

## Восприятие современного искусства в обществе: Часть 2

# ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОПОНИМАНИЯ

*Исследование ЦСП «Платформа» в партнёрстве с ARTLIFE Academy*

Понимание современного искусства часто требует усилий, самообразования. Запрос на это есть далеко не у всех – в обществе доминирует утилитарное отношение к искусству как способу отвлечься (**22%**) и как к источнику позитивных переживаний (**30%**).

Особенности функционирования арт-среды - с одной стороны, и ее освещения медиа - с другой, создают образ сложного, агрессивного искусства. При этом опыт контакта с современным искусством в его разнообразии у широкой аудитории отсутствует.

У значительной части опрошенных выражен интерес к тем или иным форматам знакомства с искусством: **37%** хотели бы посетить выставки в сопровождении легкого доступного рассказа, **35%** побывать в мастерской художника, **24%** поучаствовать в мастер-классе. Но эта аудитория в значительной степени воспроизводится, современное искусство интересно тем, кто уже имеет опыт знакомства с ним.

Задачи расширения зрительского опыта популяризации современного искусства комплексны. С одной стороны, это просветительская работа в новых форматах. С другой, насыщение публичного пространства, повседневной жизни человека искусством. Даже не проявляя самостоятельного интереса к искусству, человек интересуется разными областями культуры, потребляет вещи и впечатления. А чаще всего столкновение с искусством происходит в городском пространстве (**55%** опрошенных).

При поддержке



ARTLIFE  
ACADEMY

**Период проведения:**

Август-сентябрь 2020 г.

**Используемые данные:**

1) 15 экспертных интервью с представителями современной культуры:

- художники, скульпторы
- галеристы
- искусствоведы
- кураторы
- экскурсоводы

2) Данные онлайн-опроса OMI: 1000 респондентов старше 18 лет, проживающие в городах Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург. Август 2020 года.

3) Индивидуальные биографические интервью с любителями современного искусства.

В первой части доклада была проанализирована проблема стереотипов, окружающих современное искусство, дистанция между ним и массовой публикой.

Сегодня в средах, связанных с развитием искусства, звучит запрос на поиск пути к широкой аудитории, подходов к ней, средств популяризации.

Особенности запроса на искусство широкой аудитории задают два направления работы:

- насыщение искусством общественной среды, его проникновение в повседневную жизнь;
- расширение опыта, представлений о вариативности современного искусства, различных стилистических, которые, в том числе, отвечают запросу аудитории, ищущей «дружелюбного» искусства; стратегия популяризации современного искусства, основанная на сочетании просвещения и опыта.

Вторая часть доклада нацелена на то, чтобы ответить на ряд вопросов о месте современного искусства в жизни горожанина.

- Где человек чаще всего сталкивается с искусством? Каково место современного искусства в повседневности человека?
- Каков эстетический запрос массовой аудитории, и как она его реализует?
- По каким причинам современное российское искусство неизвестно российской аудитории?
- Как, через какие каналы и медиаторы привлечь интерес массовой аудитории к современному искусству?

\*\*\*

Для изучения была выбрана общественная среда мегаполисов с наиболее насыщенной культурной жизнью и наибольшим количеством площадок современного искусства – Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург. Исследование включило в себя опрос населения, серию интервью с экспертами сферы и ценителями современного искусства.

Доклад подготовлен Центром социального проектирования «Платформа» при поддержке ARTLIFE Academy.

Важно не только рассказывать о современном искусстве, но и расширять контекст, создавать среду, в которой за искусством не идут, а оно присутствует в жизни. Один из способов – создание новых форм экономического бытования современного искусства: внедрение современного искусства в пространство города посредством муниципального заказа, малые формы, доступные для небогатого потребителя, распространение через сеть.

**Евгения Сероусова, искусствовед, заместитель начальника отдела новейших течений Русского музея**

В нынешних реалиях государство мало эффективно финансирует музеи. Возможно, это и хорошо. Дело вот в чем, когда музеи начинают спонсироваться госинституциями целиком и полностью, то начинают применять к их работе определенные рекомендации и вводить регламентированные нормативы, в рамках которых должен функционировать музей. В таких условиях деятельность музейных сотрудников с точки зрения выполнения кураторских задач сильно ограничивается, в то время как куратор – свободный творец подобно художнику. От чего страдают многие кураторские проекты и как следствие не дотягивают до эффектного и интересного результата, который мог бы заинтересовать куда больше людей, нежели традиционный показ. Ведь куратор — это творческая профессия. Он показывает актуальное искусство таким образом, чтобы это выглядело наиболее выгодно и интересно для посетителя. Государственное финансирование ведет к легкой консервации задач куратора.

