхватывают тему и передают одна другой. Архитектурные детали, выделенные лучом света, переносятся в электронную экспозицию в виде изображений. Сами интерьеры колокольни тоже подчеркиваются подсветкой и благодаря игре света и тени приобретают черты сходства с проекцией.

Электронная экспозиция — проекции видов Кремля и отдельных зданий на поверхности стен — интегрируется в интерьеры. Реалистичность электронной экспозиции усиливается благодаря ее пространственной ориентации. Проекция соотносится с видами, которые могли бы открыться из окон в ту или иную эпоху. Реальность проекций не противоречит их призрачности. Они остаются видением, ненадолго представшим взору посетителя. Кремль, «которого нет», с завершением программы исчезает, но архитектура колокольни и предметные реалии продолжают восприниматься через созданный образ.

Значимое место отводится в экспозиции системе освещения. Использование направленного света и изменение освещенности отдельных объектов составляет важнейшую черту экспозиции.

Свет направляет внимание посетителя и дирижирует обзором экспозиции. Он загорается или гаснет, перемещается, выхватывает отдельные экспонаты и детали интерьера. Посетитель «идет за светом» и останавливается в местах, выделенных светом.

Свет соединяет электронную и предметную экспозиции, обеспечивая «перенос» предметов из реального пространства в плоскость проекции и наоборот. Светотени выявляют объем и фактуру интерьеров колокольни.

Еще одной особенностью экспозиции можно считать соединение малого пространства интерьеров колокольни с гигантским внешним пространством Кремля. Человек, находясь в малом пространстве, смотрит на большое пространство. Решить эту задачу и есть главное назначение электронной экспозиции. Благодаря проекции стены то раздвигаются, то сдвигаются вновь, оконные проемы раскрываются, а потом «захлопываются». В конце каждого раздела электронная экспозиция «гаснет», и посетитель остается наедине с архитектурой.

И, наконец, в конце — со смотровой площадки — зритель смотрит на панораму современного Кремля.

Таким образом, в колокольне Ивана Великого речь идет о создании целостного зрелища, где электронные и реальные объекты выступают равноправными участниками экспозиционного действия.

\*\*\*

У мультимедиа и новых информационных технологий нет своего реального пространства. Оно им вроде бы и не нужно в силу их виртуальности и приватного характера потребления. Однако в городской среде уже давно идет активное наступление рек-

ламного мультимедиа, с гигантскими табло и полиэкранами. К тому же есть еще видео-арт, который, пусть пока в рамках фестивалей, тоже завоевывает себе место на улицах крупных городов.

Музей признал и принял в своих стенах компьютерную технику, но пока она живет в его залах несколько обособленно, то ли стесняясь занять место рядом с вечным искусством, то ли пугаясь своей чрезмерной

привлекательности для современного человека. Примеры, рассмотренные в этой статье, скорее, исключения. Но будущее именно за ними.

Есть веские основания предполагать, что дальнейшее развитие музейного дела пойдет в сторону заметного увеличения интерактивности экспозиций и широкого использования современных средств отображения информации. **РЭО**

## ПОСЛЕДНИЙ МАЯК ИЛИ НАЧАЛО НОВОГО ПУТИ?

Брэнд — это нечто, кажущееся нам естественным. Понятно, что надо покупать английские ботинки, если мы в детстве читали, что в них ходили великие путешественники. Понятно, что надо носить спортивную форму «ADIDAS» или «NIKE», что, приехав в Санкт-Петербург, надо непременно идти в Эрмитаж. Кто не слышал сетований знакомых: «Неудачно съездил — не успел побывать в Эрмитаже».

Эрмитаж — готовый бренд территории Санкт-Петербург. Эрмитаж так же аристократичен как Санкт-Петербург, он также классичен и чуть холоден. И можно себе представить (а, может, он уже существует?!) коньяк «Эрмитаж» — такой крепкий, строгий и классический. Заявит ли на него права Эрмитаж, я не знаю. Но имеет полное право, потому что когда стали делать ножи «Куликово поле», музей-заповедник Куликово поле справедливо потребовал от маленькой фирмы по изготовлению ножей платы за использование их названия. Это нормальное рыночное поведение. Реальное признание культурного бренда дает право на изменение позиции музея, который из просителя становится диктатором, заявляя свою монополию. Бренды используют слабости своих потребителей, то есть наши слабости, и выкручивают руки своим конкурентам. Не случайно гуру бренд-менеджмента Джек Траут пишет о взаимоотношениях брендов на рынке как о настоящих войнах.

Русский философ Николай Федоров несколько не преувеличил, говоря, что музей — это «последнее пристанище культа мертвых», культа предков, которое последовательно изгоняется из других более развитых конфессий, и ведет катакомбную жизнь в музеях. Такая институция, понятное дело, имеет тенденцию к определенной закрытости и таинственности. Мой тезис заключается именно в том, что сохраняющиеся черты музея как религиозной институции препятствуют работе музея в такой технологии как брендинг.

Второй тезис об особенностях брендов: это не только агрессивная конструкция, но весьма зависящая от изменений ситуации на рынке. Работая над брендом продукта, будь то пиво или объект культурного наследия, нужно быть всегда готовым к затратам на ребрендинг, поиски новых версий вашего имиджа и стратегии его продвижения. Поэтому я считаю перспективной для музеев стратегию, направленную на превращение их имени в бренд территории.

Когда я говорю о музее как о лаборатории брендов, я имею в виду работу музея по разным проектам, над созданием разных брендов на основе символов территории. Именно проектный способ управления музейными кадрами и ресурсами подразумевает необходимость сфокусироваться на благородной цели, возможность избежать конкуренции и т. д. Так и возникает та самая река Кока-кола, которая начинает втягивать партнеров, союзников и т. д. | По материалам: Владимир Сорокин. Музей как бренд или музей для бренда? // 60-я параллель. №4 (23) 2006.

## МУЗЕЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ? ДЕТИ ДЛЯ МУЗЕЯ?

**МАРИНА ЮХНЕВИЧ** | Ведущий научный сотрудник Российского института культурологии.

Работа с детской аудиторией является сегодня одним из наиболее динамично развивающихся секторов музейной деятельности. И тому есть ряд причин:

- Стабильность и разнообразие детской аудитории. В ней теперь представлены все возрастные категории, включая детей, которые еще не умеют ходить.
- Реализация городских музейно-образовательных программ, ориентирован-

ных на поэтапное приобщение детей разных возрастов к культурно-историческому наследию и художественной культуре. Так, Ярославский музей-заповедник уже более 10 лет успешно реализует программу «Мир вокруг нас». Активно и удачно осуществляет программу «Здравствуй, музей!» Российский центр музейной педагогики и детского творчества Государственного Русского музея.



<sup>1</sup> Это Всероссийский фестиваль «Детские дни в Петербурге», который, согласно концепции его учредителей, сочетает «зрелищность и яркость музейного праздника с глубиной и серьезностью профессионального форума», а также региональный фестиваль «Кремль — детям», который проводится по инициативе Музея-заповедника «Московский Кремль». — Здесь и далее — прим. авт.

<sup>2</sup> Всероссийский семинар «Музей и подрастающее поколение», отметивший свое 30-летие в 2006 г., путешествующая Творческая лаборатория «Музейная педагогика» кафедры музейного дела Академии переподготовки работников искусства, культуры и туризма, которая успешно действует с 1990 г.

<sup>3</sup> Лидирующее положение занимает Российский центр музейной педагогики и детского творчества Государственного Русского музея (1990 г.). Весьма важную роль играет Республиканский детский музейный центр Карелии (1993 г.), деятельность которого все чаще выходит за пределы региона.

<sup>4</sup> Наиболее яркий пример последних лет — межмузейный и межрегиональный проект «Экологическая роль изобразительного искусства в условиях интенсивного визуального потока», инициируемый Российским центром музейной педагогики и детского творчества ГРМ, в котором участвуют музеи, научные и образовательные учреждения Петербурга и городов российской провинции.

<sup>5</sup> Столяров Б.А. Педагогика художественного музея: от истоков до современности: Учеб. пособие для студентов гуманитар.-худож. факультетов. — СПб, 1999; Столяров Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика: Учеб. пособие. М., 2004; Юхневич М.Ю. Я поведу тебя в музей: Учеб. пособие по музейной педагогике. — М., 2001.

<sup>6</sup> Шляхтина Л.М. Экологическая роль музея в условиях интенсивного визуального потока // Экологическая роль изобразительного искусства в условиях интенсивного визуального потока. Сообщения и материалы. — СПб., 2004. — С. 47.

