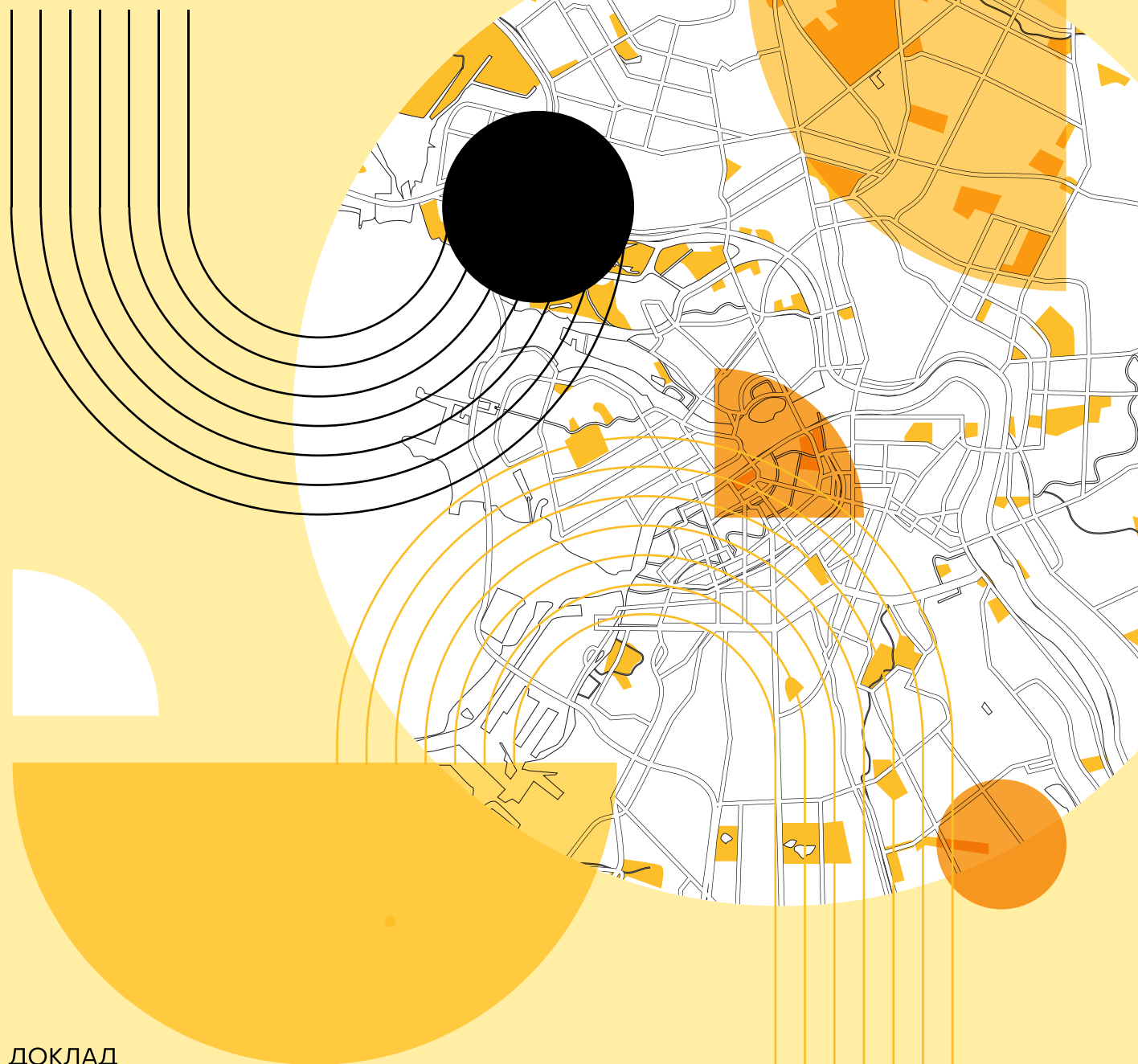


ЭКСПЕРТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДОКЛАДЫ  
О РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА.  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. ВЫПУСК 1.



ДОКЛАД

# Новая культурная география Санкт-Петербурга

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО | ВЫСТАВКИ |  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ |  
АКТУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА

Санкт-Петербург  
**2021**

## НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО | ВЫСТАВКИ | ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ  
И ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ | АКТУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА  
Экспертно-аналитический доклад

### Авторы:

**В. Н. Княгинин, М. А. Кузьмина (Катц), М. С. Мельникова, Н. В. Хвоенкова,  
Е. М. Холоднова, Д. В. Санатов, М. С. Липецкая, Е. Д. Косовер, С. И. Мулюкина**

Настоящий доклад был инициирован Фондом поддержки инноваций и молодежных инициатив Санкт-Петербурга<sup>1</sup> и подготовлен совместно с Фондом «Центр стратегических разработок “Северо-Запад”»<sup>1</sup> при участии команды Северо-Западного филиала ГМИИ им. А. С. Пушкина<sup>1</sup> на основании аналитических данных, сбора мнений, оценок и опросов экспертного сообщества.

Доклад является первым выпуском в серии «Экспертно-аналитические доклады о развитии современного города. Санкт-Петербург».

Доклад состоит из двух частей. В первой части раскрыто понятие «новой культурной географии» и проанализированы рынки новой культурной географии Петербурга, обоснована важность поддержки данной сферы для стратегического развития города, среды, бизнеса, а также предложен ряд политик по развитию направления. Вторая часть является «докладом в докладе» и посвящена развитию современного искусства в Санкт-Петербурге: представлен анализ опыта Петербурга в данной сфере в сравнении с другими мегаполисами, сформулированы предпосылки и политики, необходимые для развития современного искусства в городе.

Использованная в докладе статистическая информация преимущественно относится к 2019 году, это обусловлено существенными изменениями, вызванными пандемией. Вместе с тем данные 2020 и 2021 гг. используются в докладе для отражения произошедших изменений и фиксации разворачивающихся трендов.

В рамках одноименной проектной инициативы «Новая культурная география Санкт-Петербурга», выдвинутой в 2019–2020 гг. ЦСР «Северо-Запад» при содействии ФПИМИ, уже были реализованы: выставочный проект Paradise Engineering, 2019 (он объединил креативные пространства, музейные институции и вузы — семь художественных проектов были представлены в стенах и кампусах вузов (ГУАП, РГПУ им. А. И. Герцена)); Музейная линия, 2020 (паблик-арт-проект «33 знака» в 15 городских локациях); 2-й Кураторский форум и Art Weekend в Петербурге, включающий в себя симпозиум для профессиональной аудитории и спецпроекты: выставки в вузах — партнерах форума, видеоинтервью из мастерских художников, «Зин как выставка: Postcovid» (2020).

Доклад адресован государственным служащим и специалистам в сфере развития городов, городским сообществам, профессионалам в области культуры и индустрии дизайна.

Партнером серии «Экспертно-аналитические доклады о развитии современного города. Санкт-Петербург» выступает Корпоративный университет Санкт-Петербурга.

<sup>1</sup> ФПИМИ,  
ЦСР «Северо-Запад»,  
ГЦСИ Санкт-Петербург

Серия «Экспертно-аналитические доклады о развитии современного города. Санкт-Петербург». Под редакцией В. Н. Княгинина, Е. М. Холодновой, Д. В. Санатова и С. В. Салкуцана.

Дизайн доклада: Петрова М. И. по заказу Фонда поддержки инноваций и молодежных инициатив Санкт-Петербурга

ISBN 978-5-9909736-9-5

## **NEW CULTURAL GEOGRAPHY OF ST. PETERSBURG**

MODERN ART | EXHIBITIONS | EDUCATIONAL PROJECTS | ACTUAL CULTURE  
Expert report

### **Authors:**

**V.N. Knyaginina, M.A. Kuzmina (Katz), M.S. Melnikova, N.V. Khvoenkova, E.M. Kholodnova, D.V. Sanatov, M.S. Lipetskaya, E.D. Kosover, S.I. Mulyukina**

The report was initiated by the Innovations and Youth Initiatives Support Fund of St. Petersburg and was prepared together with the Fund "the Centre for Strategic Research "North-West" with contributions from the team of North-West branch of Pushkin State Museum of Fine Arts (The National Center for Contemporary Arts in St. Petersburg). The report is based on data analytics, collecting the views, evaluation and expert community surveys.

The report is the first in the series "Expert reports on the development of a modern city. St. Petersburg".

The report consists of two parts. The first part is dedicated to the clarification of the definition "new cultural geography" together with the analysis of its markets within St. Petersburg. It aims at justifying the importance of support in this sector, which is crucial for the strategic development of the city, urban environment, business, and suggests a number of political strategies for the sector development.

The second part is a "report in the report" and it is dedicated to the development of modern art in St. Petersburg. It presents the analysis of St. Petersburg's experience in this sector in comparison with other megacities. It suggests preconditions and different political strategies for the development of modern art in the cities.

The statistical data used in the report is mostly referred to 2019. It is due to the significant changes, caused by the pandemic. However, the 2020 and 2021 data are also used in the report to reflect the changes that have occurred and fixed the developing trends.

In the 2019-2020 framework of the self-titled project initiative "New cultural geography of St. Petersburg", that was initiated by the Fund "the Centre for Strategic Research "North-West" with contributions from the Innovations and Youth Initiatives Support Fund of St. Petersburg, the following initiatives were created: "Paradise Engineering", 2019 (an exhibition project that integrated creative spaces, museums institutions and universities. Seven art projects were presented within the following universities and their campuses - Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, The Herzen State Pedagogical University of Russia in St. Petersburg); "Museum Line", 2020 (public art project "33 signs", distributed in 15 city locations); Second Curatorial Forum and Art Weekend in St. Petersburg, comprising a symposium for professionals and special projects: exhibitions in the partner universities, video interviews from the artists' workshops, "Zine as an exhibition: Postcovid"(2020).

The report is addressed to civil servants and experts in the sector of city development, urban communities, culture and design.

The Corporate university of Saint-Petersburg is a partner of the series "Expert reports on the development of a modern city. St. Petersburg".

Series "Expert reports on the development of a modern city. St. Petersburg".

Edited by V.N. Knyaginina, E.M. Kholodnova, D.V. Sanatov, S.V. Salkutsan.

Designed by M.I. Petrova on demand of the Innovations and Youth Initiatives Support Fund of St. Petersburg

ISBN 978-5-9909736-9-5

## **В рамках подготовки была проведена серия круглых столов:**

- «Как вузы и независимые образовательные проекты влияют на развитие городской среды?»;
- «Малый бизнес в сфере культуры»;
- «Девелоперы и новая культурная география»;
- «Крупные культурные бренды в Санкт-Петербурге».

## **УЧАСТНИКИ И МОДЕРАТОРЫ:**

### **Анастасия Баранова**

управляющий директор отеля Wynwood

### **Полина Бондарева**

основатель школы Masters

### **Ксения Диодорова**

арт-директор, сооснователь студии и школы «Гонзо-дизайн»

### **Наталья Карасёва и Елизавета Зиновьева**

сооснователи проекта bigcity.art

### **Мария Кузьмина (Катц)**

руководитель Северо-Западного филиала ГМИИ им. А. С. Пушкина (ГЦСИ Санкт-Петербург)

### **Владимир Княгинин**

вице-губернатор Санкт-Петербурга

### **Роман Красильников**

директор по развитию Берггольд-центра

### **Сани Контула-Вебб**

директор Института Финляндии в Санкт-Петербурге

### **Сергей Коротяев**

руководитель креативного кластера технопарка «Ленполиграфмаш»

### **Мargarита Кулёва**

доцент Департамента социологии и руководитель отделения дизайна и современного искусства НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге

### **Семен Михайловский**

ректор Санкт-Петербургской академии художеств им. Ильи Репина

### **Дмитрий Озерков**

заведующий отделом современного искусства Государственного Эрмитажа, руководитель проекта «Эрмитаж 20/21»

### **Елена Плахтий**

генеральный директор общественного пространства «Бенуа 1890»

### **Анастасия Пацей**

директор Музея неконформистского искусства, соорганизатор просветительских проектов «Школа "Пайдейя"» и «Школа нового искусства», преподаватель СПГХПА им. А. Л. Штигица

### **Павел Пригара**

директор ЦВЗ «Манеж»

### **Ольга Профатило**

соосновательница MYTH Gallery

### **Лиза Савина**

куратор, арт-критик, учредитель Фонда культурных инициатив Sparta

### **Дмитрий Санатов**

партнер-руководитель головного офиса ЦСР «Северо-Запад»

### **Алия Сахариева**

директор Центра искусства и науки Университета ИТМО

### **Ольга Темникова**

галерист Temnikova & Kasela (Эстония), член экспертного совета Cosmoscw

### **Олеся Туркина**

ведущий научный сотрудник отдела новейших течений Государственного Русского музея, доцент СПбГУ

### **Мария Туркина**

общественный представитель АСИ по направлению «Городское развитие»

### **Екатерина Холоднова**

заместитель генерального директора Фонда поддержки инноваций и молодежных инициатив Санкт-Петербурга

### **Наталья Хвоенкова**

заведующая сектором художественных программ Северо-Западного филиала ГМИИ им. А. С. Пушкина (ГЦСИ Санкт-Петербург), программный директор Кураторского форума

### **Надежда Шереметова**

куратор, директор «ФотоДепартамента», сооснователь фестиваля «Присутствие» и инициатор онлайн-платформы «Проекция»

## **Авторы доклада выражают признательность экспертам, давшим**

**комментарии при подготовке текста доклада:** Сергею Зуеву, Дмитрию Гусеву, Федору Конькову, Алексею Онацко, Ольге Профатило, Денису Струкову, а также Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга и лично председателю комитета Сергею Корнееву.



# ОГЛАВЛЕНИЕ

Список рисунков, таблиц и кейсов	6
Введение	7
<b>Часть 1.</b>	
<b>Новая культурная география Санкт-Петербурга</b>	9
<b>1. Традиционная культурная география Санкт-Петербурга</b>	10
<b>2. Глобальные тренды</b>	13
2.1. «Культурный поворот» (cultural turn) и «культурная экономика» (cultural economy)	13
2.2. «Культурная география» (cultural geography), «новая культурная география» (new cultural geography)	13
2.3. Влияние пандемии на деятельность культурных институций и культурную географию в мире и России	16
<b>3. Новая культурная география Санкт-Петербурга</b>	18
<b>4. Новая культурная география vs традиционная культурная география</b>	25
<b>5. Значение для Санкт-Петербурга новой культуры и новой культурной географии</b>	27
5.1. Потенциал приращения новой культуры и новой культурной географии	27
5.2. Влияние новой культурной географии на рынок труда Санкт-Петербурга	30
5.3. Инвестиции в данный сектор существенно меняют облик города и городскую среду, преобразовывая заброшенные, не используемые по назначению территории	33
5.4. Кроме возможностей для города она несет риски и проблемы	36
<b>6. Какие цели и задачи могут быть поставлены в сфере новой культурной географии Санкт-Петербурга</b>	40
6.1. Стратегические задачи	40
6.2. Что можно сделать? Матрица стратегий	43
6.3. Вопросы, на которые все равно придется ответить, и факторы, которые необходимо учесть	54
6.4. Как действуем, или С чего начать?	58
<b>Часть 2.</b>	
<b>Современное искусство (contemporary art) в Санкт-Петербурге: доклад в докладе</b>	61
<b>Введение</b>	62
1. Различные стратегии политики городов в отношении современного искусства	67
2. Петербургская арт-сцена в мировых и российских рейтингах	70
3. Что мешает более интенсивно развиваться современному искусству в Санкт-Петербурге? Предпосылки для развития сферы современного искусства	73
4. Куда пойдет развитие сферы современного искусства в Санкт-Петербурге?	79
5. Культурные проекты в университетских кампусах	81
6. Опыт РФ, Москвы, Финляндии, Эстонии. Возможные проектные и организационные решения для Санкт-Петербурга	84
7. Предложения по политике развития современного искусства Санкт-Петербурга	89
Библиография	97

# СПИСОК РИСУНКОВ, ТАБЛИЦ И КЕЙСОВ

**Табл. 1-1.** Сравнение традиционной и новой культурной географии

**Табл. 1-2.** Матрица стратегий: возможность продвижения в пространстве между традиционными и новыми городскими районами, традиционными и новыми видами культурной активности

**Табл. 2-1.** Количество посетителей крупных мировых и российских событий в сфере современного искусства

**Табл. 2-2.** Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: экономика и предпринимательство

**Табл. 2-3.** Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: высшая школа

**Табл. 2-4.** Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: культура

**Табл. 2-5.** Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: туризм

**Рис. 1-1.** Карта наиболее посещаемых объектов традиционной культурной географии (ТКГ) Санкт-Петербурга

**Рис. 1-2.** Локализация размещенных в Интернете фотографий Санкт-Петербурга с помощью сервиса Flickr, 2011

**Рис. 1-3.** Топ-10 самых посещаемых художественных музеев России в 2019 г., тыс. посетителей

**Рис. 1-4.** Топ-10 самых посещаемых парковых комплексов, ландшафтных, историко-архитектурных музеев, кремлей России в 2019 г., тыс. посетителей

**Рис. 1-5.** Распределение записей cultural turn и cultural economy в Google Scholar по годам, 1994–2020, ед.

**Рис. 1-6.** Распределение записей, связанных с cultural geography и new cultural geography в Google Scholar по годам, 1994–2020, ед.