**Дмитрий Готов, художник, арт-критик**

Да, современное искусство может интегрироваться в повседневность, но для этого должна возвращаться особая культура потребления художественных предметов. Теоретически это могло бы быть перспективно, но такая культура возвращается постепенно. У нас ее нет. Я не знаю ни баров, ни гостиниц, которые были бы украшены хорошими произведениями современного искусства. Там висят похожие на современное искусство декоративные вещи. Теоретически тезис о том, что современное искусство должно преобразовывать офисы и рестораны, звучит хорошо, на практическом уровне необходимо изменить атмосферу вокруг современного искусства.

В первой части доклада мы констатировали проблему непонимания и отторжения современного искусства, причиной которого является отсутствие опыта контакта с ним у значительной части населения, даже если мы говорим о мегаполисах.

Выявленная в ходе экспертных интервью проблема популяризации современного искусства – узость понимания искусства в обществе, сводящая его к музейной экспозиции, галерее или частным коллекциям рафинированных ценителей. Обычный человек не живет в нем. Однако контакт с современным искусством может быть не изолированной областью опыта, а частью повседневной жизни человека.

Чаще всего столкновение с искусством происходит не в музее, а в городском пространстве. Пространство – естественная форма бытования современного искусства.

**Если говорить о вашей повседневной жизни, то где вы сталкиваетесь с искусством?**

Внешний вид города, архитектура	55	<p>Аудитории отличаются сферами своего опыта.</p> <p><b>Женщины</b> восприимчивей к эстетике в городском пространстве, интерьерах, гастрономии, одежде. Чаще обращаются к литературе, ходят в театр, на выставки.</p> <p><b>Мужчины</b> чаще находят искусство в кино, технологиях.</p> <p><b>Молодежь</b> – в музыке, кино, фото, одежде.</p> <p><b>Более зрелая аудитория</b> – в литературе, театре, на выставках.</p> <p><b>Чем менее обеспечена аудитория, тем она реже в повседневности встречает и замечает искусство.</b></p>
Музыка	47	
Кино, мультипликация	47	
Литература	42	
Фото	40	
Театр	37	
Выставки произведений искусства	36	
Мебель, декор для дома	36	
Кулинария, еда	30	
Одежда	30	
Дизайн интерьеров	29	
Технологии, дизайн техники	26	
Реклама	19	
Нигде не сталкиваюсь	2	
Затрудняюсь ответить	3	

Даже не проявляя самостоятельного интереса к искусству, человек интересуется разными областями культуры, потребляет вещи и впечатления. Самыми массовыми областями культуры являются киноискусство и музыка. Они интересны и тем, кто не любит современное искусство. Эти области отличает смыкание с повседневностью, они не выделяются, а являются ее частью. И интерес к искусству может прорасти через эти сферы опыта.

**Анастасия Богомолова,  
художник**

Влияние искусства на пространство — это двусторонний процесс. Есть много примеров, как искусство может повлиять на обстановку, на восприятие места. Среди них и изменения районов, где проходят фестивали стрит-арта, уличного искусства. Множество примеров, когда рабочее пространство становится родным, близким, комфортным, благодаря искусству. Например, знакомый разметил инсталляцию уральской художницы Ани Черепановой в одном из коридоров своего офиса, изменив отношение к этому пространству у сотрудников своей компании — они стали больше времени проводить в этом месте за общением и обменом идеями. Важно и то, как люди пытаются украсить, преобразовать свое жилище, показывающее их желание быть рядом с искусством. Людям кажется, что постеры в IKEA самое доступное искусство для них, но они не знают, что работы молодых художников могут стоить столько же, но ещё и со временем прибавлять в цене. Нам всем нужно соседство с искусством, чтобы наше пространство было более комфортным, давало нам почву для мыслей и отвлечение.

**Евгения Сероусова,  
искусствовед, заместитель  
начальника отдела новейших  
течений Русского музея**

Современное искусство может существовать в форме, доступной потребителю со средним достатком. У меня самой есть такой проект. Я обратилась к художникам с хорошим (по моей оценке) художественным и инвестиционным потенциалом, с которыми у меня сложились дружеские отношения. Со многими из них я договорились о лимитированной демократичной линейке искусства, бюджет которого не выходит за сто тысяч рублей, например. Есть хорошие произведения стоимостью 15 тысяч рублей.