<sup>7</sup> Л.В. Разливаева. Социологическое изучение аудитории с целью улучшения экскурсии

• Создание адресованных детской и семейной аудитории специализированных музеев, центров, постоянно действующих выставок. Наибольшее распространение в нашей стране получили детские музейные центры, первым из которых стал центр Владимиро-Суздальского музея-заповедника (1993 г.), а последним по времени создания — Центр эстетического развития детей и юношества «Мусейон» Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина (2007 г.). Существуют детские музеи (Череповецкого музейного объединения, Музея политической истории России в Санкт-Петербурге, Объединенного мемориального музея Ю.А. Гагарина, Музея-заповедника Н.А. Некрасова «Карабиха» и пр.), которые входят в состав государственных музеев на правах отдела или филиала. Создаются детские выставки, которые работают на постоянной основе (например, «Игротеха» в Политехническом музее, «Комната открытий» в Биологическом музее им. К.А. Тимирязева, «Секреты тульских мастеров» в Музее-заповеднике «Куликово поле», «Улица времени в Музее истории Санкт-Петербурга»). Менее распространены детские музеи, которые осуществляют свою деятельность на основе иных учреждений культуры и образования (Детская галерея Экспериментального центра социальной адаптации и творческого развития детей и подростков «Творческий лицей» в Зеленограде). Незначительно представлены самостоятельные детские музеи (Дом сказки «Жили-были» Благотворительного фонда «Русская семья», музей-проект «Детский Открытый Музей (ДОМ)» в Москве, некоммерческая организация КРУГ (Креативность. Развитие. Уверенность. Гармония) в Тольяти, Детский музей г. Нефтегорска).

• Проведение крупномасштабных акций, которые адресованы детской аудитории и одновременно являются средством консоли-

## ПРОБЛЕМЫ В РАЗВИТИИ ДЕТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ РЕШАТСЯ ТОГДА, КОГДА ИЗМЕНИТСЯ ОБРАЗ МУЗЕЯ В ВОСПРИЯТИИ РЕБЕНКА. КОГДА ОН СТАНЕТ ЕГО «РОДНЫМ ДОМОМ», ГДЕ МОЖНО С ИНТЕРЕСОМ И УДОВОЛЬСТВИЕМ ПРОВЕСТИ ХОТЬ ЦЕЛЫЙ ДЕНЬ.

дации музейных педагогов России<sup>1</sup>.

• Все более возрастающий уровень теоретического осмысления работы с детьми, чему способствуют постоянно действующие семинары и конференции по проблемам музейного образования<sup>2</sup>, деятельность музейно-педагогических центров<sup>3</sup>, крупномасштабные совместные проекты<sup>4</sup>, а также исследования и публикации, в том числе учебные пособия по музейной педагогике<sup>5</sup>.

Приведенный материал фактически подтверждает оптимистический прогноз музейеводов: «Музей становится формой реализации

интересов самых различных общественных групп, <...> отдавая предпочтение молодежной аудитории. Именно для них музей должен стать «родным домом» культурного многообразия, которое является характерной чертой сегодняшней жизни, противостоящей глобальной культуре и глобальной идентичности»<sup>6</sup>.

Однако разделяют ли эту оценку сами дети? Отвечая на этот вопрос, сошлемся на мнение не тех детей, которые прочно обосновались в музее благодаря семейным традициям или усилиям школьных и музейных педагогов, а тех, кто чаще оказываются «случайными» посетителями.

Вот данные исследования Музея-панорамы «Бородинская битва», который посвящен этапному событию в истории России и одновременно является выдающимся памятником панорамного искусства. Не удовлетворяясь лишь своей статусной позицией, музей решил выяснить, каково же реальное отношение к нему основных потребителей — школьников.

Хотя большинство учащихся, осмотревших Музей-панораму в составе экскурсионной группы, были довольны экскурсией, к музею вообще они относятся скорее критически:

«При слове «музей» всегда представляется обязательное посещение его всем классом под руководством учителя. Учащиеся даже не могут сами выбрать музей — это всегда делает учитель. Такой поход превращается в повинность, в некое продолжение школы».

«У меня никогда не возникало желания посетить музей вместе с друзьями. Мы предпочитаем проводить свободное время иначе».

«К сожалению, мы очень мало знаем о музеях. Все они представляются нам безжизненными залами, которые заполнены непонятными экспонатами»<sup>7</sup>.

Скучно, непонятно, принудилровка... Таков образ музея в сознании детей, что весьма далеко от образа «родного дома» культурного многообразия.

Разумеется, данные исследования, проведенного в одном московском музее, ни в коем мере нельзя экстраполировать на ситуацию «ребенок в музее» в целом. Но ситуация тяжелая и в других музеях. Так, в Русском музее на одного постоянно посещающего музей школьника приходится семь впервые пришедших<sup>8</sup>. Как свидетельствуют опросы Государственного Исторического музея, после экскурсии подростки не могут вспомнить не только ни одного предмета из экспозиций и выставок, но и названия музеев-филиалов ГИМа<sup>9</sup>. Перечисления можно продолжать, однако гораздо важнее ответить на вопросы, почему и что делать.

Отвечая на вопрос, почему дети проходят мимо музея и проявляют к нему устойчивое равнодушие, можно предположить, что детский мир меняется значительно более стремительно, чем музей, который, во-первых, далеко не всегда склонен следить за этими переменами и, во-вторых, часто не имеет возможности следовать им.

Так, в детской музейной аудитории, реальной и потенциальной, значительно возросла доля посетителей, которые привыкли слушать интерактивное радио, смотреть интерактив-

ные телепрограммы, — словом, жить в интерактивном пространстве.

Использование технологии интерактивности в музее, предполагает, прежде всего, отказ от монологического принципа общения с посетителем в пользу насыщенного диалога (посетителя с экспозицией, музейного педагога с аудиторией, детей со взрослыми и друг с другом), ибо традиционная экскурсия все более теряет свою привлекательность для ребенка. Но интерактивность — это не только проблема экскурсионной методики. Она требует создания особой образовательной среды. Между тем в большинстве российских музеев нет ни интерактивных зон, ни творческих мастерских, ни игровых комнат, где можно организовать активность ребенка и осуществить принцип «знание через руки».

Понятие музейная интерактивность имеет и еще одну составляющую. Будущее детского направления связано с использованием Интернета, который приобретает для юного поколения значение первостепенного элемента культуры и источника информации. Интернет формирует и новый тип посетителя музея — виртуального, который превосходит реального в качественном (уровень образования и степень урбанизации) и в количественном отношениях. Однако отечественные музейные сайты и виртуальные проекты заметно отстают по привлекательности, а также по промотушену от своих конкурентов на рынке интернет-предложений, а потому едва ли способны заинтересовать детскую аудиторию. Собственно музейно-образовательные интернет-ресурсы исчисляются единицами<sup>10</sup>.

Вопрос, почему и что делать, предполагает и такой вариант ответа: овладеть технологией партнерского взаимодействия. Характерным явлением последних десятилетий стало создание партнерских проектов с широким кругом участников. Однако одним из главных партнеров музея остаются образовательные учреждения. И, тем не менее, взаимоотношения музейного и школьного педагога еще очень далеки от партнерских. Задача учителя чаще всего ограничивается тем, что он приводит учащихся в музей, а музейного специалиста — проведением экскурсии, которая не получает, как правило, развития в работе школьного педагога. При этом и учитель, и музейный педагог часто испытывают взаимное недовольство друг другом.

Путь сотрудничества музейного и школьного педагога давно освоен зарубежными музеями, которые развивают с учителями многообразные партнерские отношения (курсы лекций, практические занятия, музейные стажировки, совместная подготовка музейно-образовательных проектов). Благодаря этому учитель включается в процесс музейного образования, часто и сам проводит уроки-занятия на музейных экспозициях.

Проекты, предполагающие совместную деятельность музейного и школьного педагога, существуют и в России. Классическим примером можно считать вышеупомянутую программу Российского центра музейной педагогики и детского творчества ГРМ «Здравствуй, музей!», которая придала «сотрудничеству

музея и школы взаимовыгодный, развивающий, динамичный планируемый и гибкий характер»<sup>11</sup>. Авторы программы рассматривают музей не только как одно из средств постижения окружающего мира через визуальный материал, составляющий основу его содержания, но и как средство адаптации ребенка к этому миру (ведь умение видеть, включающее способность наблюдать, замечать, анализировать и размышлять об увиденном, формируются с раннего детства). Это определило жизнеспособность программы, которая успешно реализуется более чем в 20 регионах

ДЕТСКИЙ МИР МЕНЯЕТСЯ  
ЗНАЧИТЕЛЬНО БОЛЕЕ СТРЕМИТЕЛЬНО,  
ЧЕМ МУЗЕЙ, КОТОРЫЙ, ВО-ПЕРВЫХ,  
ДАЛЕКО НЕ ВСЕГДА СКЛОНЕН СЛЕДИТЬ  
ЗА ЭТИМИ ПЕРЕМЕНАМИ И, ВО-ВТОРЫХ,  
ЧАСТО НЕ ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТИ  
СЛЕДОВАТЬ ИМ.

России<sup>12</sup>. Однако программа решает проблему взаимодействия педагогов лишь на сравнительно ограниченной территории деятельности музеев художественного профиля. Более радикальным средством могло бы стать создание в российских городах музейно-педагогических центров, которые координировали бы сотрудничество музеев и образовательных учреждений. Подобные институты наиболее развиты в Германии, где существуют уже около 30 лет. Инициаторами их создания были органы образования, осуществлявшие масштабную реформу школы. В сферу компетенции музейно-педагогических центров входит работа школьниками, инвалидами, трудными подростками, студентами — однако главной аудиторией остается учитель, которому предоставляются материалы для проведения занятий в музее на высоком профессиональном уровне при минимальных затратах времени. Приносящая реальные плоды работа подобных центров поддерживается государственным финансированием.