**Рис. 1-7.** Результаты опросов, характеризующих культурное потребление американских миллениалов и более старших поколений

**Рис. 1-8.** Мотивы участия американских миллениалов (в возрасте от 18 до 36 лет) в «живых мероприятиях»

**Рис. 1-9.** Доля американских миллениалов (в возрасте от 18 до 36 лет), демонстрирующая характерное для экономики опыта потребление

**Рис. 1-10.** Средняя «продолжительность жизни» креативных и культурных пространств в Санкт-Петербурге в 1989–2019 гг., лет

**Рис. 1-11.** Оценка динамики количества организаций и их специализации на территории 20 креативных пространств Санкт-Петербурга

**Рис. 1-12.** Количество площадок и проектов современного искусства в Санкт-Петербурге по годам (учитывались действующие по настоящее время)

**Рис. 1-13.** Распределение объектов раздела «Креативный Петербург» на портале «Петербург 24» по категориям

**Рис. 1-14.** Наиболее известные ресторанные улицы Санкт-Петербурга (число заведений в целом, ед. на 100 м улицы)

**Рис. 1-15.** Карта наиболее известных объектов новой культурной географии (НКГ) Санкт-Петербурга

**Рис. 1-16.** Локализация культурных индустрий в Санкт-Петербурге

**Рис. 1-17.** Распределение финансирования мероприятий государственных подпрограмм

**Рис. 1-18.** Оценка выручки 20 основных объектов новой культурной географии Санкт-Петербурга (2019 г., млрд руб.)

**Рис. 1-19.** Динамика открытия действующих в настоящее время в Санкт-Петербурге креативных пространств

**Рис. 1-20.** Туристический поток в Санкт-Петербурге в 2013–2020 гг., млн чел.

**Рис. 1-21.** Оценка структуры туристического потока по видам туризма (причина поездки) в Санкт-Петербурге в 2019 г., млн чел.

**Рис. 1-22.** Посещаемость развлекательных форматов

**Рис. 1-23.** Оценка количества занятых в организациях на территории 20 креативных пространств Санкт-Петербурга по указанным специализациям (2021, тыс. чел.)

**Рис. 1-24.** Функциональные зоны креативного кластера «Дизайн-завод «Флакон»

**Рис. 1-25.** Существующие креативные площадки Васильевского острова и потенциал их развития до 2025 г.

**Рис. 1-26.** Карта перспективных проектов новой культурной географии в Санкт-Петербурге и потенциальные промышленные площадки для развития в долгосрочной перспективе, представляющие историческую ценность

**Рис. 1-27.** Современная архитектура Санкт-Петербурга: «Лакта Центр», «Газпром Арена», Западный скоростной диаметр (зсд)

**Рис. 1-28.** Распределение записей, фиксирующих негативное воздействие культурного потребления на пространство городов, в Google Scholar по годам, 1994–2020, ед.

**Рис. 1-29.** Число посетителей в ведущих музеях России с января по середину мая 2021 г., тыс. чел.

**Рис. 1-30.** Отражение рядом СМИ сокращения доступности учреждений культуры и городских пространств вследствие роста потока туристов в Санкт-Петербурге

**Рис. 1-31.** Отражение рядом СМИ конфликта организаций общепита и жителей улицы Рубинштейна в Санкт-Петербурге

**Рис. 1-32.** Модель джентрификации: цикл «вторжение — вытеснение»

**Рис. 1-33.** Число культурных событий на тысячу жителей, 2018 г.

**Рис. 1-34.** Действующие организации в сфере искусства и развлечений, 2019 г.

**Рис. 1-35.** Действующие музеи, библиотеки и прочие культурные организации, 2019 г.

**Рис. 1-36.** Распределение предложений на hh.ru по уровню зарплаты (тыс. руб.), %

**Рис. 1-37.** Прогноз динамики туристического потока в Санкт-Петербурге, млн чел.

**Рис. 1-38.** Средняя длительность туристической поездки в Санкт-Петербург (фиксируемая в средствах размещения туристов), по дням, % (период с 2017 по март 2020 г.)

**Рис. 1-39.** Структура совокупной выручки компаний Санкт-Петербурга в сфере туризма и смежных с ним отраслях, в разбивке по видам экономической деятельности, 2019 г.

**Рис. 1-40.** Структура сutoчного фонда времени жителей Санкт-Петербурга в возрасте 15 лет и более в среднем за день недели, 2019 г., %

**Рис. 1-41.** Распределение ответов респондентов на вопрос «Как, на ваш взгляд, в целом изменился уровень культуры населения Санкт-Петербурга за последние три-четыре года?», 2020 г.

**Рис. 1-42.** Концепция преобразования исторического промышленного «серого пояса» Санкт-Петербурга. Материалы проекта, представленного на международный конкурс «Серый пояс. Преобразование», 2016 г. Авторский коллектив: ООО «Евгений Герасимов и партнеры» (Е. Л. Герасимов, А. А. Кутилина, А. А. Лакрисенко), nps tchoban voss, SPEECH (С. Э. Чобан)

**Рис. 1-43.** Проекты Miles & Yards и «Севкабель Порт»

**Рис. 1-44.** Материалы проекта «Почтовый квартал»

**Рис. 1-45.** Архитектурная концепция проекта «Лакта Центр»

**Рис. 1-46.** Предпосылки охвата пригородов Санкт-Петербурга новой культурной географией

**Рис. 1-47.** Проект ЦВЗ «Манеж» «33 знака»

**Рис. 1-48.** Проект Музея Фаберже — серия пасхальных арт-объектов, 2021 г.

**Рис. 1-49.** Карта Art Weekend (Санкт-Петербург), который проходит в рамках Кураторского форума, 2020 г.

**Рис. 1-50.** Владимир Абих. «Слова найдутся»

**Рис. 1-51.** Лондонский культурный и креативный район южного берега Темзы (London's cultural and creative district South Bank)

**Рис. 1-52.** Таймлайн. Проекты по направлению «Новая культурная география Санкт-Петербурга», реализованные при участии Фонда поддержки инноваций и молодежных инициатив Санкт-Петербурга

**Рис. 2-1.** Средняя годовая посещаемость музеев и биеннале в 2017–2019 гг.

**Рис. 2-2.** Баннер выставки «Акционизм и арт-активизм — 2020: что дальше?» на сайте Центра творческих индустрий «Фабрика» (Москва, 2020)

**Рис. 2-3.** Выставочный проект «Части стен» в ЦВЗ «Манеж»

**Рис. 2-4.** Статистика 50 (2018, 2019 гг.), 30 (2017 г.) самых посещаемых выставок Москвы и Санкт-Петербурга

**Рис. 2-5.** Распределение номинаций Премии Кандинского, премий «Инновация», The Art Newspaper Russia, Курёхина — за выставки, фестивали, искусствоведческие издания, произведения и реставрационные проекты — по городам

**Рис. 2-6.** Рейтинг самых влиятельных фигур в русском искусстве по версии журнала Artguide

**Рис. 2-7.** Показатели аукционного рынка русского искусства (изо) с 2010 по 2020 г., млн долл.

**Рис. 2-8.** Таймлайн. Ключевые события в сфере современного искусства Санкт-Петербурга с 1990 по 2020 г.

**Рис. 2-9.** Число художественных галерей в крупнейших городах (ед., данные за 2014–2019 гг.)

**Рис. 2-10.** Арендная ставка стрит-ритейла и центральные торговые коридоры, тыс. руб. / кв. м в месяц в 2021 г.

**Рис. 2-11.** Арендная ставка офисной недвижимости, тыс. руб. / кв. м в месяц в 2020 г.

**Рис. 2-12.** География площадок, работающих с современным искусством

**Рис. 2-13.** Персональная выставка Алексея Таруца, созданная специально для Готического зала Музея Академии им. А. Л. Штиглица, 2020

**Рис. 2-14.** Екатерина Соколовская. «Глаза» из проекта «Лёгкие касания», 2020

**Рис. 2-15.** Ян Посадский и Олег Сороко. «Термен», 2020

**Кейс 1-1.** Опыт дизайнерского бюро Gensler: проектирование районов смешанного использования

**Кейс 1-2.** «Атлас аудитории искусства, культуры и наследия» (Audience Atlas), Morris Hargreaves McIntyre

**Кейс 1-3.** Крупнейшие креативные пространства Санкт-Петербурга

**Кейс 1-4.** Новые приоритеты в политике социально-экономического и территориального развития

**Кейс 1-5.** Опыт британского фонда Nesta: структурирование культурного пространства Великобритании и Лондона

**Кейс 1-6.** Отчет контролера Нью-Йорка Скотта М. Стрингера о развитии креативной экономики города

**Кейс 2-1.** Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии

**Кейс 2-2.** Опыт развития городской среды: Бильбао

**Кейс 2-3.** Опыт развития городской среды: Кассель

**Кейс 2-4.** Опыт развития городской среды: Нью-Йорк (парк Хай-Лайн)

**Кейс 2-5.** Экосистема рынка современного искусства

**Кейс 2-6.** Кондоминиумы галерей или collaborative exhibitions

**Кейс 2-7.** Опыт Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы: субсидии для предпринимателей

**Кейс 2-8.** Опыт Финляндии: поддержка сферы искусства

**Кейс 2-9.** Опыт Эстонии: система финансирования культуры и искусства

# ВВЕДЕНИЕ

Сегодня представление о том, что такое культура, меняется, поле культуры экстенсивно расширяется и включает в себя все больший спектр видов человеческой деятельности. После «культурного поворота» (cultural turn)<sup>2</sup> 1970-х гг. и других «поворотов» в науках о культуре — перформативный (performative turn)<sup>3</sup> и рефлексивный повороты (reflective turn), образовательный поворот (educational turn)<sup>4</sup> — исследователи и ученые, а вслед за ними и более широкая аудитория с интересом обращаются к культуре повседневности, поп-культуре, вопросам социальной идентичности.

Потребители культуры (горожане, туристы) формируют новый запрос — на интеллектуальный досуг, осмысленное и творческое времяпрепровождение, возможность быть вовлеченными в новые актуальные культурные процессы и практики, влиять на развитие города, проводить время с пользой. При этом такой запрос — проявление потребности не столько в каком-то специфическом «культурном» содержании (контенте), сколько в комплексе эмоций, позволяющих чуть ли не физически почувствовать себя частью актуальной осмысленной жизни здесь и сейчас. Суть подобного отношения современного человека к жизни и культуре один из американских новаторов-психотерапевтов Артур Янов в 1971 г. выразил чеканной фразой: «Смысл — это не то, что нужно найти, это то, что надо почувствовать»<sup>5</sup>.

В новой реальности, когда все может быть описано через понятие культуры, важно анализировать «новую культуру» с позиций географии, а не других административных или отраслевых параметров.

«Новая культура» с 1970–1980-х гг. превращается из пассивного объекта созерцания и восприятия в совместное действие, где публика — активный участник: разнообразные перформансы, фестивали, «походы за опытом и впечатлениями» и т. д. Публика как участник фактически «живет» некоторое время в эпицентре подобного культурного действия, находит свой смысл и способ участия в нем, демонстрирует собственный способ и стиль культурного производства и потребления. Площадка, где разворачивается такого рода действие, должна давать возможность реализовать эти разные устремления и стили поведения. Ее расположение и пространственная организация, т. е. «география», становится важным (иногда главным) фактором креативной жизни для горожан и города в целом. Для первых важно попасть в эпицентр культурных событий. Для города важно удерживать такие события, «закреплять» их на собственной территории и привлекать на них свободную в своих намерениях, взыскательную к уровню «интереса» публику. Города в современном мире стремятся быть производительными и интересными с точки зрения новой культуры и новой культурной географии.

2 «Культурный поворот говорит с одной стороны "о возникновении новой исследовательской парадигмы, проявляющийся, в международном распространении и принятии культурологических теорий и методов. [...] С другой стороны, обращает внимание на себя тот факт, что разделенные междисциплинарными границами гуманитарные и социальные науки все чаще применяют культурологическую постановку проблем и способы описания, а также начинают участвовать в межотраслевом и междисциплинарном диалоге"». (См.: *Beschorner T. Perspektiven einer kulturwissenschaftlichen Theorie der Unternehmung – zur Heranführung / T. Beschorner, D. Fischer, R. Pfriem, G. Ulrich // Forschungsgruppe Unternehmen und gesellschaftliche Organisation (FUGO) (Hrsg.): Perspektiven einer kulturwissenschaftlichen Theorie der Unternehmung. – Marburg: Metropolis, 2004.)*

3 Перформативный поворот переключает внимание на сферу выражения действий и образуемых ими событий вплоть до социальной культуры инсценировки. Рефлексивный (литературный) поворот в науках о социуме и культуре вывел на первый план аспект писательства. (См.: *Бахманн-Медик Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. М.: НЛО, 2017.)*

4 Примерно в 2006-м мир искусства надолго захватили вопросы образования, педагогики и художественных учебных заведений. Случившееся приобрело известность как «образовательный поворот», благодаря которому появилось множество выставок, книг и кураторских инициатив... Термин «образовательный поворот» получил известность благодаря написанной для e-flux статье Ирит Рогофф «Поворотный Момент» (2008). В своем тексте Рогофф распознала эту новую тенденцию в художественной и кураторской практиках, взаимодействующих с образовательными парадигмами и проблематиками... образовательный поворот подвергал критике идеи односторонней передачи знаний и практических навыков в образовании, а также выступал против коммерциализации образовательной сферы, которую свели к утилитарной подготовке к трудовой деятельности. (См.: *Джанна Грехэм, Валерия Грациано, Сьюзан Келли. «Образовательный поворот в искусстве: переписывая скрытый учебный план»*)

5 Янов А. Первичный крик. М.: АСТ, 2009. С. 208.

Объекты/точки новой культурной географии не всегда можно описать через принадлежность к одной экономической и/или организационной модели, они существуют в очень разных форматах и масштабах, но их объединяют вовлеченность в социальную повестку, интерес к актуальным и сложным вопросам и темам. В этом смысле под данное определение могут попасть и районная библиотека, изменившая формат с традиционного на более современный, и частная галерея, и креативный кластер, работающий с культурой, и некоммерческий художественный проект.