**Что из перечисленного больше всего вам интересно в современной культуре?** (Приводится ТОП-5 ответов, % опрошенных, до 5 вариантов ответа)

	В среднем	Интересуются современным искусством	Считают современное искусство непонятным
Кино	54%	55%	55%
Музыка	50%	54%	47%
Литература	36%	37%	37%
Кулинария, еда	33%	31%	36%
Фото	31%	32%	30%

Обычно человек интересуется несколькими сферами и можно выделить среди населения сегменты с более выраженным интересом к определенному набору сфер — различающимся профилем культурного потребления. Через эти области современное искусство может входить в их жизнь.

**Сегменты населения с разными интересами<sup>1</sup>**

Кино, мультипликация	30%	Молодая аудитория отличается более выраженным интересом к музыке, технологиям, моде, компьютерной графике, играм, дизайну;
Стиль одежды, интерьеры, дизайн интерьера, декоративное искусство и т.д.	18%	
Технологии, компьютерные игры, дизайн, современная архитектура, дизайн техники, автомобили и т.д.	17%	более зрелая аудитория — к литературе, изобразительному искусству, театру.
Классическое изобразительное искусство, скульптура, театр и т.д.	16%	
Уличное интерактивное искусство, красивый яркий город, дизайн	12%	
Искусство, возрождающее традиции, история, декоративно-прикладное народное искусство	8%	

Важная форма бытования искусства — повседневное потребление. Более половины опрошенных покупают для дома элементы декора, и искусство фактически является частью их жизни.

<sup>1</sup> Кластерный анализ на основе вопросов: «Что из перечисленного больше всего вам интересно в современной культуре?», «С какими утверждениями о личных предпочтениях вы полностью согласны»

**Дарья Камышникова, куратор,  
художник, дизайнер,  
руководитель Школы  
современного искусства  
«Свободные мастерские»**

В Швеции около 50 лет назад художники для популяризации современного искусства организовали широкую продажу хорошей недорогой графики. В результате в огромном количестве шведских семей висят произведения, купленные в рамках этой программы. Шведы живут и растут среди современного искусства. Политики, выросшие в таких семьях, воспринимают искусство нормально, естественно. Для всех госучреждений закупаются произведения живущих художников. И вся шведская жизнь проникнута очень неплохим искусством. Но это комплексный процесс. Искусство должно стать частью жизни, и тогда естественным образом придет и государственная поддержка, и всенародная любовь.

**Дмитрий Врубель, художник**

Сделать экспозицию – это физически тяжелая работа, в том числе очень долгий процесс согласования с музеем или галерей, трудности с удержанием зрительского внимания, переводами на языки зрителя. И VR – это, конечно, выход и в целом удивительная вещь, когда возвращаешь не просто прошлое, а навсегда потерянное, ещё и в улучшенном виде. Возможности, которые дает VR, они колоссальны и, конечно, важны для всего мира, особенно в области искусства, образования в нем. В искусстве очень важен размер, пространство, и VR позволяет нам видеть любое искусство объемным, полномасштабным. VR – это мир такой же, как офлайнный, и там должны быть музеи с традиционным искусством, залы современного искусства, персональные залы и т.д., выстроена история искусств.

Что из нижеперечисленного вам приходилось покупать за последние пару лет для украшения своего дома или рабочего пространства? (% опрошенных, любое число ответов)

Декоративные элементы для украшения дома – подвески, статуэтки, подсвечники, вазы, светильники, декоративная посуда и т.д.	55	Женщины в целом чаще мужчин уделяет внимание декору.
Фотографии, постеры	28	
Ничего из вышеперечисленного не покупал(а)	27	Молодежь отличается большим интересом к фото, постерам.
Репродукции картин	18	
Оригинальные (авторские) картины, статуэтки	18	
Другое	2	
Затрудняюсь ответить	4	

Таким образом, современное искусство в разных формах может быть доступно всему населению. Ключевой задачей популяризации современного искусства является его включение в повседневную жизнь человека. Ее невозможно решить, не включив искусство в экономический оборот. Поэтому целевым образом популяризации современного искусства становится **создание устойчивых и разнообразных форм его экономического бытования**. Выделяется несколько трендов.

**Одомашнивание искусства**

Один из барьеров на пути популяризации современного искусства – представление о его элитарности, вызванное дороговизной произведений. Это делает искусство недоступным для потребителя даже со средними доходами. Произведения могут существовать в доступных для массового покупателя формах.