Наиболее актуально создание подобных центров в крупных российских городах, где связь между органами образования и культуры, музеями и школами, между отдельными музеями особенно слаба. Важным шагом могло бы стать учреждение Музейно-педагогического центра в Москве, концепция которого несколько лет назад была представлена в Московский комитет образования, но до сих пор не реализована<sup>13</sup>.

Здесь мы, наконец, вступаем в область культурной политики, утверждая, что только заинтересованное отношение к музею государства и целевое финансирование перспективных проектов могло бы решить проблемы развития детского направления.

Примером такого подхода является проект «Музей — музыка — дети», который организован Фондом Первого Президента

онного обслуживания в музее-панораме «Бородино» // Сборник тр. Творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Косова. — Вып. 4. — М., 2003. — С. 102.

<sup>8</sup> Козиев В.Н. — Школьники и студенты в художественном музее: вчера, сегодня, завтра // Международная акция — «Русскому музею — 100 лет». Научно-практическая конференция «Художественный музей в образовательном процессе». Тезисы выступлений. — СПб., 1998. — С. 50.

<sup>9</sup> Мальцева Н.А. Мальцева Н.А. Социологические исследования в ГИМ в XX в. (исторический обзор) // Забелинские чтения — год 2001. Исторический музей — энциклопедия отечественной истории и культуры. — М., 2002. — С. 336.

<sup>10</sup> Тем важнее инициативы, направленные на создание музейно-образовательных интернет-ресурсов для детей, в частности, Эрмитажа и Русского музея. Очень важным шагом является проект «КИЖИ-ENTER», который предполагает создание первого в России детского музейного сайта в рамках информационного портала Музея-заповедника «Кижки».

<sup>11</sup> Столяров Б.А. Педагогика художественного музея: от истоков до современности: Учеб. пособие для студентов гуманитар.-худож. факультетов. — СПб., 1999. — С. 109.

<sup>12</sup> Программа «Здравствуй, музей!» лежит в основе Программы художественного воспитания и образования детей и юношества в ГРМ, удостоенной премии Российской Федерации в области литературы и искусства 2003 г. за произведения для детей и юношества. Подобное признание — беспрецедентный случай в истории музейной педагогики России.

<sup>13</sup> Медведва Е.Б., Чумалова Т.В., Юхневич М.Ю. Концепция музейного образования в г. Москве (проект). М., 2004.


<sup>14</sup> Авторы программы исходят из того, что, объединяясь в пространстве музея, живопись и музыка способствуют не только постижению эмоционального и интеллектуального аспектов жизни человека, но и через обретение умения слышать себя и других помогают насытить ее смыслами. Так, в ходе интерактивных экскурсий учащиеся детдомов постигают связи музыки и живописи как ведущих и обогащающих друг друга видов искусств. Они также становятся слушателями бесед-концертов, ориентированных на небольшую аудиторию. В ее ходе происходит общение педагога с детьми, активно используется система самостоятельных заданий, вводятся элементы игры. На втором этапе проекта дети должны будут написать эссе, посвященное впечатлениям от посещения музея и концерта. Победители региональных творческих конкурсов в рамках программы отправятся в Санкт-Петербург в рам-

России Б.Н.Ельцина и Союзом музеев России при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии. Непосредственными участниками проекта стали художественные музеи различных регионов России, а методическое руководство осуществляет Российский центр музейной педагогики и детского творчества ГРМ. Его адресат — дети из детских домов, которые благодаря этому проекту могли приобщиться к живописи, искусству слова, музыке<sup>14</sup>.

Подобная поддержка детских музейных проектов государством — чрезвычайно редкое явление. Все те начинания, которые были перечислены в начале статьи, чаще всего являются инициативой самих музеев, общественных фондов и конкретных людей. Более того, музей традиционно не упоминается в важнейших государственных документах, где обсуждаются вопросы воспитания подрастающего поколения. Нет упоминания о нем, к примеру, в Законе РФ «Об образовании» (1992 г.). Государственные органы России словно не замечают музей и не видят его возможностей в решении проблем образования культурой. Это поразительно контрастирует с позицией других стран, где вопросы использования потенциала музея решаются на государственном

уровне<sup>15</sup>. В нашей же стране продолжает эксплуатироваться пресловутый энтузиазм музейного специалиста.

В то же время бедность в самом прямом и обидном смысле этого слова является спутником большинства российских музеев и его сотрудников. Здания многих музейных учреждений давно требуют ремонта, а экспозиции устарели и в моральном, и в материальном отношении; в них посетитель, разумеется, не найдет ни мультимедийных средств, ни кафе или музейного магазина, ни других атрибутов музейного пространства, благодаря которым музей демонстрирует свою заботу о посетителе. Эта благородная бедность, резко контрастирующая с состоянием детских досуговых центров, едва ли привлекательна для современного ребенка.

Проблемы в развитии детского направления, видимо, решатся тогда, когда изменится образ музея в восприятии ребенка. Когда он предстанет перед ним не только как «хранилище древностей», перед которым дети испытывают робость, а также не как убогое и некомфортное помещение, а станет его «родным домом», где можно с интересом и удовольствием провести хоть целый день. Но произойдет это, как мне кажется, лишь при поддержке государства. 



## ПАМЯТИ МУЗЕЙНЫХ ИЛЛЮЗИЙ ИЛИ ПАРАДОКС О МУЗЕЕ ДВАДЦАТЬ ЛЕТ СПУСТЯ

ГЕННАДИЙ ВДОВИН | Директор музея-усадьбы Останкино.

как культурной программы, что станет третьим этапом проекта. — Прим. «РЭО».

<sup>15</sup> Так, в США еще в 1969 г. в так называемом «Докладе Бельмонта» Американской ассоциации музеев была обоснована программа музейной педагогики, на основе которой Государственный комитет по образованию принимает национальную программу «Музей и образование», а в 1994 г. после публикации доклада «Нация на грани риска» о проблемах гуманитарного образования были приняты Национальные стандарты преподавания художественных дисциплин, которые значительно актуализировали обращение к музею.

Заголовком намеренно включая этот текст, долго варившийся при всех предвидениях<sup>1</sup>, в неизданную пока книжку с претенциозным титулом «Памяти памяти»<sup>2</sup>, смею посвятить его Д.В. Сарабьянову<sup>3</sup> — совести нашего ремесла.

Угодников-то — много, праведников, вот, маловато.

\*\*\*

В неизбежных пролегоменах стоит, наконец, попытаться точно сформулировать парадокс о музее.

Если Дидро, наш, так сказать, Дени, подарил нам «Парадокс об актере», предвидовавший не столько споры станиславских с мейерхольдами и прочими михаилами чеховыми, не так дрязги фрейдом с юнгами при небезвыгодном пилении безответного *libido*, сколько дискуссию двух моделей жизнестроительства — безответственную, фатальную, левополушарную, аутическую и перенапряженную, сангвиническую, тотальную, правополушарную, то не пора ли честно выговорить и «парадокс о музее»?

Суть этого парадокса — предъявление подлинника путем ограничения доступа к подлиннику. Оттого-то и первый эпитаф...

*Власть над нами принадлежит не тому, кто в экстазе,*

*кто — вне себя: эта власть — привилегия того, кто владеет собой*

Дени Дидро

Облегчая размышление ортодоксам, продолжая верить в то, что «музей — храм», а «музейщики — последние святые на Руси», намеренно и сразу перевожу регистр текста в легкомыслие голоса из хора, еще имеющего, к счастью, право на личные заметки и сантименты, и снабжаю дискурс вторым, теперь уже легкомысленным эпитафом, позволяющим зачислить все нижесказанное по части старческого брюзжания...

— *О, боже мой, боже!* — произнес молодой г'Артаньян, потрясенный страшным рассказом.

— *Что же вы не едите ветчины, г'Артаньян? Она восхитительна, — сказал Атос, отрезая кусок и кладя его на тарелку молодого*

го человека. — *Какая жалость, что в погребке не было хотя бы четырех таких окороков! Я бы выпил на пятьдесят бутылок больше.*

*Д'Артаньян не в силах был продолжать этот разговор, он чувствовал, что сходит с ума. Он уронил голову на руки и притворился, будто спит.*

— *Разучилась пить молодежь, — сказал Атос, глядя на него с сожалением, — а ведь этот еще из лучших!*

**Александр Дюма — отец**

\*\*\*

Итак... Ах, как все было ясно нам в конце 1980-х — начале 1990-х гг.: «Власть — Советам!», «Земля — крестьянам!», «Вода — матросам!», «Производство — производителям!», «Музей — публике!», «Храмы — верующим!»... Особенно ясно было последнее<sup>4</sup>...

Стоит лишь перечислить музейные мифы последних пятнадцати — двадцати лет, как сердце забьется в сладкой истоме.

Так и что ж?..

Оставив дремать притвору и юнца д'Артаньяна, переложив кубок в шуйцу и бросив пока окорок, станем загибать пальцы на тщательно вытертой от некошерного и нехалального жира деснице...

Во-первых, миф всеобщей компьютеризации и могущества Интернета...

О!..

На смену ему, но и с ним почти одновременно, явился, во-вторых, миф тотальной американской прагматики — менеджмент, фандрайзинг, франчайзинг...

Эх!..

Азиопа, оставшаяся, за вычетом рухнувшей 1/6 мира, на предыдущие американо-африканский вызовы ответила мифом социальной ответственности... (В-третьих.)