Хотя граница между сферой культуры и иными сферами социальной и экономической жизни условна — «всё есть культура» и «любое социальное действие несет в себе отпечаток эстетического стиля, служит воплощением и передачей культурного опыта», — в новой культуре и новой культурной географии должно быть ядро, позволяющее отделить культуру как особую деятельность от иных проявлений социальной активности. Новую культуру от других сфер отличает искусство не обязательно «высокое», но и популярное. Для включения площадки в новую культурную географию как минимум необходимо, чтобы ее дизайн выполнял некоторую функцию (отход от модернистского принципа «функция определяет форму»), привлекал публику и создавал мотив «быть/жить» в нем, а в широком смысле нужно поддерживать деятельность арт-институций: концертных площадок, выставочных залов, галерей и центров современного искусства, художественных мастерских, школ и т. п.

Новая культурная география развивается не в противовес традиционной, но как самостоятельная часть культурного сектора и креативной экономики города. Даже классическим музеям становится тесно в привычных стенах: они выходят за границы своих территорий и превращаются в мультифункциональные центры, ищут и реализуют новые форматы и проекты. Исследуя карту города и отображая на ней точки новой культуры, важно выделить на ткани города узлы, которые формируются вокруг профессиональных или самоорганизованных проектов, предлагающих действительно актуальные форматы и темы, а не репрезентирующих привычный контент в привычных форматах.

В 1990–2000-е многим казалось, что новые центры современных городов складываются вокруг торговых моллов и транспортных узлов. Но 2010-е принесли понимание, что только торговля, только пересадочные узлы жизнь крупных городов не центрируют. Сейчас города формируются как кластеры 24/7 вокруг мест, работающих с современностью (современное искусство, музыка и т. д.) в самом широком смысле. Так рождаются новый тип жизни и тип деятельности. Такова новая реальность городов, с которой им необходимо начать работать. Поддерживая и развивая сеть объектов новой культурной географии, Санкт-Петербург может развиваться и оставаться современным и живым, не застывая в одной ипостаси — города-музея. Арбитраж качества культуры при этом остается за профессионалами: кураторами выставок, галеристами, художественными руководителями, критиками и т. п. Для города крайне важно, чтобы развивалась его новая культура, а новая культурная география наполнялась растущими бизнесами, важно удерживать нацеленность на выявление и профессиональное возвращение собственного культурного содержания. Этот процесс идет с двух сторон — со стороны некоммерческого, независимого сектора современного искусства (художники, кураторы и т. д.), развивающего социальные институты общества и имеющего возможность тестировать экспериментальные проекты, и со стороны бизнеса, способствуя включению девелоперов и инвесторов в формирование такого рода географии.

# ЧАСТЬ 1

НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ  
ГЕОГРАФИЯ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

# 1 ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Традиционную культурную географию Петербурга во многом определяют крупные институты традиционной культуры: музеи, театры, а также архитектурные и парковые ансамбли, сформировавшиеся в основном в XIX–XX вв.

Как правило, это институты, созданные до 1980-х гг. (городская и архитектурная среда вообще относится к XVIII–XIX вв.) и относящиеся к бюджетному сектору. Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников стали первыми в России объектами всемирного наследия ЮНЕСКО (1990). Ведущие центры традиционной культуры концентрируются преимущественно в небольшой части исторического центра и вокруг дворцово-парковых ансамблей в пригородах, в силу своей уникальности обладают исключительной ценностью для туристов и горожан, что закладывает базу для конкуренции в потреблении между ними.

Эти объекты работают с ограниченным перечнем пользовательских практик и имеют устоявшиеся формы организации и/или репрезентации (исторические и художественные музеи, архитектурные и исторические памятники и т. п.). Причем сейчас они воспринимаются как традиционные публичные арт-институты, хотя возникли в городе относительно недавно (театр может быть здесь исключением). Считается, что первый музей в мире был создан в 1753 г. (Британский музей в Лондоне), первый публичный музей — в 1793 г. (Лувр в Париже), а в 1811 г. открылась первая специально построенная публичная галерея в Англии (Dulwick Picture Gallery). В России Кунсткамеру Петра I для посетителей открыли еще в 1714 г., а Эрмитаж был основан в 1761 г.

12 наиболее посещаемых объектов традиционной культурной географии отображены на карте. Суммарно за 2019 г. указанные объекты посетило около 30,8 млн чел.

**Врио Генерального консула КНР в Санкт-Петербурге, 11.09.2019:**

*«Для китайских туристов в Петербурге очень важно посетить три дворца — Зимний (Эрмитаж), Екатерининский в Пушкине и Большой Петергофский. И конечно, сюда можно добавить Петропавловскую крепость. Не выходит из моды и крейсер “Аврора”»<sup>6</sup>.*

<sup>6</sup> Консул рассказал, сколько китайские туристы тратят в Петербурге. URL: [spbnevnik.ru/news/2019-09-11/konsul-rasskazal-skolko-kitayskie-turisty-tratyat-v-peterburge](http://spbnevnik.ru/news/2019-09-11/konsul-rasskazal-skolko-kitayskie-turisty-tratyat-v-peterburge) (дата обращения: 01.07.2021).

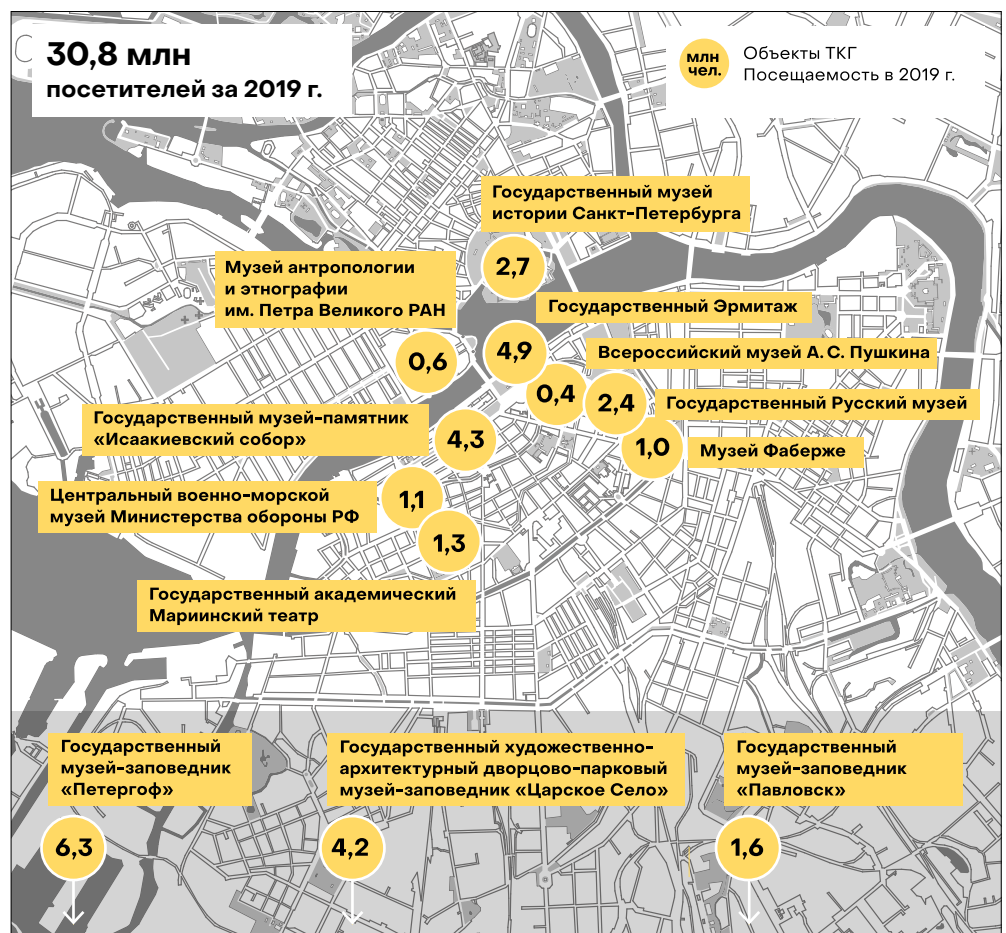
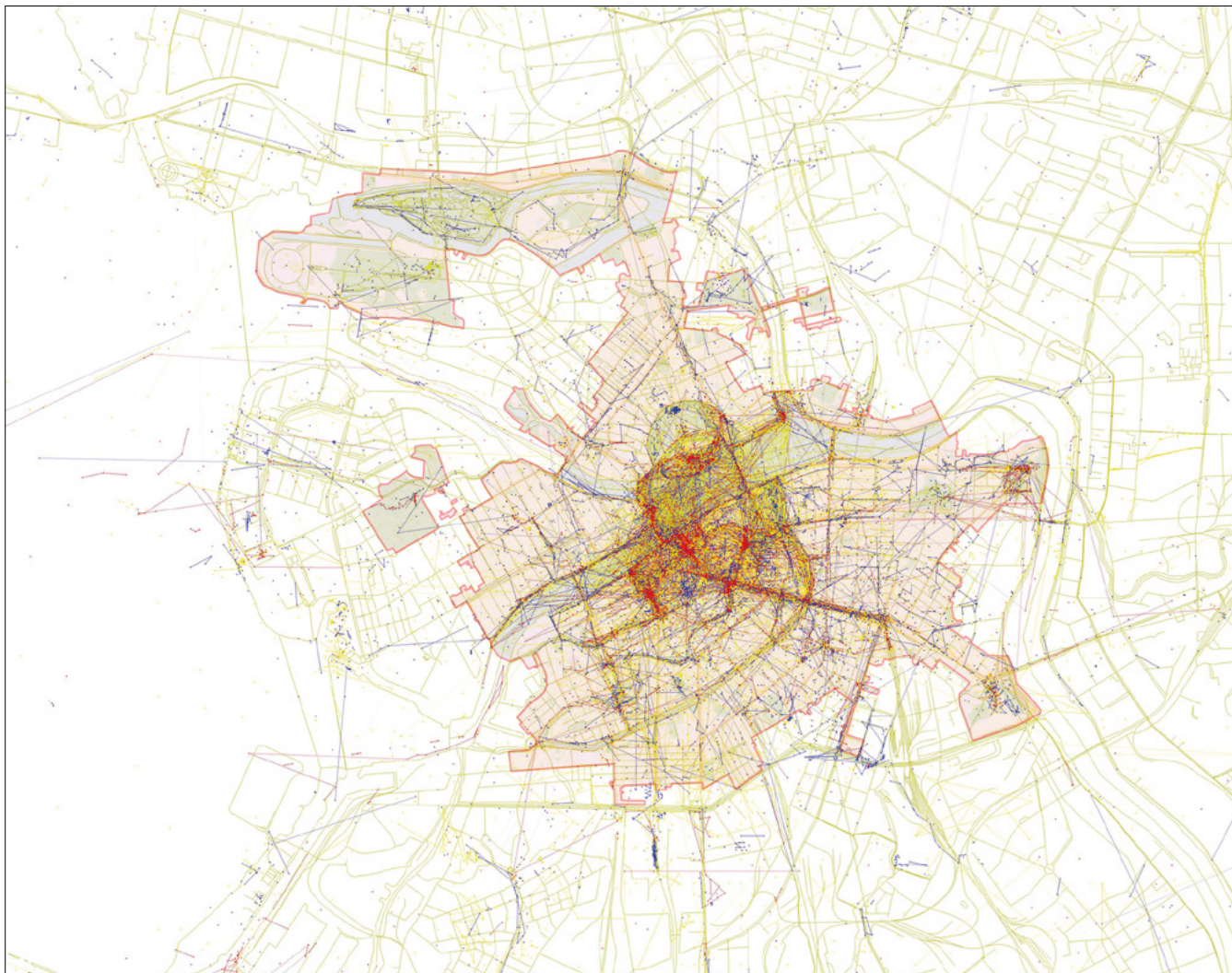


Рис. 1-1. Карта наиболее посещаемых объектов традиционной культурной географии (ТКГ) Санкт-Петербурга

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным The Art Newspaper Russia



Согласно исследованию Flickr, туристические потоки в Санкт-Петербурге сконцентрированы в районе «золотого треугольника» и близких к нему достопримечательностей. В то же время среди местных жителей популярностью пользуется более обширная территория центра города, которая затрагивает части Петроградского, Василеостровского, Адмиралтейского и Центрального районов.



**Рис. 1-2.**  
Локализация размещенных в Интернете фотографий Санкт-Петербурга с помощью сервиса Flickr, 2011. (Выделенная красным территория — исторический центр Санкт-Петербурга. Красные точки — фото туристов, синие — местных жителей, желтые — другое.)

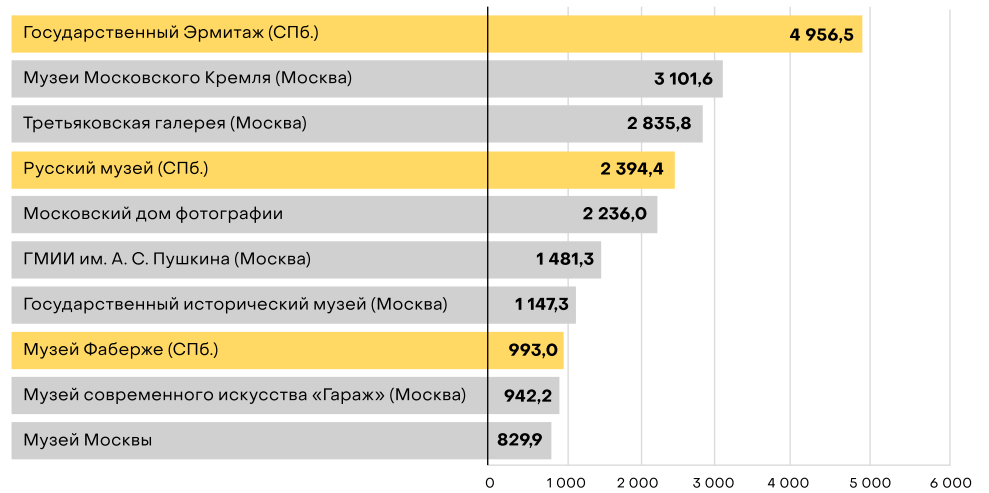
Источник: flickr.com

В 2019 г. в топ-10 самых посещаемых художественных музеев России вошло три музея в Санкт-Петербурге (Эрмитаж, Русский музей и Музей Фаберже), а также семь музеев Москвы. При этом Эрмитаж уже традиционно возглавил рейтинг: в 2019 г. его посетило 5 млн чел., что практически в два раза больше, чем посещаемость Третьяковской галереи в Москве.

Парковые комплексы в пригородах Санкт-Петербурга, также будучи частью исторического наследия города, обладают более высокой пропускной способностью и популярностью по сравнению с музеями. В данной категории объектов традиционной культурной географии Санкт-Петербург — абсолютный лидер по посещаемости. Суммарно такие музейные комплексы, как Петергоф, Исаакиевский собор, Царское Село, Павловск и Государственный музей истории Санкт-Петербурга, посетило более 19 млн чел. за 2019 г.