Выявлены следующие решения:

1. мерчандайз – тиражное производство произведений для домашнего использования;
2. тиражная графика, шелкография и другие способы копирования;
3. черновики – продажа набросков, эскизов, заготовок – основы будущих произведений высокой стоимости;
4. малая форма – произведения современного искусства, специально создаваемые для домашнего использования. Соответствующий опыт в масштабах страны реализован в Швеции;
5. маркетплейсы. Отмечены площадки, на которых можно покупать произведения современного искусства по доступным ценам. Например, как инструмент взаимовыручки на карантине среди художников возникло движение «Шар и Крест». В нем участники продают друг другу графические и живописные работы по небольшим ценам.

**Сетевой тренд**

Рост экономики впечатлений обеспечивается сегодня технологиями персональной доставки (подписной контент, рау per view и т.п.). Они решают проблемы монетизации и массового проникновения продукта.

### **Николай Полисский, художник, основатель арт-парка Никола- Ленивец и Архстояния**

Очень много людей стало чаще интересоваться искусством, появилось больше зрителей, и это не элитарная публика. Это народ, который приходит «потреблять» искусство. Наша страна - огромна, красива, неустроена, порой засрана. В ней можно было бы сделать очень много при объединении художников, людей с деньгами, народа. Когда значительная часть народа вдруг объединяется для того, чтобы прославить место, привлечь туристов, тогда им помогают финансово и образуется новая точка притяжения. Такая же точка может появиться и через тысячу километров, и они начнут взаимодействовать. Это суперсовременная идея, особенно для больших стран, где есть депрессивные места и искусством можно поднять территорию. Искусство становится такой индустрией. Но нужен вождь, провокатор, который сможет поднять людей, — это самое сложное

Несмотря на то, что произведения художников в потреблении оказывается периферийными по отношению к кино, видеоиграм и другим видам тиражируемого визуального контента, в современном искусстве намечается тренд на поиск экономических форм, альтернативных аукционам. Проинтервьюированные представители отрасли говорят о снижении влияния аукционного фактора на доходы современных художников.

Ключевая тенденция, которая, по мнению экспертов, будет только усиливаться, — повышение финансовой независимости художников за счет использования сетевых механизмов монетизации. Особо успешным художникам социальная сеть сегодня заменяет институт кураторства, экспертизы и меценатства. Оптимальные технологии работы с аудиторией поклонников искусства в сети — предмет отдельного исследования.

Одно из предлагаемых технических решений — внедрение технологий VR. Они не только способствуют популяризации искусства, но выступают в роли ключевого источника либерализации, открывая доступ различным группам населения, которые по тем или иным причинам (географическая удаленность, различия в уровне дохода и т.д.) удалены от современного искусства.

#### **Выход на улицу**

Искусство может не только встречаться человеку на улице, но и быть инструментом развития территории, как на локальном уровне, так и в региональном и даже межрегиональном масштабе. Оно выступает инструментом формирования смешанных сообществ, объединяющих местных жителей и поклонников современного искусства. Пример такого подхода — фестиваль и резиденции в деревне Никола-Ленивец Калужской области.

Сложилась работающая форма экономического бытования современного искусства в городах — муниципальный заказ. Власти города или района покупают произведения современного искусства, прошедшие специальный отбор, и используют их в благоустройстве. Тем самым, контакты жителей с современным искусством становятся более плотными.

Однако внедрение системы муниципального заказа в области современного искусства требует решения проблемы «инерции бульдозерной выставки» - взаимного недоверия. В административно-управленческой среде существует предубеждение против современного искусства. Высоки риски для муниципалитетов, связанные с неоднозначностью репутации современного искусства в обществе и коррупционным фактором. Положение дел, при котором любое непонимание оценки стоимости будет трактоваться публикой как коррупция, блокирует для большинства муниципалитетов возможность обращения к современному искусству в рамках программ создания комфортной среды.

#### **Корпоративный и частный заказ**

Современное искусство рассматривается как инструмент создания внутренних пространств офисов и преобразования промышленных площадок. Современное искусство качественно меняет повседневность, в том числе и в рабочем цеху. Тем самым искусство плотно входит в жизнь сотрудников компаний.

Отмечены примеры соответствующего опыта. Завод слоистых пластиков в Санкт-Петербурге, открывший на своей территории музей стрит-арта и



### **Павел Отдельнов, художник**

Искусство будет меняться, становиться другим, пытаться ставить новые вопросы и реагировать на текущую повестку дня. Оно всегда будет если не полным, то хотя бы непрямым отражением процессов, происходящим в обществе. Возможно, в ближайшие 10 лет будут происходить прогрессивные изменения в политике, но пока мы наблюдаем консервативный откат. И искусство, с одной стороны, может отреагировать на это критически, а с другой – попасть в поток консервативного движения. Неизвестно к чему это приведет, но большие изменения в обществе обязательно отразятся на искусстве. В редком случае искусство обгоняет время, выступает как движущая сила. В основном оно отвечает и реагирует.