Виват!..

В-четвертых, явился миф сладости соития музейного дела и актуального искусства, временами грозивший всеми прелестями законного брака.

Эхма!..

Миф культурного туризма, в-пятых, оглушительно грянул, как закономерный итог перечисленных прежде четырех сказок.

Ой-ля-ля!..

Наконец, и это в-шестых, но не в-последних, на неостывшее место «культуризма», успешно стал моститься теплый миф сетевых проектов и горячечный миф проектов совместных.

Давай-давай!..

Список этих мифологических любовей и разочарований в оных столь же длинен, сколь и «список кораблей», но, в отличие от последнего, не может быть пока завершен.

Ах!..

\*\*\*

Первый из всех этих сладостных мифов был особенно дорог нам, как всякая первая любовь. И, вспомнив умную сладость многообещающего серого процессора ХР; значительную рябь задумчивых четырнадцатидюймовых мониторов об шестнадцать ажно цветов; поразительную компактность легких

пятидюймовых дискет; магию первых редакторов с их волшебными командами «Ctrl-C» и «Shift-Insert», разом преобразившими стиль работы над текстом и самое уртекстовое мышление; боязливое и восторженно разочаровательное счастье первого интернетконекта через модем, сопоставимое разве что с первым в жизни соитием; демоническую почти что гордость от первого самолично введенного в машину фондového паспорта — «КП-3865421, РЖ-7089531. Неизв. худ. Портрет неизвестного мужчины ниже пояса. Вторая половина XIX в. X/м. 98 х 61 см. Пос-

### МИФ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА КАК ВОПЛОЩЕННАЯ СУММА ЧЕТЫРЕХ ПРЕЖНИХ ЛЕГЕНД — ОСОБО ВОЗЛЮБЛЕННОЕ ДИТЯ СОЮЗА ВЛАСТИ И МУЗЕЯ.

тупил в 1951 г. из Гохрана. Состояние сохранности среднее — мелкий кракелюр, потертости, мушские засиды»; возвышенно смрадный ужас от вида чужих рук на сенсорном мониторе первого выставленного в экспозицию компьютера, толкующего «цели и задачи экспозиции», «состав коллекции» и прочее разумное-доброе-вечное (далее — РДВ); сознаемся, наконец, хотя бы сами себе, что ничего кроме скорости, а, стало быть, нервного всезнайства кроссвордной эрудиции и суетливой докучки верхоглядства, эта пишущая машинка с памятью, называемая компьютером, увы, нам и музейному ремеслу почти не дала.

Более того, всеобщая компьютеризация обострила парадокс музея и парадокс о музее: музей — два столетия как — хранилище подлинника, рекламирует себя репродукцией.

Теперь цифровой.

\*\*\*

Золотая лихорадка мифа второго, сказки тотальной прагматики, внушившая нам сладость англосаксонской, трудно проворачиваемой ленивым славянским ртом, орфоэпии («менеджмент», «фандрайзинг», «франчайзинг» и прочие, страх сказать, «миссии» с «артефактами» вкуче со, спаси и сохрани, «херитаджамми»), обещала научившимся писать заявки на гранты, составлять сметы к оным и реализовывать грамотный мониторинг, — преуспевание навсегда.

Узок был круг овладевших этим птичьим языком. Далекое было они от народа музейного. Всё более приближаясь к касте «методологов» имени обоих Щедровицких, свято поверили они в тайну замеса особого, если не онтологического, то уж точно гносеологического, рецепта методологии, особо убедительно предлагающего РДВ<sup>5</sup>.

А кому ж не хочется иметь в руках универсальную отмычку, равно пригодную для

<sup>1</sup> Автор рекомендует читателям для ознакомления следующие тексты: Кризис музея как мировоззрения. Девятнадцать февральских, крайне субъективных тезисов, зачитанных, быть может, в сентябре 2002 года, как опыт историсофической провокации, и некоторые комментарии к ним, набранные самым мелким кеглем. Часть первая // Мир музея. №5, 2002; То же. Часть вторая // Мир музея. №6, 2002; О пропажах, утратах и стыде. // Независимая газета. 10 августа 2006; Музейная пропажа. // Коммерсантъ. 11 августа 2006; и др.

<sup>2</sup> См. первые публикации: Памяти агдамского автомата. // Независимая газета. НГ // Ex libris. 26 ноября 1998. Памяти закладок. // Независимая газета. НГ // Ex libris. 10 июня 1999. Памяти маршрута № 11. // Независимая газета. 27 июля 1999. Памяти автомобильного секса. // Независимая газета. 15 октября 1999. Памяти кентавромахи и лапифобии, как зеркала русской культуры XVIII века. // Новая юность. 1999, №5. Памяти диафильмов, или Жажда малинового варенья. // Вестник Ассоциации «Открытый музей». №2, 2001. Памяти платформы «Шереметьевская». О метафизике одного локуса на востоке Москвы. // Там же. №3, 2001. Памяти эры психоза. Якобы расшифрованная диктограмма с будто бы заседания «Эссе-клуба» словно бы от 31 января 2000 года // Там же. №4, 2001. Памяти полушария Ясной. // Октябрь. 2005. №8...

<sup>3</sup> Сарабянов Дмитрий Владимирович (р. 1923), российский ученый, академик РАН (1992). Автор ряда трудов по истории отечественного искусства, общим проблемам искусствознания. Лауреат Государственной премии Российской Федерации (1994). — Прим. «РЭО».

<sup>4</sup> Никак не претендую на роль пророка, сошлюсь все же на свою статью пятнадцатилетней давности: Плюс клерикализация всей страны. Запоздалая попытка раннего диагноза. // Независимая газета.

12 сентября 1992. Увы, все идет как по писаному. И в почти что клерикальной стране, держащей 14 статью Конституции за ширму, комментарии нынче уже не требуются.

<sup>5</sup> Функцию просвещения невежественных музейщиков (и не только их, но их, бедолаг, перво-степенно) вяляя на себя

школа известная как методологическая. Не беру на себя функций критика теории и, в особенности, школы Г.П. Щедровицкого, анализировать коею, как известно, нельзя, не записавши себя в стан, как минимум, ретроградов, как оптимум, соглашателей с властью, и как максимум, врагов человечества. Начать, однако, придется все же ab ovo. Претензии «методологии» под- и заменить собой онтологию и гносеологию оставим собственно профессиональным философам. Отметим, как историки, что в стране тотальной философии, в стране, где профессиональной философии как не было, так, за редчайшими исключениями, и нет, а все царит, по точному слову злоязычного Г.Г. Шпета, все как-то «белибердяевщина» — сиречь псевдомысль, импотентное суждение без усилия и воления с непререваемым моралите в финале, методология как школа образца 1960-х — 1980-х гг. успешно заменяла собой ажко:

- реальную историю подлинной мировой философии;
- настоящую онтологию и всамделишную гносеологию;
- стратегию воления и тактику поступка;
- психоанализ во всех версиях от, хошь, Фрейда, а то и Юнга, до всевозможных их изводов второй половины XX столетия;
- жажду реальной педагогики как науки и как психопрактики,
- иллюзию (повторюсь! повторюсь!) панацеи, спасающей, повсеместно, от безденежья и диабета, импотенции и бесславья, аритмии и кретинизма, гипертонии и безверия, бездарности и сифилиса, расслабленности и табакокурения, безродья и бесплодия, внематочных беременностей и неблагодарности...

<sup>6</sup> Коли угодно, можно и точнее – Неман – Западный Буг – Сан-Устье Дуная.

музейного дела, для веры, для науки, для личной судьбы? Уверения же скептиков, что чудесного лекарства от глаукомы, несчастной любви, клаустрофобии, шизофрении, почечных колик, безденежья, импотенции и склероза одновременно не бывает?..

Пустое!.. Пустое!..

Парадокс о музее — предъявление подлинника через ограничение доступа к подлиннику и создание убедительных методов его трансляции — методологической прагматикой ныне сведен к задаче заменить принципы культурособирания и культуросохранения на собственно культуросозидание.

*И авгур становится богом.*

*И интерпретатор делается автором.*

*И жрец норовит быть божеством, коему прежде служил.*

\*\*\*

В хвост первым двум успешно и поспешно реализованным мифам, исподволь, тишком, а далее — во весь рост, встала сказка о социальной ответственности музея, пришедшая как нельзя кстати. В Азиопе, или, если угодно, в Евразии — от Карпатской гряды<sup>6</sup> до бассейна Тихого океана, где, в отличие от иных частей мира, монадой культуры была школа, где молекулой и моделью культуртрегерства служила связка «приход — школа — библиотека — предприятие — земство — клуб — музей» — при недосостоявшихся приходах, при нищих школах, при брошенных библиотеках, при рухнувших предприятиях, при нереализованном самоуправлении, при выстывших клубах, музей 1990–2000-х гг., обязан был и стал взять на себя функции всех институций. (В этом смысле особая миссия музея в России и во многих других славянских культурах вообще сопоставима с исключительными предназначениями театра в романских и архивабиблиотеки в германских культурах.)

## ПАРАДОКСАЛЬНЫМ ОБРАЗОМ, В СВЕТЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ О МУЗЕЕ, ГЛАВНЫЕ ВРАГИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ — ГОСУДАРСТВО И МУЗЕЙ.