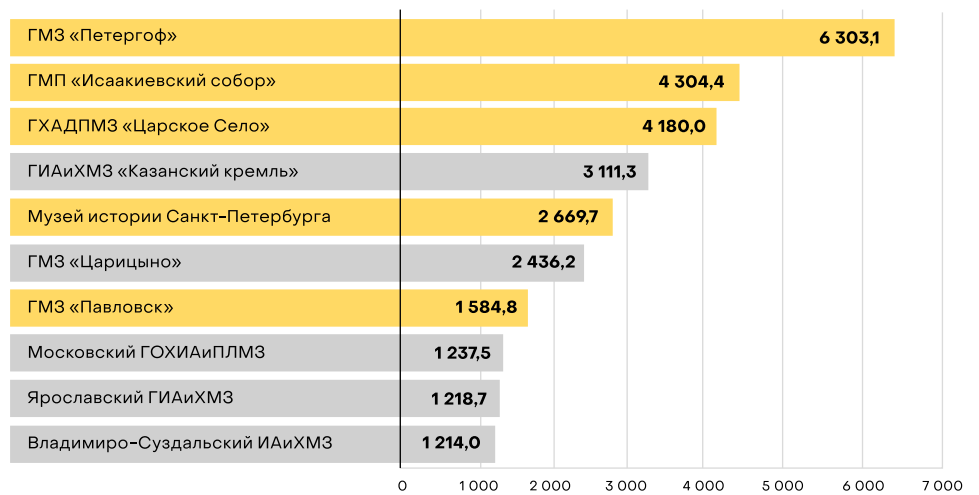
**Рис. 1-3.**  
Топ-10 самых посещаемых художественных музеев России в 2019 г., тыс. посетителей

Источник: ФПИМИ по данным The Art Newspaper Russia



**Рис. 1-4.**  
Топ-10 самых посещаемых парковых комплексов, ландшафтных, историко-архитектурных музеев, кремлей России в 2019 г., тыс. посетителей

Источник: ФПИМИ по данным The Art Newspaper Russia





# 2 ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

## 2.1. «КУЛЬТУРНЫЙ ПОВОРОТ» (CULTURAL TURN) И «КУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИКА» (CULTURAL ECONOMY)

**За последние 30 лет в мире и в России произошел ряд изменений в понимании роли культуры, связанных с так называемым культурным поворотом (cultural turn), следствием которых стали размывание строгих границ культуры, появление новой модели потребления — «экономики опыта» («экономики впечатлений»), формирование новой культурной географии.**

Культура становится центральным способом мышления о мире: культура производится в мире разными способами и в разных форматах, а само производство и потребление **«культурных продуктов» (cultural product)** растворяется в общих рыночных процессах, в повседневной и профессиональной жизни, досуге, в духе пост- и метамодернизма все становится **культурным производством или культурным потреблением (cultural production, cultural industries)**: кулинария, путешествия, даже пешеходная прогулка. Нивелируются границы между производителями и потребителями продуктов и контента (креативный класс — это и создатели, и потребители продуктов креативных индустрий), формируется единое поле культуры — без иерархического разделения на «высокую» (элитарную) и «низкую» (массовую) культуру (nobrow<sup>7</sup>). При этом возрастает интерес к локальному на фоне развивающейся глобализации (глокальность): локальное легче обеспечивает столь ценимую в современной культуре самобытность и оригинальность, люди стремятся не просто созерцать культурные объекты, а как-то взаимодействовать с ними, сделать их частью своего опыта.

Это заставляет институты культуры по-новому работать с аудиторией/ посетителями, вовлекая их в процесс формирования ценностей и программ учреждения (культура участия); всё больше культурные институции занимаются инклюзивностью, обеспечивая всем людям, независимо от их происхождения, состояния здоровья, уровня образования, открытый доступ к культуре.

<sup>7</sup> В 2000 г. Джон Сибрук ввел новый термин nobrow (новая коммерческая культура), который обозначает эффект размывания граней между высокой (highbrow) и низкой (lowbrow) культурами. (См.: Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад Маргинем, 2005.)

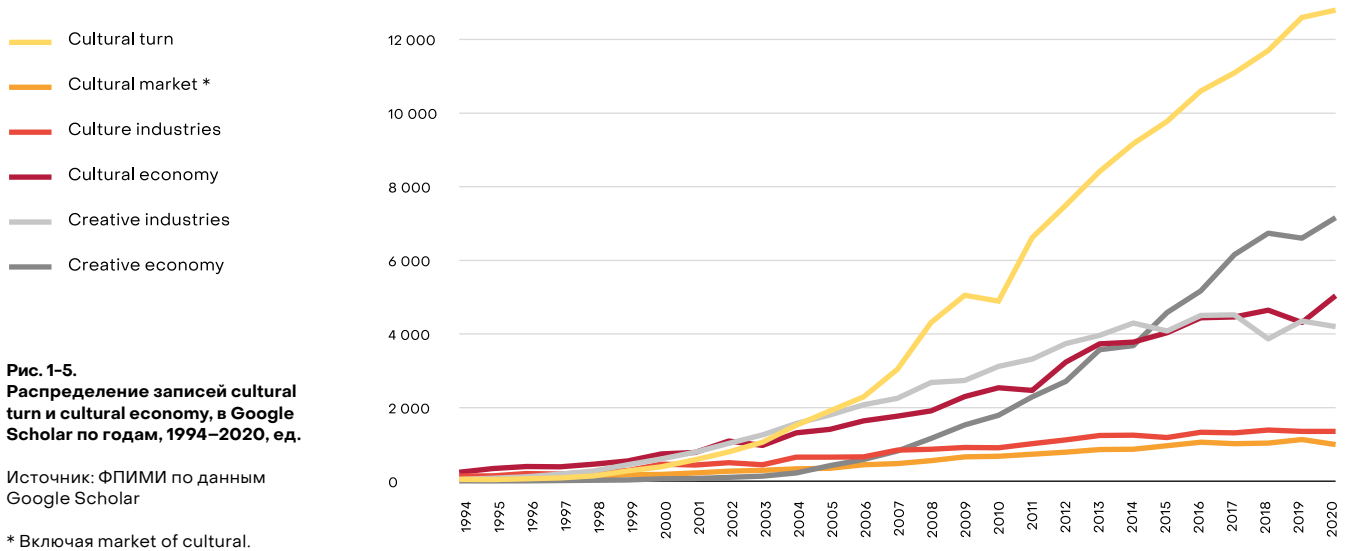
## 2.2. «КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ» (CULTURAL GEOGRAPHY), «НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ» (NEW CULTURAL GEOGRAPHY)

Трансформирующаяся в **«творческий/креативный рынок»** культура, во-первых, материализовалась в самых неожиданных местах (например, в аэропортах, лабораториях, на криптовалютных биржах), что задало границу между традиционной и **новой культурной географией (new cultural geography)**; во-вторых, темы, которыми ранее пренебрегали, вошли в круг интересов академических исследователей (например, доклады Mintel о будущем еды 2014 и 2019 гг.: «Ты — то, где ты ешь»). В-третьих, культура строится по модели рынков с ярко выраженным географическим **центром**, а **«культурное пространство»** — один из самых важных способов описания таких рынков.

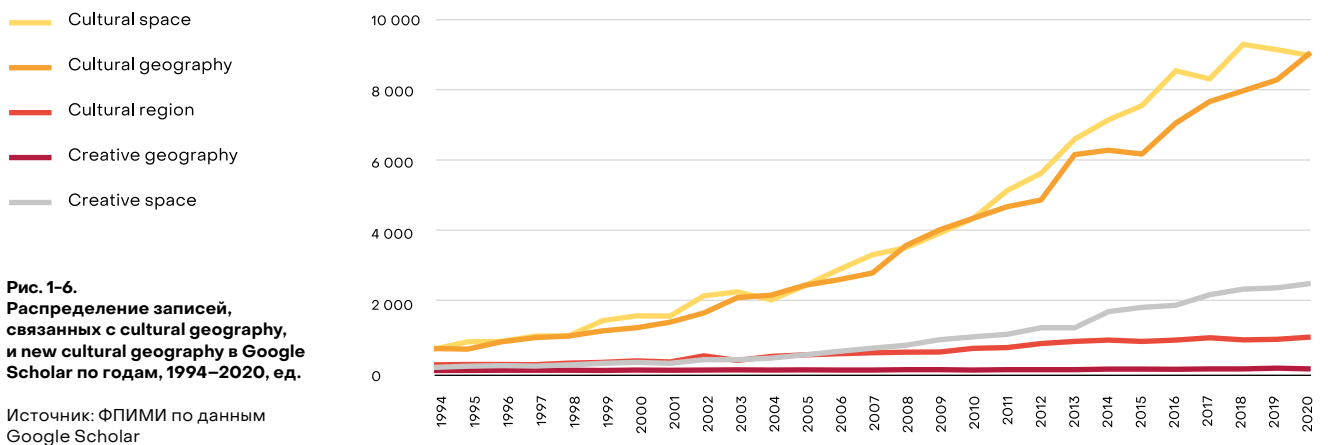
**Процесс образования современных объектов культурной географии, или объектов новой культурной географии, приводит к джентрификации** — смене типа присвоения территории — за счет вытеснения менее экономически значимой деятельности более ценной, а ключевым новым культурным пространством становятся так называемые **частные публичные пространства (privately owned public space)** — публичные парки, креативные и арт-центры, общественные пространства, созданные девелоперами и инвесторами для извлечения экономического эффекта из производства и присвоения продуктов культуры и несущие в себе **культуру как особый опыт (experience economy)**. Максимизация экономических эффектов толкает к формированию **кластеров** культурных и связанных с культурой производств, работе 24/7, креативной трактовке архитектуры и пр.

Очевидно, что новая культурная география начала формироваться в 1980-х, а потом, в 1980–1990-х, с распространением поп-культуры, стала коммерческим проектом. В 2000-х она оказалась частью политики городских и национальных властей по развитию культурных и креативных индустрий, кластеров, зон и т. д.

Рост публикаций научных исследований на тему культурной экономики, рынка, креативных индустрий и в целом посвященных культурному повороту статистически заметен в конце 1990-х — начале 2000-х, хотя их сюжет и распадается на несколько связанных тем.



На данном графике заметно, что одновременно с ростом значения культурной экономики у профильных исследователей повышается внимание к культурным пространствам и географии, которые, очевидно, являются важными понятиями для описания культурной и креативной экономик.



У новой культурной географии особого типа «двигатель» — не только производитель, но и потребитель: поколение экономики опыта (1990–2020 гг. рождения), стремящееся к демонстративности и публичности потребления, к потреблению осознанному и получающему подкрепление в виде внешней оценки. Заметно усиливается влияние вопросов культуры, этики и экологичности на сферу бизнеса в целом, а креативность становится одним из условий привлечения в него талантов, т. е. идеи и форматы, рожденные креативным сектором, масштабируются затем при развитии коммерческих либо социальных проектов, апробируются бизнесом как способ обрести современный вид и общественную актуальность.

В целом современные потребители культурного продукта (аудитория, публика) более нацелены на интеллектуальный досуг, наполненный смыслом, развитием, образовательными практиками и новым опытом, актуальным сегодня, чем на удовлетворение развлекательных или утилитарных нужд. Культурная индустрия в 2000–2010-х достигает значительных масштабов в крупных городах и по экономическому обороту (5–20 % ВВП)<sup>8</sup>, и по численности занятых (5–20 % рабочей силы)<sup>9</sup>, а по общественному значению и способности мобилизовать мнения горожан и представлять публичность становится доминирующей сферой.

Многочисленные «доковидные» опросы показывают особую важность личного присутствия и участия в публичных мероприятиях для поколений эконономики опыта как ценных составляющих их социального бытия, способствующих личной мотивации участия в культурной жизни города и саморазвитию. Хотя эпидемия COVID-19 в 2020 г. несколько поколебала предпочтения горожан в отношении современной культурной жизни, которая требует публичности и предполагает личное участие, 2021 г. показал, что установка взрослых на культуру как предложение особого личного опыта культурного действия осталась.

- 8 Атлас креативных индустрий Российской Федерации. М.: ЦГК АСИ, 2020; Зеленцова Е., Глодких Н. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Т8 RUGRAM, 2021.
- 9 Creative Industries Employment. URL: worldcities-cultureforum.com/data/creative-industriesemployment (дата обращения: 01.07.2021).

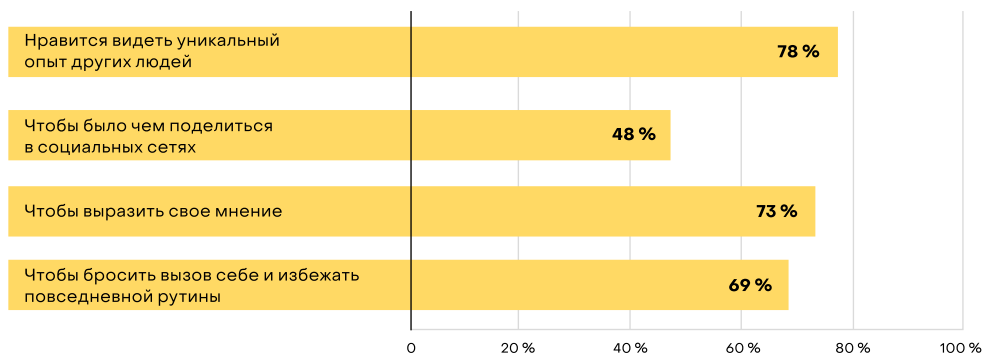


**Рис. 1-7. Результаты опросов, характеризующих культурное потребление американских миллениалов и более старших поколений**

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Eventbrite, Ipsos и Crowd DNA (опросы в США 2016–2019 гг.)

\* Здесь взрослые — 35+.  
 \*\* Живое мероприятие (live event) — развлекательные мероприятия (концерты, пивные фестивали и пр.), марши, митинги, собрания и др.

Культура гражданского активизма проявлялась как значимая у повзрослевших беби-бумеров еще в 1960–1970-х гг. Но в этом отношении образ социальной жизни для подрастающих поколений и современной молодежи не изменился. Современная городская культура обречена быть публичной и основанной на соучастии.



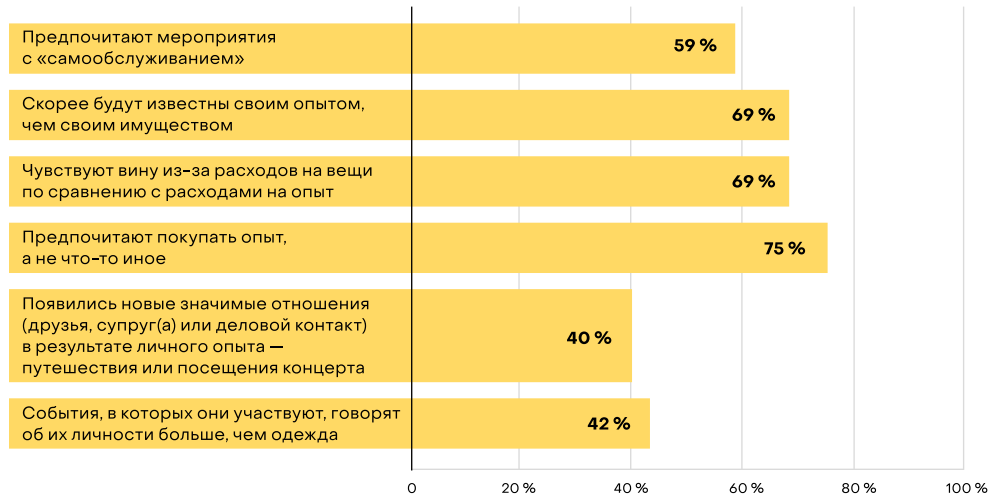
**Рис. 1-8. Мотивы участия американских миллениалов (в возрасте от 18 до 36 лет) в живых мероприятиях**

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Eventbrite (опросы 2016–2017 гг.)

Специфика потребления и восприятия культуры в крупных городах Европы, США и России, по крайней мере у тех, кого социологи относят к среднему классу, описывается моделью экономики опыта: предпочтение трат на опыт расходам на культуру; суждения о личности на основании опыта, а не имущества, которым человек владеет.

**Рис. 1-9.**  
Доля американских миллениалов (в возрасте от 18 до 36 лет), демонстрирующую характерное для экономики опыта потребление

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Eventbrite, Ipsos и Crowd DNA (опросы 2016–2019 гг.)



### 2.3. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КУЛЬТУРНЫХ ИНСТИТУЦИЙ И КУЛЬТУРНУЮ ГЕОГРАФИЮ В МИРЕ И РОССИИ

Эпидемия COVID-19, начавшаяся в 2020 г. и продолжающаяся в 2021-м, внесла глобальные коррективы в мировую экономику и социальную жизнь. Весь период эпидемии был связан с ограничительными мерами, касающимися перемещения людей между странами, а также локдаунами внутри стран (запреты на перемещение, ограничение работы кафе, ресторанов и других публичных мест, ограничение перемещений внутри страны).