### **Дарья Камышникова, куратор, художник, дизайнер, руководитель Школы современного искусства «Свободные мастерские»**

В настоящее время культура оборачивается к рукотворности, снова подъем связанных с ней медиумов. Думаю, ещё какое-то ближайшее время это и дальше будет вызывать интерес. Востребовано ощущение чужда прикосновения художника. Он ведь такой же человек, просто немного иначе переживающий проблемы, которые волнуют каждого из нас, социальные, политические, эмоциональные. У молодых художников, как и людей в начале своего жизненного пути, фокус на самоидентификации, поиска места в жизни и многое другое, очень милое и нежное. Важно, что если художник цельный, сильный и талантливый и сейчас он делает то, что не очень востребовано, не остро актуально и как-то странно, в какой-то момент все может перевернуться и обществу станет интересно то, что делает он.

компания «Верофарм», использовавшая современное искусство, как при создании офисных пространств, так и на производственных площадках. Современное искусство стало частью интерьера, пространство было облагорожено и стало местом общения для сотрудников.

Перспективным направлением эксперты считают использование современного искусства в кафе, ресторанах, коворкинг-пространствах. Современное искусство хорошо подходит для создания третьих мест (не работа и не дом) именно по причине гибридности формата таких заведений.

### **Государственный заказ**

Глубина проникновения современного искусства в российские музеи признается экспертами недостаточной. Музеи, превращенные в креативные хабы, могли бы стать для горожан проводниками в мир современного искусства, но у них очень мало денег на покупку произведений. Увеличение финансирования на покупку произведений современного искусства – желательная роль государства в глазах артсообщества. Ее сложно исполнить, не отказавшись от роли заведомого скептика.

Кроме того, потенциальное сотрудничество с ним вызывает у художников опасения. Они не видят в государстве арбитра в отношениях между искусством и обществом. Со стороны арт-сообщества сильны ожидания, что любые связи с государством чреваты необходимостью принимать цензуру и выражать прогосударственную точку зрения. Обострены риски деградации арт-сообщества в результате кооперации с государством. Как возможное негативное следствие отмечается самоцензура:

- со стороны художников – желание доходить до зрителя, выставляться в галереях и в результате смягчение «углов», использование менее острых выражений;
- со стороны меценатов – страх вкладываться в актуальные работы на фоне государственного тренда на консерватизм. Крупное меценатство, так или иначе, учитывает интерес государства и социально одобряемые позиции. В результате в сфере культуры крупнейшие пожертвования идут на храмы, памятники, военно-исторические мемориалы. Современное искусство, появившееся как вызов традициям, не вписывается в этот тренд.

## ПУТЬ ЧЕЛОВЕКА К ИСКУССТВУ

У части аудитории выражен интерес к различным форматам знакомства с искусством. Однако эта среда в значительной части воспроизводится. Для ее расширения важны новые подходы. Особенно важно полноценное внедрение современного искусства в вузовскую и школьную программу.

### Дмитрий Врубель, художник

Современное искусство, к сожалению, оказалось на обочине развития современных креативных индустрий, потому что не понятно, как его масштабировать. В старом мире есть оригиналы и копии. Выигрывает тот, у кого больше зрителей. Или тот, у кого зрителей нет, но на кого обратил внимание банкир и сказал: мне лично это жутко нравится, и я хочу это поддержать. Сегодня банкиры уходят на второй план, а масштабировать современное искусство через условный Netflix невозможно.

### Анастасия Андреева, организатор фестиваля современного искусства ARTLIFE Fest

К счастью, абсолютно у всех художников есть возможность развиваться самостоятельно без аукционов, очень много инструментов. Бизнес создает коллаборации с художниками. Для первых это возможность повысить лояльность клиентов, для вторых – популярность.

У каждого есть социальные сети, которые позволяют самостоятельно монетизировать творчество. Даже у тех, кто покупает искусство в аукционном доме, тоже есть инстаграм, интернет. Однако здесь все зависит от художника – он должен грамотно подойти к маркетингу и своему продвижению, создать команду.

Помимо насыщения искусством повседневности можно дополнительно работать над репутацией современного искусства в обществе и просвещением аудитории.