Фундаментальное же и пока неизменное определение музея остается прежним. Специфические, собственные, имплицитные функции его неизменны — собирать и хранить.

Остальные — внемuseumные.

В этом смысле, советы школы «методологов» для музеев и их же консультации для всякой иной «Фабрики звезд», — равнозначны.

«Учитесь упаковывать!»

*Исчезновение подлинника, к коему толкает нас репродукционная культура вкупе с гипертрофированной миссией современного музея — это утрата музея как специфичес-*

*кой институции, трансформация его в клуб, театр, психоаналитический центр и пр., это конец парадокса о музее в силу безвременной кончины онога.*

\*\*\*

В-четвертых, истомившись постылой стилистикой симметричной повески, пыльного чучела, залапанной стеклянной витрины, суконного заградительного шнура, сурового обронзовевшего окрика «Руками не трогать!», музейщики бросились в адюльтер с актуальным искусством. Плоды этой интрижки разнообразны и разнокачественны, однако именно этот путь ярче всего продемонстрировал публике — музей (!) готов (!!) к переменам (!!!) и жаждет их (!!!!).

*Эта, четвертая по счету, сказка, невозможная без трех предыдущих былин, делит общество на вечных «архаистов» и «новаторов». Из архаистов — консерваторы, из новаторов — революционеры; из музея — состоятельная арена давно за- и перепутавшихся «левых» и «правых». Что откинем на логистический гурилаг?*

*Музей — политическая и социальная арена.*

\*\*\*

Миф культурного туризма как воплощенная сумма четырех прежних легенд — особо возлюбленное дитя союза власти и музея.

Музейщики стали всерьез размышлять: можно ли к нищему музейному бюджету присовокупить небольшие доходы от туристического бизнеса.

Власти предержавшие тут же вдохновенно и радостно заявили, что у государства нет денег — содержать такое количество музеев и памятников. Гражданское общество молчаливо согласилось, сообщество музейное стоически промолчало. Никто не усомнился и не раздался ничей голос: «При нынешних-то ценах на нефть, при сегодняшнем-то стабилизационном фонде, при стократ разрекламированных положительных экономических тенденциях, при современном-то увеличении бюджета на оборону (а война все идет!) и сумм на государственную безопасность (а взрывы все гремят!) — и нет денег? А необходимое для национального наследия — даже не деньги на мороженое, это сдача с мороженого!».

\*\*\*

Итог?

Краткий итог на сегодня — дивный «Закон об АУ» (Автономных учреждениях культуры), предлагающий всем отправиться в свободное плавание, а нежелающим — лечь под власть; кастрированные уставы музеев, лишающие их права заниматься гостиничным, сувенирным, ресторанным и пр. видами бизнеса в пользу неуспевших к нефтяной вышке, газовой трубе, кимберлитовой трубке, химическому производству, наркоте, торговле оружием и прочим ликероводочным радостям; массовая травля музейного цеха, срежиссированная в августе 2006 г. очевидно заказной «эрмитажной кражей» аки дело врачей-вредителей...

Прикажете попросту?

*Парадокс о музее в аранжировке мифа культурного и музейного туризма ведет к реституции.*

*Реституция в нашей не то богоспасаемой, не то богооставленной стране — это гражданская война.*

Не навоевались?!

\*\*\*

Во-шестых... На неостывшее место «культуризма — культуртуризма» успешно приоткрылся миф сетевых проектов и проектов совместных, восторженно принятый многочисленными администрациями и всевозможными ведомствами безбрежной Федерации.

Алгоритм могучих и обширных горизонтальных связей (музей — родильный дом, музей — психиатрическая клиника, музей — райотдел МВД, музей — общество анонимных алкоголиков, музей — ЗАГС, музей — тюрьма...) странно похож на все хуже работающую экономическую модель кластеров имени Майкла Портера. Как Портер со товарищи (Марико Сакакибара, Хиротака Такеути и др.) не дает внятного ответа на вопрос — в чем же, наконец, розница и разница «кластера» — «холдинга» — «корпорации» — «консорциума» — «трансконтинентальной кооперации», лишь мутно толкуя о «стратегических и тактических выгодах и издержках вертикальной и горизонтальной интеграции», так и адепты «сетевого проектирования» не реагируют на простые вопросы:

«А что, собственно, есть сеть?»

Иерархическая система с дальним центром, вроде сети пауз, обреченная иерархии, поскольку, за сладостными пределами видимого, сеть — лишь фрагмент жестко организованной иерархической структуры с пресловутым паханом во главе?

Или равнозначная нецентрированная сеть со знакопеременными функциями каждой ячейки, где равнозначность каждой детали в сети будто бы обеспечивает недеформированность, подлинность сигнала из любой точки оной сети, в другую, типа сети рыбацкой?

И кто паук, и насколько ядовит, и кто мухи?..

А рыбарь кой?

И улов где?

Рыбой-то кто?..»

*В отражении этой грани крупного кристалла «Памяти музейных иллюзий...», в свете беспощадного исторического прожектора парадокса о музее, нам, практикам, приходится держать суровый ответ и перед успешными пока «глобалистами» и «левачествующими» пока, как и положено, ныне безвластными, «антиглобалистами».*

\*\*\*

Не секрет для неленового — музей как институция и как способ мнемотехники со всего лишь двухсотлетней историей находится в кризисе<sup>7</sup>. И кардинально осложняет ситуацию конфликт мировоззренческий, переживаемый ныне исторической наукой, краеведением и музеологией, где оголтело противостоят друг другу толкователи любого памятни-

ка как инструмента памяти и радители его как предприятия обслуживания. В результате все мы будто бы выбираем между словно бы непримиримым: «кладбище искусства» — «учреждение культуры», «лоно памяти» — «ночной клуб», «девственница» — «матрона», «фарисейство фарисея» — «фарисейство мытаря», «гроб повапленный» — «стол яств», «культуртрегерство» — «менеджмент», «вместилище национальных святынь» — «успешное торговое предприятие»...

Парадокс о музее встает перед нами сызнова, в конце XX и в начале так еще и не открытого XXI века, во всей его полноте.

И, парадоксальным образом, в свете противоречия о музее, главные враги современного российского государственного музея — Государство и Музей.

Государство: а) в отсутствии сколь-нибудь осмысленной культурной политики Федерации; б) в бивалентности имперской амбиции и демократических ценностей; в) в отсутствии — в нежелании гражданского общества; г) в лукавстве клерикализации власти, уверенно идущей от государственной религии к государственной инквизиции; д) в неуклюжем азиатском мирволении эрзацу; е) в двусмысленном положении отечественного капитала, не имеющего стимула к взаимовыгодному сотрудничеству с музеями.

Сам музей:

а) в нежелании осознать нынешний кризис музея как идеи, как мировоззрения;

б) в наивном европоцентризме и нашем неумении работать с иной исторической логикой;

в) в отсутствии не только профессиональной, цеховой солидарности, но и единства в отстаивании простейших корпоративных ценностей;

г) в высокомерии «последних святых на Руси», в апломбе эзотерического жречества;

д) в попытках преступного сговора с властью, церковью и капиталом;

е) в правовой девственности, граничащей с правовым нигилизмом.

«(...) а ведь эти еще из лучших!»

\*\*\*

Продолжая старательно путать — Веру с Религией, Свободу с Волей, Власть с Начальством, Церковь — «Небесный Иерусалим» с Церковью — социальной институцией, мы не только не разрешаем парадокс о музее, но, сладострастно пестуя мифологемы «довлеющие днесь», заводим продуктивность парадокса в трагическую неразрешимость антиномии.

P.S. Если бы однажды российское музейное сообщество и в самом деле образовалось бы, наконец, в цех, гильдию, корпорацию, то, безусловно и коленопреклоненно присягая ей, я бы тихохонько-тиохонько спросил бы президента-председателя-главу: «Монсеньор, нельзя ли назначить нашим патроном апостола Фому? Ибо, воля Ваша, "блаженны не видевшие и уверовавшие" (Ин.; 20, 29), но, ведь, и увидевшие и уверовавшие тоже нужны?..» ☞

<sup>7</sup> Кризис музея как мировоззрения...



Российские эксперты пока не пришли к единому мнению — каковы должны быть рамки и направления отечественной культурной политики. Но тревожнее другой аспект — до сих пор в нашей стране культурная политика остается предметом планов обсуждений и предложений. Немногочисленные успешные проекты в этой сфере пока остаются исключениями. В общественную жизнь культурные практики еще лишь предстоит инсталлировать, превратив их в реальность культурного процесса. О том, насколько далеко светлое будущее культурной политики в России, рассуждает философ **ОЛЕГ ГЕНИСАРЕТСКИЙ**.



## ПАМЯТИ МУЗЕЙНЫХ ИЛЛЮЗИЙ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА: НЕ СЕГОДНЯ, СКОРЕЕ, ЗАВТРА

**ОЛЕГ ГЕНИСАРЕТСКИЙ** | Руководитель Центра синергийной антропологии ГУ «Высшей школы экономики».

Я думаю, что и сегодня мы можем говорить о культурной политике скорее как о возможной и предлагаемой, чем как об институционально-реализуемой деятельности. А потому в первую очередь стоит думать об условиях вживления ее в институциональную ткань общества, о формировании спроса на нее. И об отношениях между культурной политикой и теми культурными практиками, которые могут быть инсталлированы в некоторые локусы общественной жизни для того, чтобы культурная политика могла стать реальностью культурного процесса.

### КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА: ПОКА СЕГОДНЯ

На первый взгляд все вполне благопристойно: вот культура, как пространство живой культурной активности людей; вот культурная политика, предлагающая программы изменений в сфере культуры; и вот культурология, для которой процессы, протекающие в культуре, являются объектами научного изучения.

Казалось бы, мы вправе ожидать, что у тех, кто многие годы занимался вопросами культурной политики, можно обнаружить достаточно продвинутое видение культуры, как таковой; и притом приуроченное именно к культурно-политической позиции. Казалось бы, но, увы!

Сам термин «культурная политика» приобрел хождение в англо-американской словесности задолго до распространившегося в Отечестве проектно-стратегического энтузиазма. Но подразумеваемая в этом термине отсылка к «политическому» осталась слишком уж путано неопределенной. Особенно в нашей российской ситуации. Грубо говоря, в наших разговорах о культурной политике речь по преимуществу идет о разработке/реализации культурных проектов и программ, а вовсе не политических предпосылках институционализации культурно-политической

активности. Таково положение дел, привычно объясняемое сужением пространства свободной политической активности в стране.

Поспешный перескок от поименованной рубрики «культурная политика» к разработке культурных проектов и программ, минуя ценностные основания проектной работы, привел к тому, что подразумеваемая культурная политика оказалась «пустым местом», жестом самозванства, имя которому «креатив». Так может, правы те, кто в своей культурной практике предпочитает обходиться без упоминания о культурной политике?

Такая осторожность была бы оправданной, не будь столь интенсивным поток интервенций актуального искусства, неоконсервативных эскапад, всевластия шоу-бизнеса и претензий массового вкуса не первой свежести. Но не отсюда ли, как черт из табакерки, выстреливают жесты спонтанной политизации культуры!

В каком виде культурная политика все же наблюдаема в текущем культурном процессе? Отчетливо видны следы действующей еще сильной культурной политики 30-х годов XX в.<sup>1</sup>, — того культурно-политического синтеза, что вязался вокруг ценностей классического — европейского и русского искусства; не менее сильной культурной политики 1960-х гг., когда после возобновления преемственности с искусством 1920-х гг. полетел вперед «наш паровоз» «сильного» авангарда (в ее прото-, пост- и транс-формах). Да, мы наблюдаем проводки в жизнь программ поставангардистских и неотрадиционалистских (правда, куда более «слабых», чем обе выше названные). Но, положив руку на сердце, почти (или совсем) не видим присутствия, — а уж тем более воздействия, — тех культурно-политических программ, в разработке которых принимали участие записные специалисты по культурной политике.

Это не жалоба и, не дай Бог, не обличение, а лишь констатация положения дел. Не видно,

<sup>1</sup> О смысле и различии «сильной» и «слабой» проектности убедительно писала Г. Курьерова в забытой книге: Итальянская модель дизайна. М., 1993.

впрочем, чтобы оно особо волновало господ культур-политиков.

Политическая активность по публичной сути своей перформативна. Каков бы ни был объект приложения ее усилий и ее цели, первое, к чему стремится политика, — это обеспечить эффект своего всеприсутствия на политической сцене, в политическом пространстве. В мало-мальски открытом обществе наблюдаемость политического жеста неотделима от его сути и назначения.

В нашей политической культуре, — может быть как раз в силу ее унаследованной от советских времен гипокультурности, — процветают превращенные формы перформативности. Чем ниже реальная эффективность воздействия политики на общественную ситуацию, тем большая часть политических усилий тратится на создание формально-демонстративного эффекта присутствия. В политически регрессивной среде мало уже кто вспоминает о реалистической политике (что было бы равнозначно упоминанию о веревке в доме повешенного), но зато процветает политический шоу-бизнес всех мастей, позволяющий держать публику на коротком поводке интриги и скандала, конспирологических страшилок и прогнозируемых катастроф.

Подобного рода перформативности, разве что чуть в более мягких формах, не избежала и культурная политика, с легкостью, и не без клановой корысти редуцирующая всю культурную проблематику — к культурно-политической, и навязывающая обществу представление о своей несомненной культурной значимости и потенциальной эффективности.

К этой игре подключены и господа-заказчики концепций культурной политики (в регионах, ведомствах или общественных организациях), часто использующие эти концепции в формально-демонстративных целях — провести втихую стратегическую сессию, получить итоговый документ и с их помощью продемонстрировать свое вящее присутствие как в политике, так и в культуре.

Одним из постперестроечных последствий этой двойной игры стал призыв к отделению культуры от государства. С одной стороны, — из-за временной неспособности использовать ее в качестве идеологического орудия власти — государство фактически ушло из культуры; а с другой, культурно-зависимая часть населения предпочла вести себя в культуре предпринимательски, не полагаясь на «заботу партии и правительства». А сама культура, став ничьей землей, оказалась пространством самозахвата, приватизационных интервенций, ареной для самозванцев всех мастей... и рабочим местом новоявленных профи от культурной политики.

Вместе с тем, значимым вкладом культурной политики в текущий культурный процесс стала новая проблематизация его: те проектные смысло- и целеполагания, те концептуальные инновации, которые существенно расширили видение культурного пространства, как поля, открытого для ценностно-осознанного, интеллектуально артикулированного и культурно-экологически адекватного

действия (кто бы и с каких деятельностных, ценностных и знаниевых позиций им ни занимался).

Чтобы убедиться в справедливости этого суждения, вспомним хотя бы о новых для российской ситуации проблемах региональной и муниципальной культурной политики, о новом состоянии отношений культуры и образования, культуры и Церкви, о проблематике этнозащитных функций культуры, или о широко обсуждающихся вопросах об отношении культурных ценностей и духовных благ. И о взаимно-обратимой страсти уязвляться оскорблением своих религиозных и гражданских чувств.

Эффект расширяющегося культурного пространства интересен и сам по себе. Он имеет не только познавательное или экспериментально-творческое, но и прямое культурно-антропологическое значение. Расширенный порядок культуры — это порядок больших степеней свободы для самоопределения, для раскрытия новых человеческих возможностей, для личностного роста и родового прорастания.

После четверти века занятий этими сюжетами — в рамках Комиссии по эстетическому воспитанию СХ СССР, Теоретического клуба Московского комитета художников графиков, Культурно-экологической акции «Возрождения», и Международного конгресса «Культура и будущее России» при СК РФ, и Ассоциации «Открытый музей» — я не склонен особо полагаться на ближайшие перспективы инсталляции культурно-политических практик. И не потому только, что много дел в стране куда более насущных! А затем, что первостепенным условием ее считаю «перемены ума», медленную



публичную кристаллизацию новых когнитивных институтов, определяющих строй нашего мышления о культуре, политике и... жизни, в той мере, в какой она от них зависит.

### НАСЛЕДИЕ, ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ И РАЗВИТИЕ: СКОРЕЕ, ЗАВТРА

А жизнь не стоит на месте, и не дает держаться вчерашних раскладов и ставок. Так что еще несколько слов в навигационно-стратегическом залоге «скорее, завтра».

Кадр из документального фильма «Не проспи страну!» (2007 г., реж. И. Сидельников)

В последнее время — в каналах глобальных коммуникаций — распространяется много цивилизационных мегапроектов (экранных, музейно-памятниковых, культурно-туристических), стратегической целью которых является продвижение:

— альтернативных друг другу образов жизни (американского, дальневосточно-конфуцианского, исламского, к примеру);

— и вместе с тем, моделей конфессионально-цивилизационной идентичности, претендующих занять опустевшее место сворачивающихся «больших идеологий» индустриальной эпохи<sup>2</sup>.

Далеко не везде они нацелены на конфессионально-цивилизационную гегемонию,

**РАСШИРЕННЫЙ ПОРЯДОК КУЛЬТУРЫ — ЭТО ПОРЯДОК БОЛЬШИХ СТЕПЕНЕЙ СВОБОДЫ ДЛЯ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ, ДЛЯ РАСКРЫТИЯ НОВЫХ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, ДЛЯ ЛИЧНОСТНОГО РОСТА И РОДОВОГО ПРОРАСТАНИЯ.**

и не всегда имеют признаки имперских амбиций или радикально-революционного пафоса.

Если рассматривать эти цивилизационные мегапроекты в их совокупности, в них можно расслышать интонации скрытой, но вполне реалистической цивилизационной синергии, эффекты которой пока слабо сознаваемы, но, по нашему разумению, весьма действенны.

Для того чтобы и России вступить на это поле — с целью цивилизационного диалога и/или конкурентной борьбы, — ей придется осуществить свою культурно-экологическую капитализацию, выдвинув ряд культурно-политических мегапроектов, в рамках которых культурно-исторический опыт страны обре-

тет внятнее навигационно-стратегическое выражение и войдет в систему глобальных межцивилизационных коммуникаций.

Осознать культурное наследие, как источник развития и жизнеспособности, — значит увидеть в нем не только самобытный взгляд на мир, неповторимые обычаи образа жизни, но и ту глубинную психологию, имея в виду которую В. Семенов удачно назвал традицию «трансляцией субъективности».