Экономические последствия пандемии для сектора культуры колоссальны. В общей сложности в 2020 г. не работало 85 тыс. музеев по всему миру, то есть 90% всех музеев<sup>10</sup>. «По оценкам Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), капитализация сферы культуры составляет 2 250 млрд долл. США, в ней насчитывается почти 30 млн рабочих мест по всему миру. Согласно предварительным данным Сети европейских музейных организаций, крупные музеи, а также те, которые расположены в туристических зонах, отчитались о падении доходов на 75–80%, что эквивалентно сотням тысяч долларов США в неделю»<sup>11</sup>. Часть стран смогли выделить средства на восполнение потерь культурных институций: США — 200 млн долл. (против 4 млрд, запрашиваемых профессиональным сообществом), Германия — 50 млрд евро, Швейцария — 280 млн швейцарских франков, Франция — 22 млн евро, Великобритания — 50 млрд фунтов стерлингов<sup>12</sup>. Петербург, согласно отчету Комитета по культуре Санкт-Петербурга за 2020 г., реализовал план на 2020 г. по запланированным в доковидное время расходам, т. е. сохранил базовое финансирование всех проектов и субсидий НКО почти на том же уровне, что и в прошлом году (99,3%). «Достижение целевого показателя по соотношению средней заработной платы работников учреждений культуры Санкт-Петербурга к средней заработной плате в Санкт-Петербурге обеспечено в полном объеме»<sup>13</sup>.

Пандемия также оказала сильное влияние на стратегии работы культурных институций с аудиторией. Весной 2020 г. Центральный выставочный зал «Манеж», Фонд культурных инициатив Sparta и ЦСР «Северо-Запад» при содействии ФПИМИ провели онлайн-конференцию «Музеи в эпоху пандемии»<sup>14</sup>, по итогам которой выпустили методическое пособие для музейных институций с оценкой ряда мировых трендов, которые в 2021 г. сохранились и усилились.

**10** ЮНЕСКО: сектор культуры пострадал от пандемии гораздо серьезнее, чем предполагалось. URL: [news.un.org/ru/story/2020/12/1392922](https://news.un.org/ru/story/2020/12/1392922) (дата обращения: 01.07.2021).

**11** Культура в условиях пандемии COVID-19. URL: [ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-culture.pdf](https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-culture.pdf) (дата обращения: 01.07.2021).

**12** Где людям искусства искать помощь. URL: [theartnewspaper.ru/posts/8001](https://theartnewspaper.ru/posts/8001) (дата обращения: 01.07.2021).

**13** Отчет о ходе выполнения государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры в Санкт-Петербурге» за 2020 год. С. 5.

**14** Онлайн-конференция «Музеи в эпоху пандемии: границы и возможности». URL: [spb.energy/events/online-konferenciya-muzei-v-epoxy-pandemii-granicy-i-vozmozhnosti](https://spb.energy/events/online-konferenciya-muzei-v-epoxy-pandemii-granicy-i-vozmozhnosti) (дата обращения: 01.07.2021).

**1. Ускорение дигитализации:**

- создание онлайн-продуктов, которые дают доступ к культуре значительно более широкому потребителю и работают вне территориальных ограничений: видеозаписи, онлайн-выставки, оцифровка архивных материалов — коллекций, текстов;
- возросла роль социальных сетей культурных организаций;
- рост онлайн-продаж произведений искусства. Развитие онлайн-платформ началось еще в 2000-х, в 2009 г. был создан крупнейший мировой онлайн-брокер [artsy.net](https://www.artsy.net), но в 2020 г., в связи с пандемией, собственные онлайн-площадки открыли ярмарки современного искусства (Art Basel, Frieze и др.) и частные крупные галереи (David Zwirner), однако с ограниченным доступом и для меньшего количества участников<sup>15</sup>. «Показателем зафиксированный в отчете за 2020 год взлет онлайн-продаж, которые выросли вдвое по сравнению с 2019 годом, достигнув рекордного оборота в \$12,4 млрд, и составили четверть от общего объема транзакций. В прошлом году понятие “виртуальный демонстрационный зал” по-настоящему вошло в словарь арт-рынка, хотя дилеры и не особенно преуспели в продажах через эти сайты. Сделки такого рода принесли всего 9% их дохода»<sup>16</sup>;
- NFT-искусство<sup>17</sup> (криптоарт) — в медиа активно обсуждается влияние технологии NFT-токенов (виртуальные цифровые единицы в блокчейн-сети) на развитие рынка современного искусства, но пока сложно спрогнозировать силу этого влияния; эксперты занимают полярные позиции: некоторые считают, что рынок изменится кардинально и будущее за новыми технологиями, а некоторые — что тема раздута СМИ и это большой мыльный пузырь. На фоне общего интереса происходят крупные продажи (художник Веепле (Майк Винкельманн) продал цифровой коллаж *Everydays: The First 5000 Days* за 69,3 млн долл., певица Граймс продала коллекцию своих картин, привязанных к NFT-токенам, за 5,8 млн долл.), однако в дальнейшем, видимо, этот рынок стабилизируется. Игнорировать рынок криптоискусства уже не получится, но каким станет его соотношение с офлайн-продажами — покажет время.

**2. Выход в городскую среду.** Следуя за граффити, паблик-артом, стрит-артом, институции выводят свои выставочные, музейные проекты на территорию города.

**3. Новый подход к безопасности посетителей — усиление контроля, введение новых правил:**

- строгая маршрутизация и разведение потоков музейных и культурных пространств стали частью новых государственных требований к культурным учреждениям;
- более активное внедрение бесконтактных и онлайн-касс (зачастую даже в качестве единственно возможного способа приобретения билета);
- ограничение и сильное снижение количества единовременных посетителей, что в некоторых случаях ведет к увеличению рабочего дня музеев (например, новый директор Лувра объявила о такой мере).

**4. Поворот к локальной аудитории.** Значительной долей посетителей культурных учреждений являлись туристы, поток которых колоссально сократился и до сих пор не восстановлен. Что стало стимулом для ряда организаций вернуться к локальной аудитории.

15 Галерея David Zwirner предоставила нью-йоркским галереям свои виртуальные просмотровые залы.  
URL: [artguide.com/news/7102](https://artguide.com/news/7102) (дата обращения: 01.07.2021).

16 Мировой рынок искусства сократился почти на четверть за время пандемии.  
URL: [theartnewspaper.ru/posts/8903](https://theartnewspaper.ru/posts/8903) (дата обращения: 01.07.2021).

17 «A non-fungible token is a unit of data stored on a digital ledger, called a blockchain, that certifies a digital asset to be unique and therefore not interchangeable. NFTs can be used to represent items such as photos, videos, audio, and other types of digital files. Access to any copy of the original file, however, is not restricted to the buyer of the NFT. While copies of these digital items are available for anyone to obtain, NFTs are tracked on blockchains to provide the owner with a proof of ownership that is separate from copyright».  
URL: [en.wikipedia.org/wiki/Non-fungible\\_token](https://en.wikipedia.org/wiki/Non-fungible_token) (дата обращения: 01.07.2021).

# 3 НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ<sup>18</sup> САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

**В Санкт-Петербурге культурный поворот (cultural turn) и формирование новой культурной географии — процесс, который начался, с определенной задержкой по отношению к Европе, в конце 1980-х и стал мейнстримом скорее к 2010-м, с созданием сети частно-публичных пространств, с ростом рынков культурных продуктов и появлением на них активных игроков.**

Особенностью новой культурной географии Санкт-Петербурга было то, что ключевые структуры **не только локализовались в логике центрирования рынков** (самое ценное — в ядре, менее ценное — полу- и периферия), но и в своем развитии пошли по модели **жизненного цикла** скорее **коммерческих**, чем бюджетных (или субсидируемых государством) организаций: пионеры — изобретатели или инноваторы — ранние последователи — поздние последователи — полная коммерциализация и консолидация рынка.

Одним из следствий этого явилось то, что центры рынков были развернуты в Петербурге как относительно крупные креативные и культурные пространства — **privately owned public space (POPS)** — площадки для динамичных культурных и сервисно-торговых, развлекательных кластеров: остров Новая Голландия — 7,8 га; «Севкабель Порт» — около 3 га и 32 тыс. кв. м; Никольские ряды — 28,4 тыс. кв. м; Ленполиграфмаш — 76 тыс. кв. м; Design District DAA — 100 тыс. кв. м и т. д.

Согласно исследованию Qullab, креативные кластеры и пространства Петербурга хоть и возникают на карте города с завидной частотой, но присутствуют на рынке недолго: средняя «продолжительность жизни» таких объектов — менее четырех лет. В то же время креативные объекты в более традиционном формате (музеи) функционируют практически в три раза дольше. Тем не менее крупные креативные зоны POPS живут еще дольше: арт-центр «Пушкинская-10» работает с 1998 г., «Лофт Проект ЭТАЖИ» — с 2007 г., квартал «Ленполиграфмаш» — с 2010 г., Новая Голландия открылась для посещения в 2011 г., а креативное пространство «АРТМУЗА» — в 2013 г.

**Рис. 1-10.** Средняя «продолжительность жизни» креативных и культурных пространств в Санкт-Петербурге в 1989–2019 гг., лет

Источник: ФПИМИ по данным Qullab



**18** География новой культуры возникает при наложении друг на друга разных видов экономической и культурной активности. Старый подход, основанный на четком разграничении отраслей и рынков, применительно к новой культуре не работает, он хорош для традиционного статистического учета. Такой подход мало отражает реальность, так как люди не потребляют только культурный или просто продукт, речь идет о соединении разных товаров, услуг, формирующих неповторимый городской стиль потреблений. Британские консультанты Morris Hargreaves McIntyre в 2010 году подготовили «Атлас аудитории искусства, культуры и наследия», который структурирует новую культуру как синтетический комплексный рынок не в разрезе отраслевых сегментов, а по группам потребителей, включая в этот новый рынок культуры 8 сегментов (см. кейс 1-2).

Источник: Morris Hargreaves McIntyre — стратегические консультанты, работающие на рынке культуры, развлечений, медиа. Оценка рынка по методологии «Атлас аудитории» была проведена помимо Великобритании также в Австралии, Норвегии, США (Нью-Йорк и Чикаго).

## КЕЙС 1-1

### Опыт дизайнерского бюро Gensler: проектирование районов смешанного использования

«Мы проектируем районы смешанного использования и торговые центры (mixed-use districts and retail centers), чтобы они действовали как яркие социальные центры, которые объединяют людей и их опыт и вдыхают новую жизнь в города». Эти центры нового поколения предлагают множество удобств и услуг, используют технологии, продвигают культуру и организуют развлекательные мероприятия, создают подлинное чувство общности. 85% посетителей, которые выбрали художественные и культурные мероприятия в качестве обязательных для большого многофункционального проекта, считают художественные выставки важными составляющими деятельности районов смешанного использования и торговых центров<sup>19</sup>.

**19** Mixed Use & Retail Centers. URL: gensler.com/expertise/mixed-use-retail-centers (дата обращения: 01.07.2021).

КЕЙС 1-2

«Атлас аудитории искусства, культуры и наследия» (Audience Atlas), Morris Hargreaves McIntyre

Согласно британской типологии «Атласа аудитории искусства, культуры и наследия» (Audience Atlas) Morris Hargreaves McIntyre, рынок культуры, развлечений, медиа следует оценивать по объему продаж билетов, сувениров, еды и напитков. Так, каждый рыночный сегмент имеет свою оценку добавленной стоимости, в зависимости от объемов потребления разных ассоциированных с ним сервисов.

Например, в Великобритании<sup>20</sup> 85 % (более 42 млн чел.) населения старше 16 лет вовлечено в потребление сектора искусства, культуры и наследия, они тратят в общей сложности 13,6 млрд фунтов стерлингов в год. 73 % вовлеченных потребителей намерены продолжать тратить такую же сумму и более на сектор искусства, культуры и наследия ежегодно.

Основная цель подобной сегментации культуры состоит в обеспечении более глубокого понимания аудитории и ее потребностей, усилении вовлечения и выстраивании прочных взаимодействий.

<sup>20</sup> На 2010 г. Culture Segments. Morris Hargreaves McIntyre. URL: [mhminsight.com/en-us/culture-segments](http://mhminsight.com/en-us/culture-segments) (дата обращения 01.07.2021).

8 сегментов «Атласа аудитории искусства, культуры и наследия» (Audience Atlas) Morris Hargreaves McIntyre

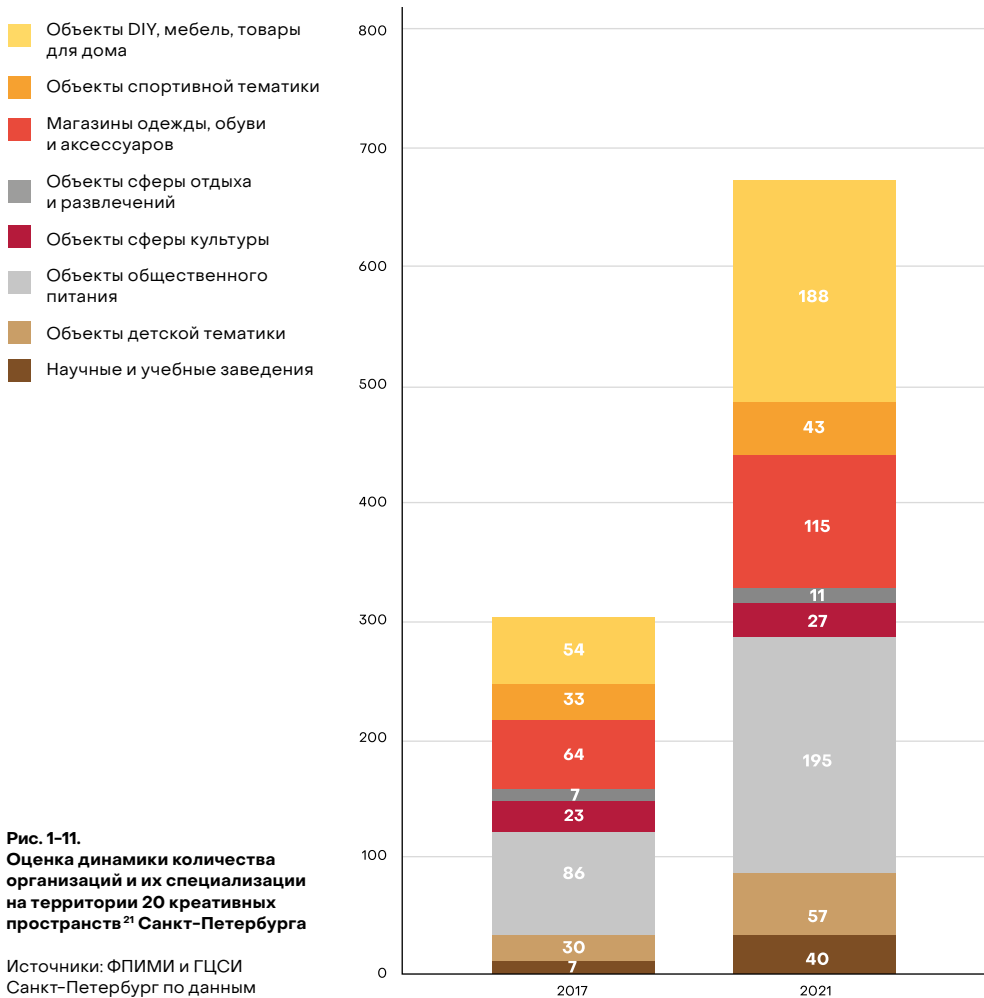
№	Обозначение сегмента аудитории	Предпочтительный тип культурного досуга	Расходы на культуру	Сколько дней в году тратят на потребление культуры	Возраст сегмента, лет	Высшее образование	Семьи с детьми	Характерные интересы, приоритеты и другие общие характеристики группы
1	Обогащение (ENRICHMENT)	Наследие, исторические здания, парки, сады, опера, театр, классическая музыка, наблюдение за птицами	70% платили за выставки когда-либо  40% потрачено на культуру в прошлом месяце	14 дней	12% — 16–34 <b>48% — 35–64</b> 39% — 65+	26%	23%	
2	Развлечение (ENTERTAINMENT)	Блокбастер, зрелище, которое стоит посмотреть (must see), мюзиклы, карнавал, кино, поп-музыка	49% платили за выставки когда-либо  33% потрачено на культуру в прошлом месяце	11 дней	39% — 16–34 <b>51% — 35–64</b> 9% — 65+	11%	30%	Дом, бар, ТВ, знаменитости, спорт, эскапизм, сенсации, развлечения в шаговой доступности от дома