В обществе можно выделить несколько типов понимания искусства и запроса к нему. Наиболее распространенные – это утилитарное отношение как **способу отвлечься** и как к источнику **позитивных переживаний**.

### Сегменты аудитории по отношению к искусству и пониманию его роли<sup>2</sup>

Искусство – это послание. Искусство должно быть актуальным, говорить о проблемах общества, бросать вызов.	Искусство – это поиск. Искусство может быть любым, оно не должно быть красивым, гармоничным.	Искусство – это эмоции, переживание.	Искусство – это мастерство, получившее признание.	Искусство – это отвлечение, гармония, развлечение.
18%	20%	30%	10%	22%



Интерес к современному искусству выше

Интерес к современному искусству ниже

Современное искусство разнообразно, в нем есть работы, отвечающие любому из представленных запросов аудитории. Но публичный образ современного искусства в значительной степени определяется либо шокирующими, либо концептуально сложными, требующими усилий для понимания работами. Они формируют стереотип о современном искусстве как чуждом и непонятном, отталкивая значительные сегменты аудитории, ищущие отвлечения, эстетики, положительных переживаний.

1. Арт-среда действительно производит часть работ непонятных, раздражающих массовую публику.

Конкурентность среды стимулирует художников искать наиболее быстрые способы привлечения внимания, получения известности, создает соблазн использовать приемы провокации.

Кроме того, современное искусство оказывается в восприятии тесно связанным с политизацией. Оно открылось массовому потребителю в период тектонических политических сдвигов Перестройки и 1990-х годов, поэтому его якорный потребитель не в последнюю очередь ждет протестного духа. Важно, что в этот период сложилась и

<sup>2</sup> Сегментация аудитории сделана на основе кластерного анализа по набору утверждений, отражающих разные взгляды на эстетику и социальную роль искусства, например, «Искусство не обязательно должно быть красивым», «Искусство должно бросать вызов, шокировать» и др.



### **Павел Отдельнов, художник**

Нужно начать говорить о проблемах, поднимаемых современным искусством, интересных жителям малых городов, а не только про Дэмьена Херста, фантастические цены и аукционы. Такие рассказы только раздражают. Необходимо начать рассказывать о современном искусстве в школе на уроках ИЗО, по радио, телевизору. Уже есть программа «Культура», которая хотя бы немного это делает, но она не может вместить в себя всё, должны быть и другие каналы, программы. Если мы говорим о малых городах, то должны понимать, что основной канал информации для них – это по-прежнему телевизор, доступное для многих средство связи.

### **Мария Калинина, исследователь, независимый куратор и преподаватель, член редакционного совета «Художественного журнала»**

Сегодня в нашей стране интерес к современному искусству существует, и он возрастает с каждым днём. Появляется новое амбициозное поколение коллекционеров, которое старательно следит за тем, что появляется на рынке нового. В основном они присматриваются к более молодым авторам, которые доступны им по цене. Художественный рынок в России достаточно развит, но достоверных данных о его состоянии получить, думаю, довольно сложно. Так как художественный рынок – сложно устроенный организм, зачастую функционирующий в серой зоне. Можно сказать, что законодательно эта сфера мало осмыслена. При этом надо понимать, что галеристы – основные двигатели рынка, которые формируют основные потоки и направления развития экономики в искусстве.

ориентация на зарубежную аудиторию, ожидающую от российского актуального искусства острого политического контекста. Сегодня это не соответствует ожиданиям широкой внутренней аудитории.

2. Медиа с широким охватом проявляют интерес к современному искусству преимущественно в тех случаях, когда оно продуцирует скандал и является вызовом – морали, здравому смыслу обывателя.

Эту ситуацию определяет отсутствие у значительной части аудитории понимания вариативности современного искусства. В первой части доклада приводятся данные, свидетельствующие, что аудитория не знает современных авторов ни в мировом, ни в российском контексте.

**Есть ли такие личности, работы, произведения, которые сразу приходят вам на ум, когда мы говорим «современное искусство»? (открытый вопрос, любое количество ответов, % опрошенных, приводятся ответы, набравшие больше 1%)**

Варианты ответа	% опрошенных
Бэнкси	6%
Казимир Малевич	4%
Никас Сафронов	3%
Зураб Церетели	3%
Энди Уорхол	3%
Остальные имена	2% и менее
<b>Затрудняюсь ответить / ничего не приходит в голову</b>	<b>65%</b>

Большинству просто негде встретиться с современным искусством в его разнообразии. Причины этого комплексны:

- консерватизм традиционного образования, как специализированного художественного, так и общего; современное искусство не представлено в учебных программах, и эта ситуация воспроизводится в новых поколениях, так как в подготовке педагогов также не предусмотрено курсов об актуальном искусстве;
- герметизация арт-среды, «андеграундный характер», обуславливают слабость компетенций по работе с широкой публикой; большая часть происходящего в ней неизвестно широкой аудитории, а в массовую повестку имеют шанс попасть создающие скандал произведения;
- концентрация в галереях, узкая распространенность на доступных для населения площадках;
- сложные отношения с государством, порой переходящие в эстетико-риторическое противостояние, недоверие художников государству и государства современным художникам; как следствия – государство почти не проявляет интереса к популяризации современного искусства, оно слабо представлено на рынке официального городского public art.

Сегодня у значительной части аудитории выражен интерес к тем или иным форматам знакомства с искусством. На первый план выходит запрос на сопровождение с легким, интересным рассказом, а также на вовлекающие аудиторию в действие форматы, позволяющие увидеть процесс создания или поучаствовать в нем. И чем моложе аудитория, тем более она заинтересована в интерактивности при знакомстве с новым.

**Дмитрий Готов, художник,  
арт-критик**

Становится все больше премий, все больше галерей, все больше площадок каждый год. Это несопоставимо с тем, что происходило в 1990-е годы. Но большой вопрос, способствуют ли эти действия концентрации содержания. Следующий вопрос с точки зрения рынка – тотальное отсутствие финансирования музеев на закупку произведений. Если вы посмотрите, что приобрел за последние 30 лет Русский музей, Третьяковка, Пушкинский, Эрмитаж из современного искусства, это будет более чем жалкое зрелище. Просто нет такой графы – финансирование таких покупок. Это с точки зрения рынка создает очень пагубную ситуацию. Ведь музеи могли бы приобретать работы, которые не приобретаются для украшения интерьеров.

**Мария Калинина,  
исследователь, независимый  
куратор и преподаватель, член  
редакционного  
совета «Художественного  
журнала»**

Современное искусство необходимо преподавать и объяснять в начальных классах, а лучше и раньше. На самом деле, ничего сложного в нем нет, другое дело, что найти точные объяснения художественных концепций порой бывает действительно непросто, но это и есть задача хорошего преподавателя. Специальный же жаргон оставим профессионалам (искусствоведам, кураторам и прочим деятелям искусства), которые понимают друг друга с полуслова. Этот язык действительно недоступен для человека извне. Повторюсь, что самую сложную концепцию современного искусства можно описать и простыми словами и перевести на популярный язык доступный каждому.

Обращает на себя внимание тенденция – **запрос, в основном, транслируют люди с уже имеющимся опытом** посещения выставок, мастер-классов. Задачи продвижения искусства – в расширении этой аудитории.

**Что из перечисленного вы бы хотели сделать?** (% опрошенных, любое число ответов)

Посетить выставки современного искусства с сопровождением гида, который может легко, доступно и интересно объяснять	37	Чем моложе аудитория, тем более выражен запрос на интерактивные форматы, чем более зрелая – на классические, одноканальные, монологичные форматы
Побывать в мастерской художника	35	
Посетить выставку(и) современного искусства	34	
Посмотреть фильм о художниках, музыкантах, скульптурах и пр. – представителях современного искусства	32	
Поучаствовать в мастер-классе, увидеть, как создается произведение искусства	24	
Послушать лекции известных людей о современном искусстве	22	
Послушать образовательный курс о современном искусстве, научиться разбираться в нем	20	
Приобрести предмет современного искусства, его репродукцию, копию для дома	16	

Эксперты отмечают, что популяризации современного искусства в значительной степени способствовал ряд площадок, привлечших новую аудиторию. Особо отмечены проекты:

- музей «Гараж» и его образовательные программы;
- пространство Винзавод и проводимые там выставки;
- поселение Никола-Ленивец и регулярно проходящие в нем фестивали.

Особенность работы этих проектов – создание моды на современное искусство, связи с образом современного, образованного жителя мегаполиса. Они сделали полуподпольное, делавшееся для своих, предметом потребления креативного класса. Относительно ряда пространств можно сказать, что произошла своеобразная «джентрификация» андеграунда.

Важно и повышение доступности лекционных форматов – развитие таких образовательных площадок, как «Арзамас», а также появление сегмента просветительских блогов, рассказывающих о современном искусстве без академизма, используя современный живой язык, юмор.

Однако этих форматов недостаточно, они аккумулируют крупную, но не значимую в масштабах всей страны аудиторию.