В условиях интенсивного потока технологических, информационных и социально-культурных инновации (и формирования соответствующих планетарных инфраструктур), традиционные психологические культуры начинают играть доселе несвойственную им роль. Когда нагрузки на психику человека достигают порога, за которым начинается деанимация, возникает тяга к использованию тех или иных психопрактик душевного и личностного роста. Традиционные психологические культуры опознаются при этом как источники самообразов внутреннего человека, приемов самоопределения и поведения в «заличных» (трансперсональных) реальностях.

Именно этим оправдывается наше обращение к современной гуманитарной психологии и антропологии — для практико-ориентированного переосмысления проблематики личностно-родового сознания и его зрелости. Язык гуманитарных метафор, концептов и процедур позволяет каждой культурно-психологической традиции выразить себя способом, адекватным самосознанию современно образованного человека и дающим возможность соотносить концепты и процедуры одной традиции — и каждой другой.

На этом дело, разумеется, не заканчивается: именно возможность оставаться в синергично-антропологической точке согласия/несогласия открывает новые творческие и человеческие перспективы — поиска таких тем и областей общительности, совместная межцивилизационная проработка которых позволит сделать следующий шаг — к иным, неочевидным в начале, согласиям... и несогласиям.

Но это — скорее, завтра! ☞☞

<sup>2</sup> Идентичность интенциональна, но представляет собой константную, неизменяемую — на каждой фазе развития — интенцию (и практического действия, и мышления). Интенциональность же, напротив, — изменяемая, динамически-энергичная идентичность. В жизнепрактических — культурно-творческих и культурно-политических контекстах — реализуется их двоякая интенционально-идентификационная синергия.



**ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ  
ЖУРНАЛА «РОССИЙСКОЕ  
ЭКСПЕРТНОЕ ОБОЗРЕНИЕ»  
WWW.RUSREV.ORG**

**В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ:**

- комментарии ведущих экспертов;
- все номера журнала;
- полнотекстовые версии статей экспертов, опубликованные в печатной версии;
- англоязычная версия основных материалов номера
- подписка на электронную версию журнала
- база данных о российских и зарубежных «фабриках мысли»

# SUMMARIES

## **SERGEY GRADIROVSKY**

Today's state cultural policy is narrowed down to comparatively independent and poorly synchronized activity of different institutions related to cultural heritage conservation, arts, publishing, libraries and museums.

Cultures differ in their willingness to self-development. In case when the culture has a genetic code of self-unfolding — it tends to realize it in any circumstances and the function of containment is implemented not by proper culture but by existing "protecting corporations" of culture. In this case culture confronts the tradition. Such culture doesn't ignore tradition but plays with it having the knowledge about its exact place. We are seeking for precisely such culture.

## **SERGEY ZUEV**

Cultural policy and the use of culture are certain modifications of economic or political thoughts. It is an introduction of a new logic, some multiplier able to correct economic and political tactics. On the one hand, cultural policy deals with the search and reinterpretation of identity in the modern world and also with the adaptation of historically created forms and on the other hand the set of these identities is connected with the limits introduced for economic, political and social processes.

## **PAVEL LUKSHA**

New approaches developing in economics in the second part of XX century brought into challenge validity of the most of background of neoclassical economic theory. The man doesn't always act rationally; the man is changing and doesn't follow the same clichés of behavior; the man lives in the society and therefore takes into account the behavior of others. There are 2 main trends in modern economic theory following there much more human basis — institutionalism and evolutionary economy. Both make use in their research of the cultural markets as well.

The change of society and evolution of the researching science are co evolutionary processes. Establishing of a post-industrial importation society will cumulate momentum annually — this trend is obvious by now. Economy of the culture is one of the first sciences challenging the forming informational capitalism.

## **EKATERINA ZUEVA**

Game is an important way of integration into society. Dealing with the problem of surviving, settling in life and realizing inspirations each of us comes in contact with the space of the game somehow. The theatre as intermedia includes lots of other arts (music, choreography, decoration, visual arts, theatrical architecture, performance, drama) and therefore experiences the difficulties common to accelerating teenager: some vital elements are developed and others are evidently late.

Modern audience comes to the theatre to have a look at itself, understand others, comes for the idea served as an emotion, for the fuel for soul and brain sublimated where all can see it and emulged directly to the hall. Finally, the audience comes for the experience able to produce some conclusions.

## **IVAN SIDELNIKOV**

Documentary movies become now not only the witness but also a suitable tool of fight for better tomorrow. This genre knows how to point out the ranks of tomorrow, realize fire targeting painful points, break stereotypes and clichés and

throw in the society and even in the decision-making micro world bright unusual images and ideas changing the look to the object. Today clear and vivid language of documentary genre fated it to become again the instrument to enlighten the masses — from weavers from Ivanovo, office managers and presidents of Russia to those addressees who became used to one-sided contest on the informational ground of Europe during 10 last years. Global brand of Russia is still expected to be born.

## **ALEXEI LEBEDEV**

Electronic exposition is not just an interface providing access to the electronic catalogue. It has its own scenario. Some objects are prepared especially for that publication: texts, images, video and audio clips, special multimedia programs for visitors (including games) etc. Main part of electronic exposition includes stuff from museum database and all the changes and additions to the database are visualized in the system immediately. Museum allowed and accepted computers into its walls but the hardware still lives its distinct life either hesitating to take place near immortal art or being afraid of its excessive attractiveness to modern person. But the future is on such approaches.

## **MARINA YUKHNEVICH**

The Museum becomes a form of implementing the interest of very different social groups in preference to the young audience. Museum is just tailored to become "home" of cultural diversity for young people and thus reflect this specific trait of today's life confronting to the global culture and global identity. At the same time children often pay no attention to the museum and treat it with indifference because the world of kids changes faster than the museum. The situation will be changed when museum comes out to be not the storage of antiquities but the real home. However the state support is needed for that.

## **GENNADY VDOVIN**

Global computerization sharpened the paradox of museum and paradox about museum: during 2 hundred years it is promoting itself via reproduction. Paradox about museum which usually was in presentation of original work by means of limited access to it and creation of persuasive methods of its translation — now is narrowed down to the aim of replacing the principles of compiling and conserving the culture with proper creation of this culture. All these things push us to the loss of a museum as specific institute, transforming it to the club, theatre, psychoanalytic center etc. Paradox about museum arranged as myth of cultural and museum tourism leads to the restitution.

## **OLEG GENISARETSKY**

Sudden jump from cultural policy to working out of cultural projects and programs omitting axiological basis for project work led to a situation when implicit cultural policy happened to be nothing, motion of false royalty called "creative idea". May those who prefer to go without mention of cultural policy be right?

Russia is to realize its cultural and ecological capitalization, bringing to a focus the set of cultural and political mega projects, within the frames of which cultural and historical experience of the country will obtain clear navigational and strategic reflection and will enter the system of global inter-civilization communications.

# СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## **Градировский Сергей Николаевич.**

Окончил Московский государственный институт культуры в 1990 г., аспирантуру МГИК в 1992 г. Прошел обучение на богословско-пасторском отделении Свято-Тихоновского богословского института, Высшей школе психотерапии, стажировался в Школе культурной политики. До 2000 г. — журналист, работал в СМИ России и стран СНГ, главный редактор журнала «Остров Крым». В 2002–2004 гг. — председатель правления Приволжского гуманитарно-теологического института. С 2000 г. эксперт, с 2003 г. — директор Центра стратегических исследований Приволжского федерального округа. В 2000–2004 гг. — советник Полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе по конфессиональной и этнокультурной политике. Замдиректора Центра региональных исследований Академии народного хозяйства при Правительстве РФ. С 2005 г. входит в рабочую группу Экспертного Совета по подготовке председательства России в Группе восьми. Эксперт в области конфессиональной политики, демографической ситуации, государственных и общественных стратегий в области преодоления бедности и отчуждения. Автор и соавтор ряда работ в области миграционной политики и демографическим трансформациям.

## **Зуев Сергей Эдуардович.**

Окончил филологический факультет Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова и аспирантуру Ленинградского института театра, музыки и кино. С 1980 г. работал в НИИ искусствознания. Кандидат наук, специалист в области массовой культуры. В 1989 г. возглавил Школу культурной политики. Организатор многочисленных семинаров и игр по тематике культурной политики, эксперт ряда международных культурных программ. В 1994 г. стал директором Центра культурных технологий. В 1998 г. возглавил факультет «Менеджмент в сфере культуры» Российско-британского университета — Московской Высшей школы социальных и экономических наук. В 2000–2001 гг. — замруководителя научной программы Фонда «ЦСР «Северо-Запад». С 2003 г. — визит-профессор Манчестерского университета.

## **Зуева Екатерина Леонидовна.**

Окончила Челябинский государственный институт культуры по специальности «театральная режиссура». 10 лет проработала в Челябинском академическом государственном театре кукол. С 1999 г. — в профессиональной журналистике. Журналистская специализация: культура, искусство. Лауреат профессиональных наград: «Золотое перо 2002» за серию критических статей о кинофестивале «Окно в Европу», отмечена наградами за серию публикаций общественно-публицистического характера.