3	Экспрессия (EXPRESSION)	Природное наследие, фильмы, фестивали и выставки, отдых	84% платили за выставки когда-либо  64% потрачено на культуру в прошлом месяце	28 дней	31% — 16–34 <b>45% — 35–64</b> 25% — 65+	30%	29%	Жить полной жизнью, друзья и семья, искусство и культура, вера и духовность, природа
4	Перспектива (PERSPECTIVE)	Усадьбы, большие парки, живописная местность, наблюдение за птицами, литературные мероприятия, музеи	61% платили за выставки когда-либо  34% потрачено на культуру в прошлом месяце	13 дней	13% — 16–34 <b>58% — 35–64</b> 30% — 65+	18%	16%	Важны внутренние потребности, рефлексия, целеустремленность, чтение, обучение, прогулки
5	Стимуляция (STIMULATION)	Современная музыка, уличное искусство, рисковать, спорт/упражнения, кино, отличаться, челленджи, открытие новых мест	79% платили за выставки когда-либо  60% потрачено на культуру в прошлом месяце	29 дней	44% — 16–34 <b>49% — 35–64</b> 7% — 65+	29%	31%	Наслаждение жизнью, тусовки, риск, живая музыка, еда и напитки, современные мероприятия
6	Аффирмация (AFFIRMATION)	Музеи, галереи, научные центры, мюзиклы, уличное искусство, парки приключений	76% платили за выставки когда-либо  59% потрачено на культуру в прошлом месяце	23 дня	<b>45% — 16–34</b> 41% — 35–64 14% — 65+	26%	38%	Семейные ценности, личное развитие, качественное время с близкими, полноценный отдых с погружением, интересный и приятный опыт
7	Легкость (RELEASE)	Развлекательный контент, популярная музыка, фестивали, выставки, театр, танцы	68% платили за выставки когда-либо  44% потрачено на культуру в прошлом месяце	17 дней	41% — 16–34 <b>50% — 35–64</b> 9% — 65+	25%	32%	Работа и семья, социализация вне дома, расслабление, развлечение, приоритеты в шаговой доступности от дома
8	Сущность (ESSENCE)	Сложные формы искусства, независимое кино, театр, музыка, искусство, литература, производство высокого качества	89% платили за выставки когда-либо  70% потрачено на культуру в прошлом месяце	33 дня	27% — 16–34 <b>51% — 35–64</b> 22% — 65+	44%	33%	Изучение, искусство и культура, саморазвитие, обучение в течение всей жизни, опыт важнее материальных благ, приключение



Более того, POPS и креативные центры в Санкт-Петербурге интенсивно растут. По данным 2ГИС, агрегированным платформой «Геоинтеллект», в 2017 г. на территории 20 креативных пространств Санкт-Петербурга насчитывалось около 304 объектов, в 2021 г. этот показатель увеличился более чем в два раза — на данный момент на площадях креативных пространств расположилось примерно 676 различных организаций. Анализировались объекты, относящиеся к наиболее распространенным видам экономической деятельности креативных пространств и поддающиеся учету в рассматриваемой системе по данным 2ГИС. Специализация POPS и креативных зон может быть различной.



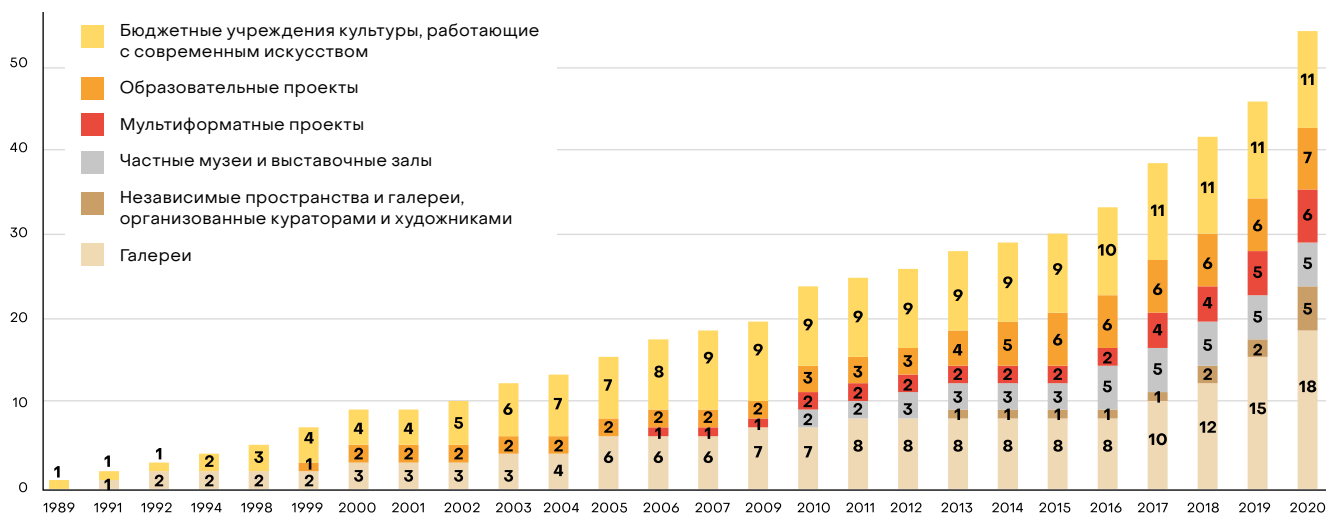
**Рис. 1-11.** Оценка динамики количества организаций и их специализации на территории 20 креативных пространств<sup>21</sup> Санкт-Петербурга

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников

**21** Технопарк «Ленполиграфмаш», «Бенуа 1890», кластер Design District DAA, эколофт Moreplace, «АРТМУЗА», «Северкабель Порт», «Линии», Василеостровский рынок, Новая Голландия, открытая киностудия «ЛенДок», Никольские ряды, лофт-особняк «Пальма», Бертгольд-центр, интеллектуальный кластер «Игры Разума», Putilov Loft, «Лофт Проект ЭТАЖИ», «Дом Культуры», «Флигель», «Третий кластер», планетарий № 1 и «Люмьер-Холл».

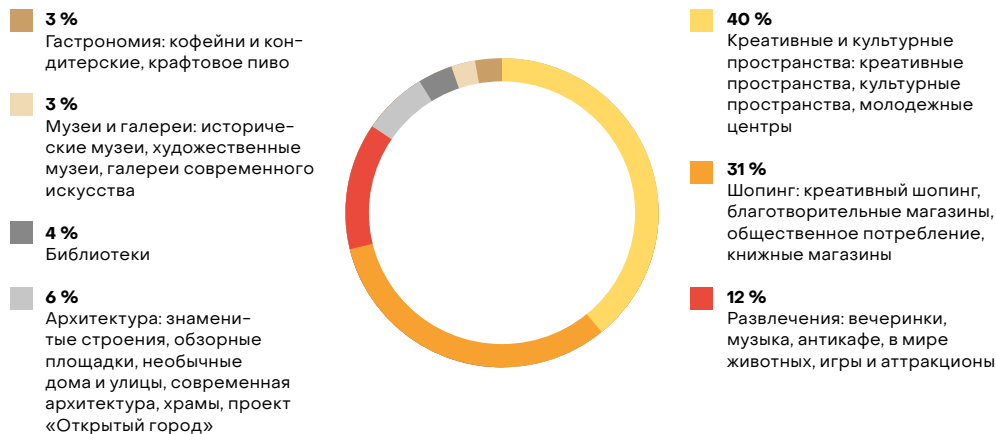
Наибольшую динамику показала категория «Научные и учебные заведения» (рост более чем в пять раз), что преимущественно связано с увеличением количества образовательных проектов в технопарке «Ленполиграфмаш». Также более чем в три раза увеличилось число объектов категории «Объекты DIY, мебель, товары для дома», это связано с открытием крупного дизайнерского пространства Design District DAA.

Общее количество площадок современного искусства в Петербурге с 2000 по 2010 г. увеличилось втрое, а за последние 10 лет — удвоилось. В последние 5–10 лет все чаще на карте города появляются мультиформатные проекты и независимые пространства, организованные кураторами и художниками.



**Рис. 1-12. ↑**  
Количество площадок и проектов современного искусства в Санкт-Петербурге по годам (учитывались действующие по настоящее время)

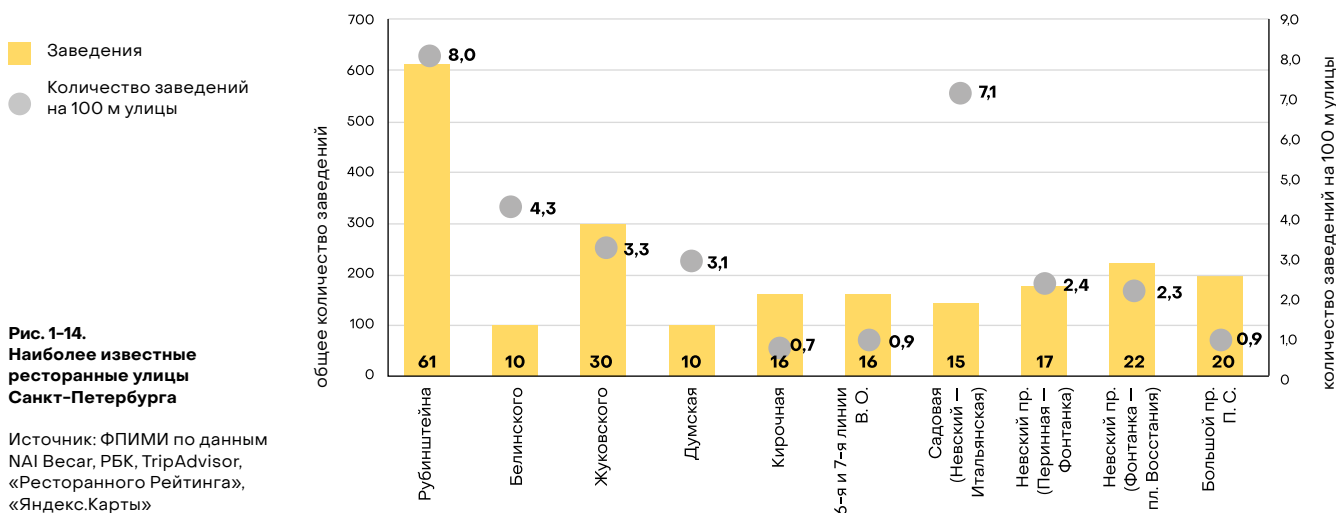
Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников



**Рис. 1-13. →**  
Распределение объектов раздела «Креативный Петербург» на портале «Петербург 24» по категориям

Источник: ФПИМИ по данным «Петербург 24»

К объектам новой культурной географии (НКГ) с некоторыми оговорками можно отнести и ресторанные улицы, и большие фуд-зоны. Улица Рубинштейна, самая известная ресторанный улица Петербурга, насчитывает более 60 ресторанов, баров и кафе, которые располагаются с плотностью около восьми заведений на 100 м. Около семи ресторанов можно насчитать на 100 м Садовой улицы (отрезок от Невского проспекта до Итальянской улицы). В среднем на ресторанных улицах на каждые 100 м приходится 3,3 заведения общественного питания.



**Рис. 1-14.**  
Наиболее известные ресторанные улицы Санкт-Петербурга

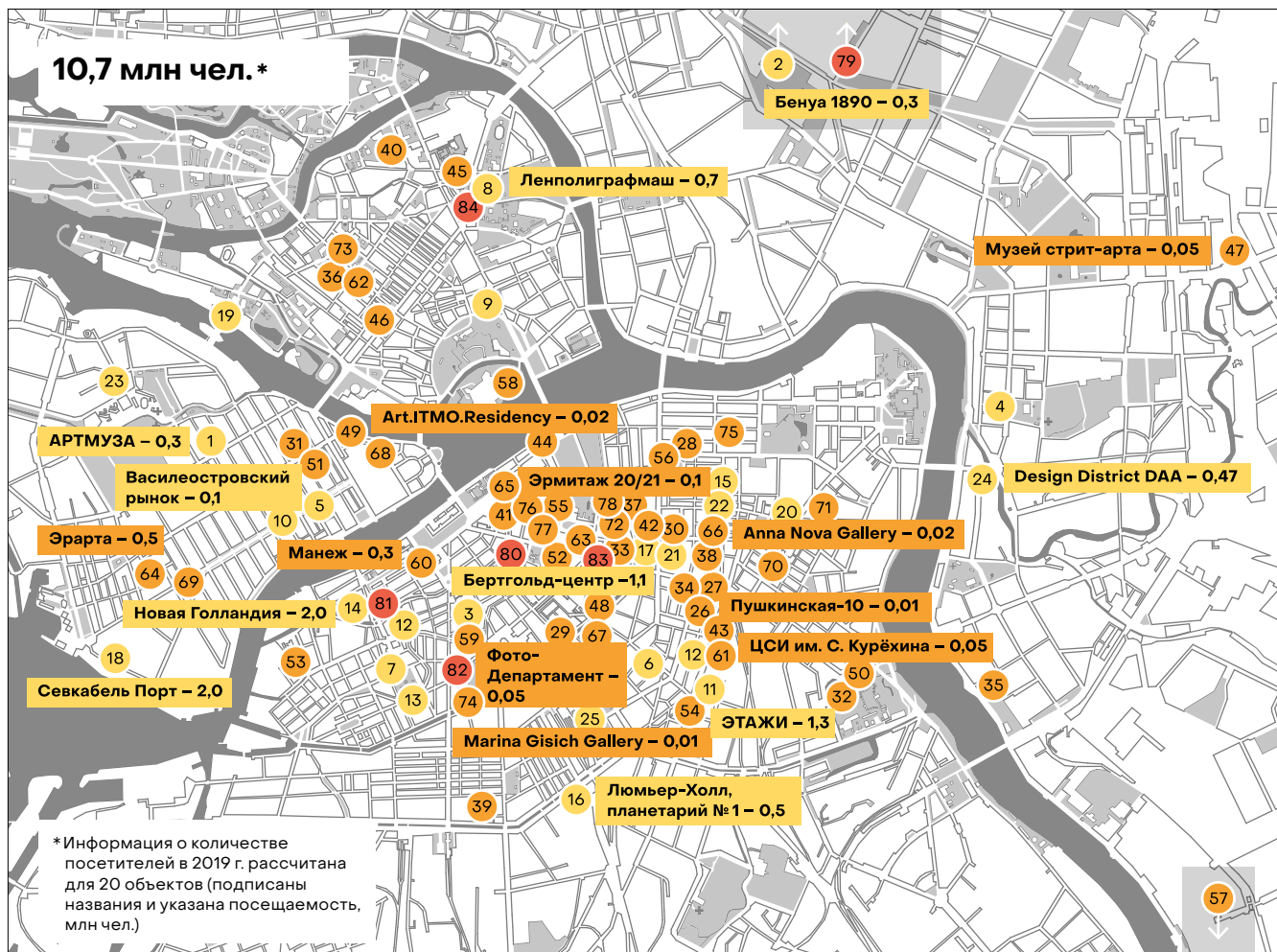
Источник: ФПИМИ по данным NAI Весар, РБК, TripAdvisor, «Ресторанного Рейтинга», «Яндекс.Карты»

Данные показывают, во-первых, географическую концентрацию новой культуры: кварталы, улицы, высокую плотность человеческих потоков и насыщенность календаря событий. Все это относится к тому же историческому центру традиционной культурной географии, хотя границы локализации оказываются раздвинуты чуть шире, а объекты связаны не столько с крупными центрами традиционной культурной географии (ТКГ), сколько с концентрацией иных отраслей экономики опыта — ресторанными и торговыми улицами, прогулочными зонами и т. п.