**Эксперты выделяют несколько ключевых направлений для расширения опыта знакомства с современным искусством у массовой аудитории:**

- создание учебной программы для вузов с привлечением ведущих критиков и художников;
- введение современного искусства в школьную программу через модули в рамках предметов ИЗО и МХК с практическим разбором произведений современного искусства. Дети и молодежь – наиболее восприимчивая к новому группа. Крупнейшие экспозиционные

### **Анастасия Богомолова, художник**

В государственных музеях работа внутри отдела зависит от степени вовлеченности всех сотрудников. Заинтересованные сотрудники отдела новых течений могут влиять на закупку работ, пополнение фонда музея. В целом необходимо увеличить бюджет на закупки муниципальным и областным музеям, в том числе современного искусства, но параллельно надо решать и проблему хранения, учитывая текущий дефицит площадей в фондах. Ещё необходимо развивать публич-арт, заказывать его разным художникам, разных поколений, городов, чтобы сами регионы выделяли на это процент из бюджета, – это способствовало бы созданию более комфортной городской среды, поддержки художников. Например, в Нью-Йорке 1% от городского бюджета тратится на публич-арт. Его заказывают классным художникам на конкурсной основе. У нас в России такого мало – к Дню города в Москве появляются матрешки, вот и весь публич-арт. Нужны арт-менеджеры, которые ходили бы к государству и частным компаниям и говорили бы: «Давайте сделаем то или это». Не просто галеристы, которым нужно, чтобы к ним пришли и купили работу художника, а именно менеджеры, которые бы заходили в разные территории – в мэрию, к компании-застройщику, к заводу.

площадки наблюдают омоложение публики, гиды отмечают, что дети готовы понимать, воспринимать современное искусство. Но их контакт с работами опосредован сегодня только родителями, что определяет воспроизводство среды, интересующейся искусством;

- создание серии обобщающих книг по истории современного российского искусства – направленное, не направленное на массовую аудиторию, но имеющее важное сопроводительное, методическое значение;
- программы на тематических федеральных и региональных телеканалах, рассчитанные на зрителей из регионов России; тематические медиапродукты, отходящие от традиционных лекционных жанров, показывающие жизнь современного искусства в городе, в быту.

Отдельная задача – превращение музея, который сегодня выполняет функцию «дома современного искусства», в коммуникационный инструмент, способствующий его популяризации. При таком подходе **музей становится креативным хабом, работающим одновременно онлайн и офлайн**. Существенную проблему здесь составляют сложные отношения музеев с государством. Де-факто именно через государственные музеи осуществляется взаимодействие между современным искусством и государством. Музей – квалифицированный посредник между государством и художником. Для популяризации современного искусства огромную роль сыграло то, что оно попало в музеи, институции. Это заставило обычных людей взглянуть на него иначе – «если это выставляется в музее, значит, оно имеет какой-то смысл, ценность». Однако, теперь очередь за музеями научить людей воспринимать современное искусство – все зависит от того, каким путем поведут посетителя по выставке. Рекомендуемый экспертами формат – смешение стилей, направлений: посетителя ведут через понятное ему, добавляя новое и непонятное.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ. ЗАЧЕМ СОВРЕМЕННОМУ ИСКУССТВУ МАССОВАЯ АУДИТОРИЯ**

В публичном позиционировании современного искусства назрел поворот от:

- монетаристского образа, сфокусированного на аукционных рекордах,
- провокации,
- доступности избранному кругу эстетов,
- к разговору с более широкой аудиторией.

Одна из причин состоит в том, что на рынке современного искусства Россия занимает скромное место. Во-первых, в последние годы наблюдался определенный откат, спад интереса к происходящему в стране после небывалого внимания к России конца 1980-х. Во-вторых, в снижении интереса видят следствие текущей международной репутации России.

При этом у современных российских художников есть огромный внутренний рынок, в значительной степени не освоенный.



Поиск массового зрителя для среды, в значительной степени обособленной, сфокусированной не на поиске массового одобрения, а на самовыражении и оценке своего круга, - противоречивый процесс. Здесь укоры в элитарности незаметно перетекают в обвинения в конъюнктурности.

Но среда с определенностью выражает интерес к новым форматам популяризации, которая может быть комплексной:

- доступный рассказ об искусстве, который задает контекст для его понимания;
- расширение опыта, представлений о вариативности современного искусства, присутствии в нем в том числе вполне «дружелюбных» для широкой аудитории направлений;
- насыщение искусством публичной среды, его проникновение в повседневность через другие сферы опыта, не связанные с целенаправленным «походом за искусством» в музей.