## **Лукша Павел Олегович.**

Окончил ГУ-ВШЭ в 2000 г. Старший научный сотрудник Института экономики РАН, кандидат экономических наук. Автор свыше 40 публикаций в российских и западных научных изданиях и монографиях по проблемам институциональной и эволюционной экономической теории. Партнер компаний Exelance и LL-Capital. Работал в ведущих международных и российских фирмах (Accenture,

Arcadis, Северсталь-авто, МДМ-Групп), в том числе на руководящих должностях.

## **Сидельников Иван Александрович.**

Окончил географический факультет Санкт-Петербургского государственного университета. С 2001 г. по настоящее время — режиссер киностудии «Леннаучфильм». Весной 2005 г. возглавил Институт альтернативных технологий. Руководит проектами «Русская карта» и «География новой России: атлас Северо-Западного федерального округа» (анализ конкурентных преимуществ Северо-Запада России в системе мирового хозяйства, формирование окружных, федеральных и международных проектов, отраслей и технологий, создание и реализация которых способна изменить социально-экономическую ситуацию в регионе).

## **Лебедев Алексей Валентинович.**

Окончил исторический факультет Московского государственного университета по специальности «История искусства» в 1979 г. Доктор искусствоведения. Специалист в области музейного проектирования, искусствознания, информационных технологий в сфере культуры, дистанционного образования. Заведующий Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии, руководитель программы дистанционного образования «Менеджмент в сфере культуры» Московской высшей школы социальных и экономических наук, директор автономной некоммерческой организации культуры «Музей будущего» (Москва). Руководитель крупных музейных проектов (Музей Московского Кремля, Третьяковская галерея, Русский музей, Царицыно и др.), соавтор ряда программ городского и регионального культурного развития. Автор книг и более 150 публикаций в научной и массовой печати.

## **Юхневич Марина Юрьевна.**

Окончила филологический факультет Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова в 1970 г. и аспирантуру Московского государственного института культуры в 1982 г. Кандидат педагогических наук. Специалист в области музейной педагогики. Ведущий научный сотрудник Российского института культурологии (лаборатория музейного проектирования). Автор и соавтор более 50 публикаций по музейной педагогике, в том числе монографий «Музей и школа. Книга для учителя». — М. 1985; «Педагогические, школьные и детские музеи дореволюционной России. М., 1991; «Детские музеи в России и за рубежом. М., 2001, «Я поведу тебя в музей. Учебное пособие по музейной педагогике. М., 2001». Автор ряда музейно-образовательных проектов и программ. Руководитель семинаров и конференций по проблемам музейной педагогики в Тольятти, Ярославле и Красноярске, Волхове и Кингисеппе, Гатчине, Ульяновске, Твери, Санкт-Петербурге, а также в городах Центральной Азии.

## **Вдовин Геннадий Викторович.**

Историк искусства, критик, журналист. Окончил исторический факультет Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова в 1983 г. Более 20 лет работает в музее-усадьбе Останкино. С 1989 г. — заместитель директора по научной работе. С 1993 г. — директор музея. История и теория русского искусства Нового времени, вопросы современной культуры и музейного дела,

методология искусствознания — основные темы опубликованных книг и более чем сотни статей. Член Президиума ИСОМ России с 2000 г., член координационного совета Ассоциации «Открытый музей», член редакционного совета альманаха «Вопросы искусствознания», член Президиума Международного общества по изучению XVIII века, автор Большой российской энциклопедии.

**Генисаретский Олег Игоревич.**

Окончил Московский Инженерно-Физический институт в 1964 г. В 1970 г. защитил кандидатскую диссертацию по философии, однако, в 1973 г. ему было отказано в присуждении степени «за нарушение ленинского принципа партийности». Доктор искусствоведения (1987 г.). Председатель правления Института гуманитарного партнерства «Путь» с 1998 г. Вице-президент Международно-

го фонда «Культура и будущее России» в 1993–2001 гг. Заместитель директора Института человека РАН в 1993–2005 гг. Президент Российской ассоциации визуальной антропологии в 1998–2005 гг. Научный руководитель Центра стратегических исследований Приволжского федерального округа (2001–2003 гг.). Руководитель Центра синергичной антропологии ГУ «Высшей школы экономики» с 2005 г. Главный научный сотрудник Института философии РАН с 2005 г. Председатель Общественного совета Института корпоративного развития группы компаний «Ренова» с 2005 г. Лауреат государственной премии в области литературы и искусства (1997 г.). Автор ряда работ (в том числе: *Дизайн и культура*. М., 1984; *Упражнения в сути дела*. М., 1993; *Поводы и намеки*. М., 1993; *Навигатор: методологические продолжения и расширения*. М., 2003).

## **АРХИВ «РОССИЙСКОГО ЭКСПЕРТНОГО ОБОЗРЕНИЯ»**

**В 2006–2007 ГГ. В СВЕТ ВЫШЛИ СЛЕДУЮЩИЕ ВЫПУСКИ «РЭО»:**

**№15 — «ЧТО ТАКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ?».**

В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНУЮ ЭПОХУ ОБРАЗОВАНИЕ ПОЛУЧАЮТ НЕ ТОЛЬКО В ШКОЛЕ И ВУЗЕ. ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО РОССИЯНИНА ФОРМИРУЕТСЯ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ЕЩЕ МНОГИХ ФАКТОРОВ: ОТ ГАЗЕТ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ, КНИГ И РЕКЛАМЫ, ДО РАБОТЫ И ХОББИ.

**№16 — «МЕНЯЮЩИЕСЯ ГОРОДА».**

ВЫПУСК ПОСВЯЩЕН АКТУАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ.

**№17 — «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ДЛЯ РОССИИ».**

ЭКСПЕРТЫ ДАЮТ ОЦЕНКУ ПЕРСПЕКТИВАМ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ ИНЖЕНЕРНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВЫСКАЗЫВАЮТ МНЕНИЯ О ТОМ, ЧТО ДОЛЖНО ЛЕЖАТЬ В ОСНОВЕ НОВОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НАШЕЙ СТРАНЫ.

**№18 — «ЭФФЕКТИВНАЯ ГРАНИЦА».**

НОМЕР ПОСВЯЩЕН РАЗВИТИЮ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ СТРАНЫ.

**№19 — «ЭВОЛЮЦИЯ ГОСУДАРСТВА».**

НОМЕР ПОСВЯЩЕН КОНЦЕПЦИЯМ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА И РАЗЛИЧНЫМ ПОДХОДАМ К ЕГО РЕФОРМИРОВАНИЮ.

**№ 20 «РОССИЯ: КАРТЫ БУДУЩЕГО».**

ЭКСПЕРТЫ ДИСКУТИРУЮТ О ТОМ, КАК ИЗМЕНИТСЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ОБСТАНОВКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРОТЯЖЕНИИ БЛИЖАЙШИХ ПОЛУТОРА ДЕСЯТИЛЕТИЙ.

**№21 «ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ НАУКИ».**

НОМЕР ПОСВЯЩЕН ПРОБЛЕМАМ, ПЕРСПЕКТИВАМ И НАПРАВЛЕНИЯМ РЕФОРМИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ НАУКИ.

**№22 «УДОБНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОРОД».**

ЭКСПЕРТЫ ОБСУЖДАЮТ, КАК СДЕЛАТЬ ГОРОДСКУЮ СРЕДУ КОМФОРТАБЕЛЬНЕЕ.

**ОЗНАКОМИТЬСЯ С ПРЕЖНИМИ НОМЕРАМИ «РЭО» И ПОДПИСАТЬСЯ НА ЭЛЕКТРОННУЮ ВЕРСИЮ ИЗДАНИЯ МОЖНО НА САЙТЕ [WWW.RUSREV.ORG](http://WWW.RUSREV.ORG)**

**Если Вы или Ваша организация хотите бесплатно  
получать электронную версию журнала  
«Российское экспертное обозрение», пожалуйста,  
заполните форму и отправьте ее нам по факсу,  
почте или на адрес электронной почты.**

**«Российское экспертное обозрение»  
(Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад»).**  
**197022 Санкт-Петербург,  
пр. Медиков, д. 5, офис 421.  
Тел./факс: (812) 380-03-20  
E-mail: [rusrev@csr-nw.ru](mailto:rusrev@csr-nw.ru)**

**И М Я**

**Ф А М И Л И Я**

**О Р Г А Н И З А Ц И Я**

**Д О Л Ж Н О С Т Ь**

**П О Ч Т О В Ы Й   А Д Р Е С**

**Т Е Л . / Ф А К С**

**Е - М А И Л**



**РЕДАКЦИЯ  
«РОССИЙСКОГО ЭКСПЕРТНОГО  
ОБОЗРЕНИЯ» ПРИГЛАШАЕТ  
К СОТРУДНИЧЕСТВУ АВТОРОВ.**

**ВАШИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**НАПРАВЛЯЙТЕ ПО АДРЕСУ:**

**197022, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,  
ПР. МЕДИКОВ, Д. 5, ОФИС 421.**

**ФАКС (812) 380-03-20.**

**ТЕЛ. (812) 380-03-20 (ДОБ. 132, 133).**

**E-MAIL: [RUSREV@CSR-NW.RU](mailto:RUSREV@CSR-NW.RU)**

Формат 210x297. Бумага офсетная. Тираж 400 экз.  
Печать офсетная. 10 печ. л.  
Распространяется бесплатно.

Отпечатано в типографии ООО «Политехника-сервис».  
Санкт-Петербург, Инженерная ул., д. 6.