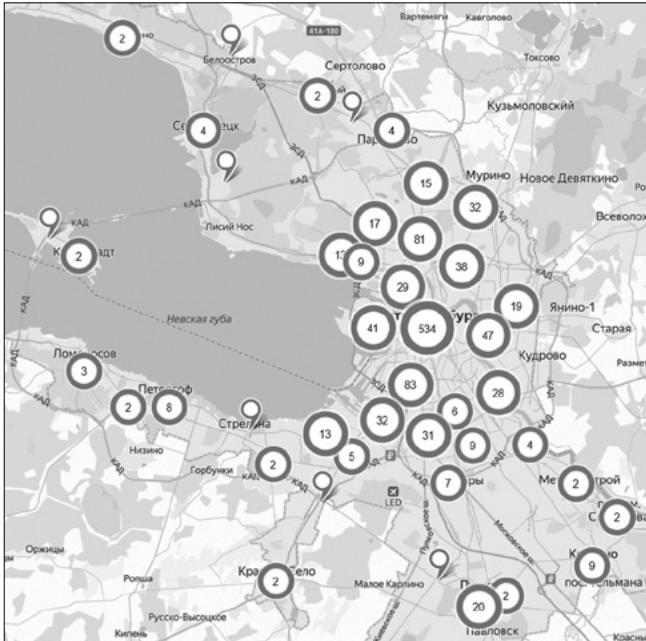
Во-вторых, концентрация и близкое соседство с другими отраслями экономики опыта (впечатлений) за пределами плотного исторического ядра обеспечиваются за счет попадания институций НКГ в состав креативных кластеров, располагающихся в крупных POPS, торговых и креативных зонах/центрах.

В-третьих, такие большие зоны новой культурной географии базируются не только на традиционных искусствах — живописи, театре, классической музыке, но и на более свободных современных видах культурной активности: поп-музыке, инсталляциях, перформансах и пр. В-четвертых, институты новой (более коммерциализированной) культуры, подчиняясь логике жизненного цикла рынка, легко и быстро создаются и столь же быстро могут уходить, но за счет своего тяготения к объединению в кластеры в зоне географической концентрации не исчезают вовсе, а развиваются как экосистема, в которой у всего есть срок существования, однако новое быстро замещает ушедшее еще прежде, чем то успеет состариться. Главное, чтобы креативная зона сохранила свою жизненную силу.

Таким образом, форматами развития современной культуры оказываются не только галереи и центры современного искусства, авангардные театры и т. п., но и вполне коммерциализируемые девелоперские проекты, производственные кластеры. Развивать в Петербурге новую культуру нужно как новую культурную географию — в коллаборации не только с деятелями искусства, но и с девелоперами, инвесторами.



На рис. 1-15 отражены 74 наиболее значимых объекта НКГ. Информация о количестве посетителей в 2019 г. рассчитана для 20 объектов и составляет 10,7 млн посетителей. Посещаемость объектов НКГ с учетом гастрокластера Санкт-Петербурга, объектов НКГ в сфере театрального искусства, музыки, фестивалей и др., по оценкам ФПИМИ, может достигать 15 млн чел. в 2019 г.



Искусство и развлечения



Кафе и рестораны

Рис. 1-16. ↑  
Локализация культурных индустрий в Санкт-Петербурге

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по базе СПАРК

Рис. 1-15. ←  
Карта наиболее известных объектов новой культурной географии (НКГ) Санкт-Петербурга

На карте ниже выделены пространства и объекты, по которым представлена посещаемость, млн чел.

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников

● КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА И КЛАСТЕРЫ

- 1 «АРТМУЗА»
- 2 «Бенуа 1890»
- 3 Бертгольд-центр
- 4 Библиотека им. Н. В. Гоголя
- 5 Василеостровский рынок
- 6 «Игры Разума»
- 7 «ЛенДок»
- 8 «Ленполиграфмаш»
- 9 «Ленфильм»
- 10 «Линии»
- 11 «Лофт Проект ЭТАЖИ»
- 12 Лофт-особняк «Пальма»
- 13 Никольские ряды
- 14 Новая Голландия
- 15 Особняк Мясникова
- 16 «Люмьер-Холл», Планетарий № 1
- 17 «Подписные издания»
- 18 «Севкабель Порт»
- 19 Скейт-парк под мостом Бетанкура
- 20 «Третий кластер»
- 21 «Третье место»
- 22 «Флигель»
- 23 Эколофт MORE PLACE
- 24 Design District DAA
- 25 Putilov Loft

● ОБЪЕКТЫ, РАБОТАЮЩИЕ С СОВРЕМЕННЫМ ИСКУССТВОМ

- 26 Арт-центр «Пушкинская-10»
- 27 «Пайдейя»
- 28 Анненкирхе
- 29 Большой драматический театр им. Г. А. Товстоногова
- 30 «Борей»
- 31 Галереешная им. Морриса Хиршфилда
- 32 Галерея «Люда»
- 33 Галерея «Свиное Рыло»
- 34 Галерея Navicula Artis
- 35 «ДК Громов»
- 36 ДК Розы
- 37 Дом Бенуа
- 38 Дом радио
- 39 Коммунальная галерея «Егорка»
- 40 Мастерская Аникушина, филиал Музея городской скульптуры
- 41 Молодежный центр Государственного Эрмитажа
- 42 Музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме
- 43 Музей звука
- 44 Музей Людвиг в Русском музее
- 45 Музей петербургского авангарда (Дом Матюшина)
- 46 Музей сновидений Фрейда

- 47 Музей стрит-арта
- 48 Новая сцена Александринского театра
- 49 «Новые городские художники»
- 50 Новый выставочный зал Музея городской скульптуры
- 51 Новый музей
- 52 Отель Wupwood
- 53 Пространство «Стыд»
- 54 Пространство «МОСТ»
- 55 Русский музей, отдел новейших течений
- 56 «Склад 17»
- 57 Театр «Мастерская»
- 58 Фонд «ПРО АРТЕ» («Школа молодого художника»)
- 59 «ФотоДепартамент»
- 60 ЦВЗ «Манеж»
- 61 Центр современного искусства им. Сергея Курёхина
- 62 Школа вовлеченного искусства
- 63 Школа Masters
- 64 «Эрарта»
- 65 «Эрмитаж 20/21»
- 66 Anna Nova Gallery
- 67 Antonov Gallery
- 68 Art.ITMO Residency

- 69 DiDi Gallery
- 70 FFTN
- 71 Kerka gallery
- 72 KGallery
- 73 Kunsthalle nummer sieben
- 74 Marina Gsich Gallery
- 75 MYTH Gallery
- 76 NAME Gallery
- 77 One's Mind
- 78 Yaba

● ТОЧКИ КИПЕНИЯ

- 79 Точка кипения «Политех»
- 80 Педагогическая точка кипения в РГПУ им. А. И. Герцена
- 81 Точка кипения «Санкт-Петербург. ГУАП»
- 82 Точка кипения «ПромТехДизайн»
- 83 Точка кипения МБИ
- 84 Точка кипения «Санкт-Петербург»

# 4 НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ VS ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ

Итак, новая культурная география Санкт-Петербурга существенно отличается от традиционной по целому ряду параметров.

	Традиционная культурная география	Новая культурная география
ОСОБЕННОСТИ ПОНИМАНИЯ КУЛЬТУРЫ	Наследие, которое нужно сохранять, изучать и репрезентировать в канонических формах	Создание современной культуры или представление наследия в современном формате. Культура как особый вид практики, обеспечивающий передачу/обмен опыта / культурных смыслов (в рамках experience economy)
БАЗОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА	Крупные организации культуры, имеющие национальное или международное значение	Privately owned public space (POPS), торговые и ресторанные улицы, mixed-use districts и retail centers
ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Преимущественно услуги специализированных организаций культуры	Широкий спектр коммерческих услуг (гибридные форматы)
НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫЕ ОБЪЕКТЫ	Эрмитаж, Русский музей, Исаакиевский собор, Петропавловская крепость, Мариинский театр, Кунсткамера, Летний сад, Спас на Крови, музейные комплексы Петродворца и Ораниенбаума, Царского Села, Павловска, Гатчины, Никольский морской собор в Кронштадте и др.	«Эрмитаж 20/21», Новая Голландия, «Северная линия Порт», Манеж, Никольские ряды, «Люмьер-Холл» и Планетарий № 1, «Ленполиграфмаш», Design District DAA, «Эрарта», ресторанные и торговые улицы центра города, Андреевский (Василеостровский) рынок и др.
СОБСТВЕННОСТЬ И УПРАВЛЕНИЕ	Преимущественно государственная собственность	Преимущественно частная собственность, нередко управлением занимаются специализированные управляющие компании
ЛОКАЛИЗАЦИЯ НА КАРТЕ ГОРОДА	Ядро исторического центра — район «Театральная площадь — Исаакиевская площадь — Дворцовая площадь — Невский проспект — Александровский сад — Заячий остров — стрелка Васильевского острова», дворцово-парковые ансамбли пригородов	Весь исторический центр, включая «серый пояс», акватория Невы, торговые и ресторанные улицы, районы локализации крупных частных публичных пространств, площадки проведения крупных публичных мероприятий
ВРЕМЯ РАБОТЫ <sup>22</sup>	Как правило, дневные рабочие часы. Пик посещаемости — дневное время (с 12:00 до 15:00)	Более свободно определяемые часы работы, включая ночное время. Пик посещаемости — в будни после 18:00, в выходные — с 15:00 до 21:00
ТИП ДОХОДА	Бюджетное финансирование, плата за посещение и в некоторых случаях дополнительные платные услуги	В большинстве случаев нет платы за посещение, отдельные платные услуги
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ <sup>23</sup>	Значительная доля туристов (в ведущих музеях туристы преобладают среди посетителей), организованные группы, старшее поколение	Преобладание местного населения среди посетителей, представители молодых поколений, туристы — в основном внутренние
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПО ОТНОШЕНИЮ К АУДИТОРИИ	Иерархическая позиция, преимущественно односторонняя коммуникация	Открытая и демократичная позиция по отношению к аудитории, двусторонняя коммуникация

Табл. 1-1.  
Сравнение традиционной  
и новой культурной географии



Данная сравнительная таблица, конечно, описывает лишь основные различия, и многие объекты могут сочетать в себе разные черты. Бюджетные учреждения культуры, которые обычно позиционируются как объекты традиционной культурной географии, тоже имеют тенденцию менять свой подход. Мировой тренд — создание на базе уже существующих культурно-образовательных учреждений (музеев, библиотек, культурных центров) современных точек притяжения для локальной аудитории и туристов. Многие музейные и библиотечные центры открывают творческие кластеры, лаборатории, запускают образовательно-просветительские проекты. В Санкт-Петербурге площадками для событий современного искусства и культуры становятся проект «Эрмитаж 20/21», ЦВЗ «Манеж», отдел новейших течений Русского музея регулярно проводит выставки современного искусства, в залах Мраморного дворца (Русский музей) расположен Музей Людвиг с работами таких известных художников, как Йозеф Бойс, Энди Уорхол, Ансельм Кифер, Джефф Кунс, Илья Кабаков и др. С современными культурными событиями и выставками работают Библиотека Гоголя, Музей петербургского авангарда (Дом Матюшина), Музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме, Музей городской скульптуры (Новый выставочный зал и Мастерская М. К. Аникушина), Библиотека книжной графики. Бюджетными учреждениями культуры, непосредственно специализирующимися на современном искусстве в Петербурге, являются Центр современного искусства им. Сергея Курёхина и арт-центр «Пушкинская-10». Постановки современных режиссеров проходят в БДТ им. Г. А. Товстоногова.

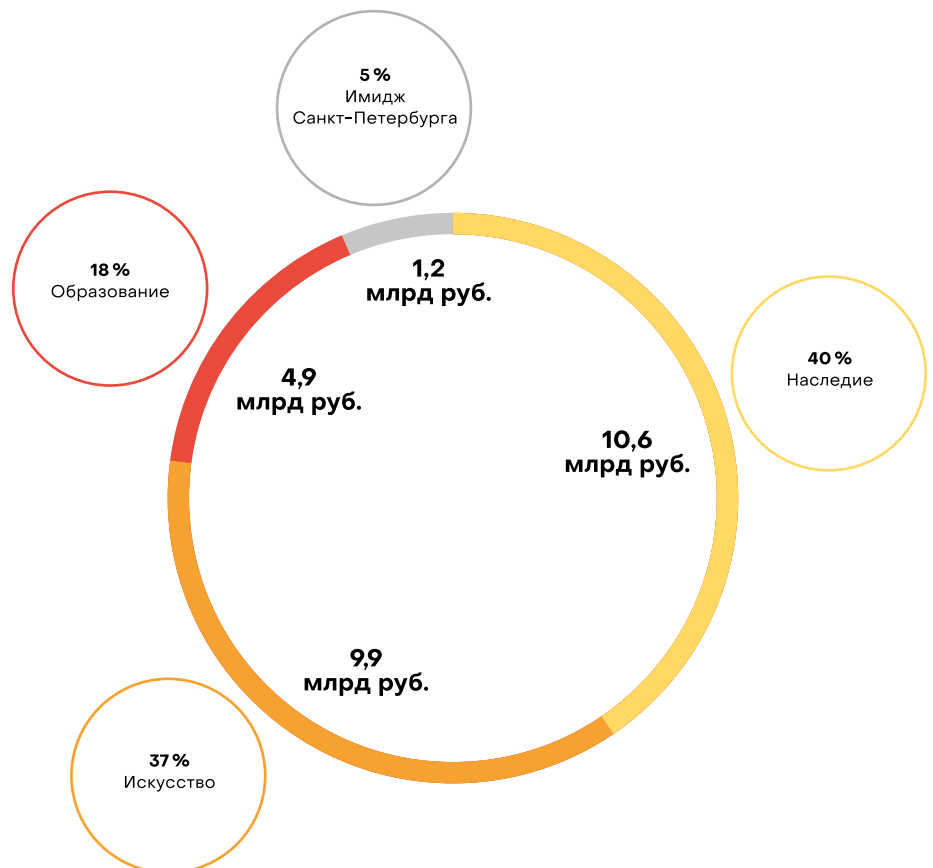
- 22 По данным Google о посещаемости объектов.
- 23 По данным опроса представителей общественных пространств, проведенных ФПИМИ в 2021 году, и экспертной оценки.

**Рис. 1-17.**  
**Распределение финансирования мероприятий государственной программы**

Согласно отчету Комитета по культуре Санкт-Петербурга за 2020 г., финансирование государственной программы «Развитие сферы культуры» в 2020 г. составило 26,5 млрд руб. Исполнение финансирования мероприятий государственной программы за 2020 г. — 99,3%, исполнение федерального финансирования — 100 %.

Программа «Развитие сферы культуры» включает четыре подпрограммы: подпрограмма № 1 — «Наследие»; подпрограмма № 2 — «Искусство»; подпрограмма № 3 — «Имидж Санкт-Петербурга»; подпрограмма № 4 — «Образование».

Источник: Комитет по культуре Санкт-Петербурга



# 5 ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НОВОЙ КУЛЬТУРЫ И НОВОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОГРАФИИ

Новая культурная география меняет урбанистическую среду и во многом формирует современный облик Петербурга, в котором комфортно жить, работать и учиться. Новая культура и креативные зоны, где она локализуется, способствуют выработке современного стиля города — динамики, открытости новациям, актуальным интерпретациям того же наследия — и созданию пространства для проявления культуры молодых. При этом инструменты, обеспечивающие такой культурный стиль, различны: новые архитектурные объекты, новые форматы недвижимости, торговли, сервисов, видов культурного опыта. Все это позволяет получить городу **«премии» в экономике и социальной сфере города за «красоту»<sup>24</sup>** — в виде роста инвестиций, туристического потока, сектора сложных услуг и культурных продуктов. Например, в 2019 г. Санкт-Петербург вошел в топ-50 самых красивых городов мира по версии туристического ресурса Flight Network, составленный на основе опроса экспертов в области путешествий, писателей, журналистов и тревел-блогеров<sup>25</sup>. Пока вклад ТКГ в красоту города существенно выше, чем НКГ, но последняя имеет максимальный потенциал роста и развития, так как это та культура, которая творится сейчас и в большей степени вовлекает аудиторию в коммуникацию, работает с ней и готова к мультисервисному подходу.

<sup>24</sup> Carlino G. A., Saiz A. Beautiful City: Leisure Amenities and Urban Growth // Journal of Regional Science. 2019. Vol. 50. Issue 3.

<sup>25</sup> Петербург вошел в топ-50 самых красивых городов мира по версии канадского туристического ресурса. URL: [www.visit-petersburg.ru/ru/news/3425](http://www.visit-petersburg.ru/ru/news/3425) (дата обращения: 01.07.2021).

## 5.1. ПОТЕНЦИАЛ ПРИРАЩЕНИЯ НОВОЙ КУЛЬТУРЫ И НОВОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОГРАФИИ

В Петербурге высокий спрос на посещение организаций культуры — по сравнению со всеми другими городами России. Есть спрос, а следовательно, и потенциал роста культурного сектора. При этом, учитывая почти предельную загрузку объектов ТКГ, дальнейший рост сектора будет обеспечиваться, скорее всего, за счет НКГ.

Новую культуру и рыночный оборот в пределах НКГ трудно оценить в денежных единицах. Хотя новая культура сильно коммерциализирована, но учет экономического оборота в статистике в данном рыночном секторе с трудом выделяется среди прочих, возможно связанных с культурным производством, видов деятельности, а культурные продукты и услуги не всегда выделены в ряду прочих услуг. Тем не менее рынок НКГ и совокупный оборот ее основных площадок могут быть рассчитаны.

Рис. 1-18.  
Оценка выручки 20 основных объектов новой культурной географии Санкт-Петербурга (2019 г., млрд руб.)

Источник: ФПИМИ по данным открытых источников

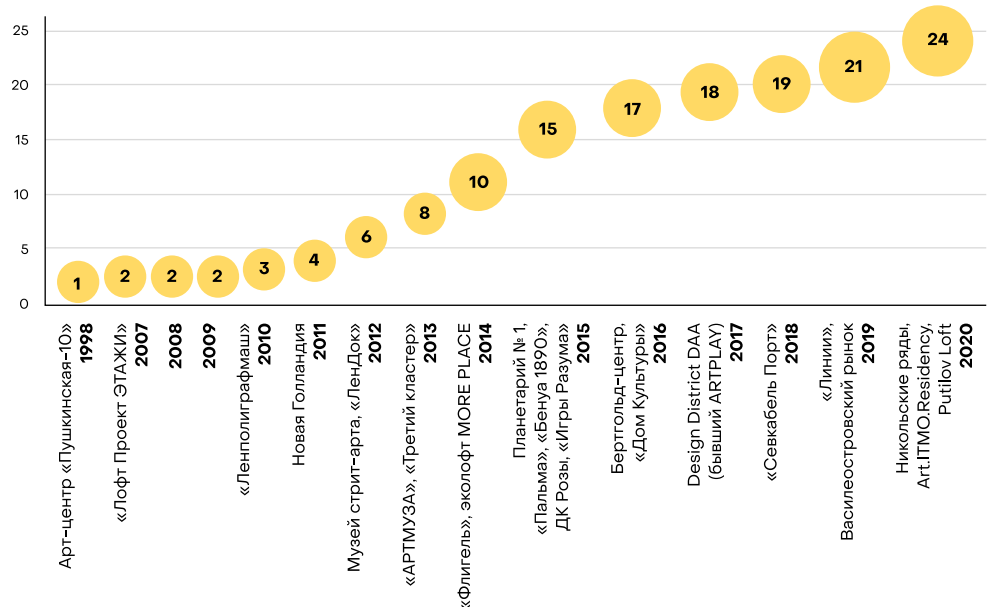


Темпы роста новых культурных и креативных индустрий были весьма значительными с середины 2000-х, но в настоящий момент затормозились, и не только потому, что часть потребления культурного контента переместилась в 2020 г. в онлайн, но и из-за того, что размывание границ новой культуры приводит к росту конкуренции — в структуре свободного времени и в структуре бюджетов потребления — между культурными проектами и различными видами образования, спортом, путешествиями, различными видами развлечений. С конца 2018 г. площадь креативных пространств в Петербурге выросла как минимум вдвое. По оценке Colliers International, в 2020 г. в Петербурге располагалось свыше 180 тыс. кв. м креативных зон, а по оценке Knight Frank St Petersburg — около 750 тыс. кв. м<sup>26</sup>. Можно предполагать, что площади креативных кластеров в Северной столице будут только расти.

<sup>26</sup> Кубатура общества. Площадь креативных пространств в Петербурге выросла в 2 раза. URL: [www.dp.ru/a/2020/03/15/Kubatura\\_obshhestva](http://www.dp.ru/a/2020/03/15/Kubatura_obshhestva) (дата обращения: 01.07.2021).

**Рис. 1-19.**  
Динамика открытия действующих в настоящее время в Санкт-Петербурге креативных пространств

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников



Для Петербурга значительным драйвером роста экономики НКГ может стать дальнейшее перераспределение туристического потока, как иностранного, так и внутрироссийского, на объекты НКГ.

Сейчас большая часть городского туристического сектора ориентирована на посещение уже существующих культурно-исторических объектов (памятники и памятные места, музеи, архитектурные ансамбли); это элементы ТКГ, которые нередко бывают перегружены туристами. В 2019 г. Санкт-Петербург посетило более 10 млн туристов, из них порядка 40% назвали основной целью путешествия приобщение к культуре, истории и художественному наследию города. Новая культурная география не может заменить ТКГ и не должна стремиться к этому, но она может частично снимать подобную нагрузку, а также способствовать гармоничному вливанию туристического потока в жизнь города, предлагая туристам познакомиться с неофициальной жизнью Петербурга, его самобытностью, новой архитектурой, самой современной (актуальной) культурной жизнью города, почувствовать его «своим». Такой подход повышает количество повторно возвращающихся туристов и миграционную привлекательность Северной столицы.

Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга совместно с порталом «Фонтанка.ру», Домом культуры Льва Лурье, ЦСР «Северо-Запад» и др. открывают проект «отЛичный Петербург». Это гид по новой туристической географии, который приглашает петербуржцев и всех заинтересованных принять участие в его создании. Проект нацелен на создание новых маршрутов, как указано на сайте, отличных от «Эрмитажа, Невского проспекта, Петергофа, Исаакиевского собора или Петропавловской крепости» и мотивирующих возвращаться в Петербург вновь и вновь. «отЛичный Петербург» открывает голосование всех заинтересованных по 14 номинациям (здания, арт-галереи, дворы, общественные

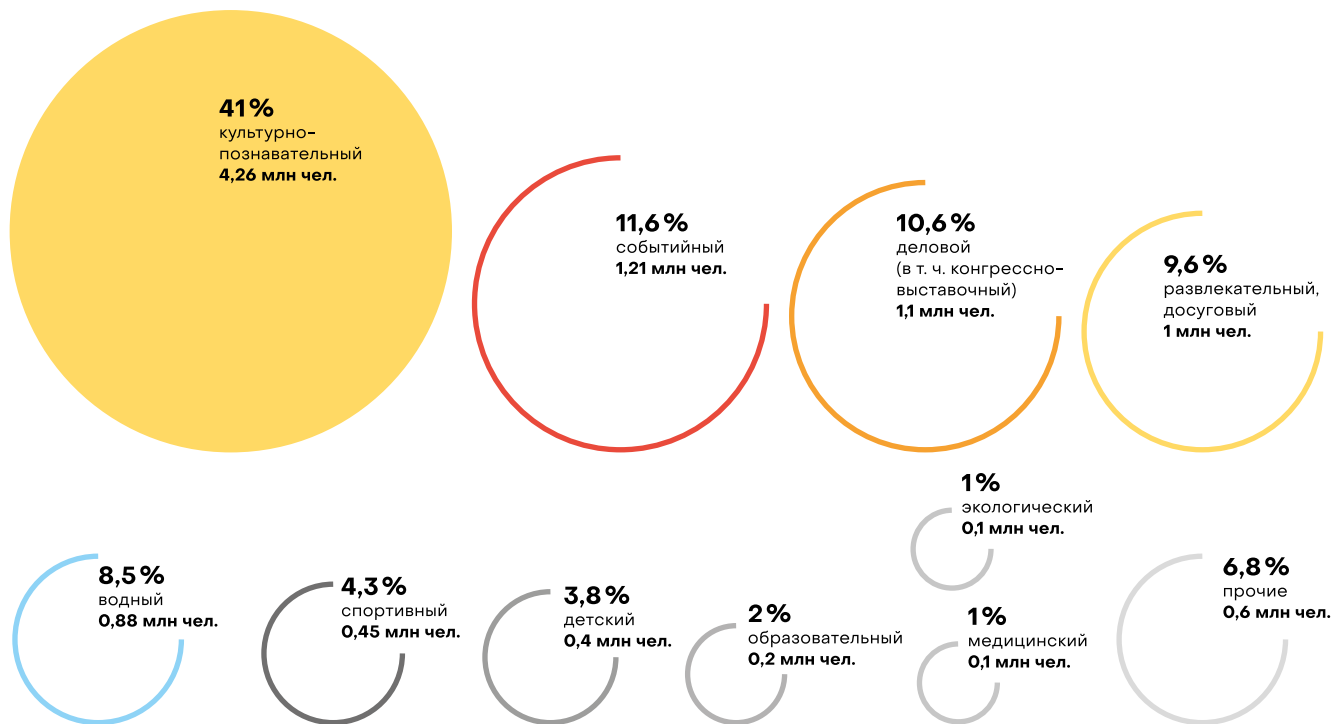
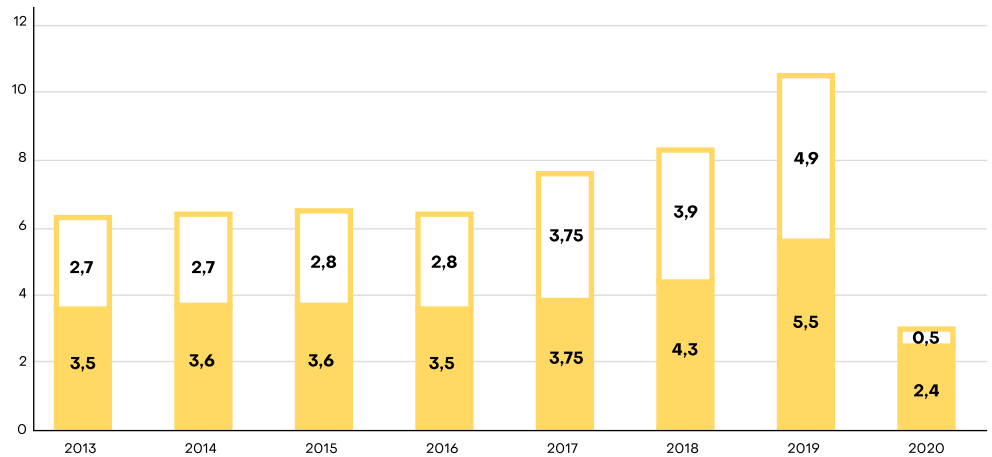


пространства, музеи, концептуальные и исторические отели, исторический петербургский общепит, авторские атмосферные рестораны, события и праздники, за границами центра, видовые точки, сады и парки, маршруты и авторские экскурсии, для детей и родителей) и перечню объектов, предложенных экспертами; объекты, получившие большее число голосов, войдут в маршруты новой туристической географии Санкт-Петербурга.

■ Российские  
 □ Иностранные

**Рис. 1-20.**  
 Туристический поток в Санкт-Петербурге в 2013–2020 гг., млн чел.

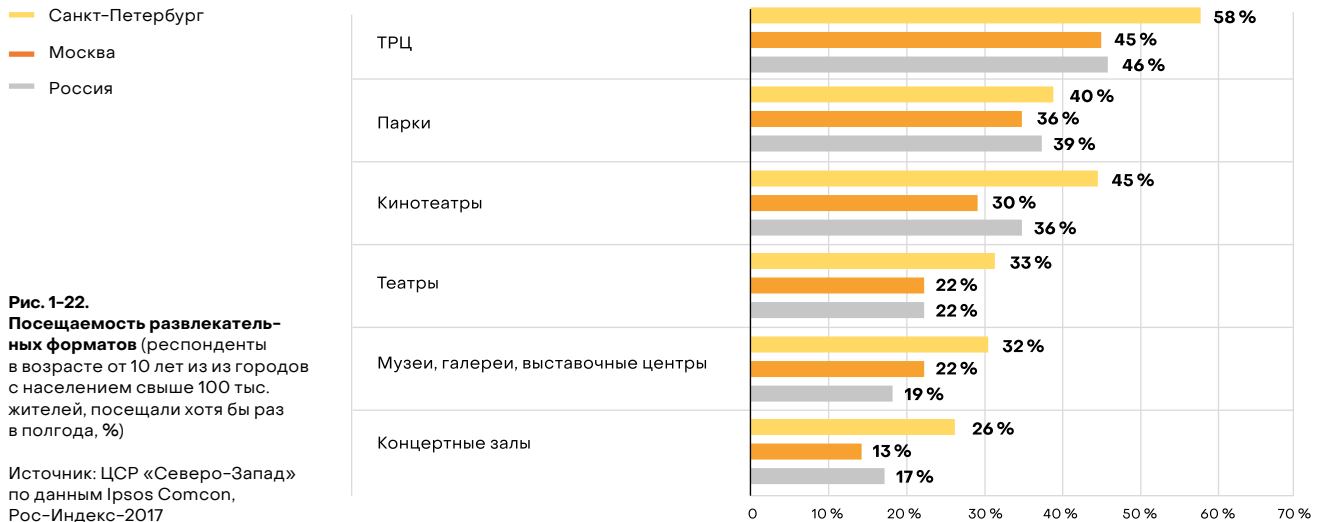
Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга



**Рис. 1-21.**  
 Оценка структуры туристического потока по видам туризма (причина поездки) в Санкт-Петербурге в 2019 г., млн чел.

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга

В настоящее время население города демонстрирует значительный спрос на продукты культуры. Треть жителей Санкт-Петербурга посещают музеи, выставочные центры, галереи и театры хотя бы раз в полгода — это более чем на 10% превышает количество посетителей подобных объектов досуга в Москве. В целом спрос на развлекательные форматы в Санкт-Петербурге значительно выше среднего показателя по стране.



**Рис. 1-22.** Посещаемость развлекательных форматов (респонденты в возрасте от 10 лет из городов с населением свыше 100 тыс. жителей, посещали хотя бы раз в полгода, %)  
 Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Ipsos Comcon, Рос-Индекс-2017

Еще одним драйвером роста объектов новой культуры является подъем так называемого повседневного творчества (everyday creativity) — это и волонтерские проекты в сфере искусства, и образовательные программы в сфере искусства, ремесел, дизайна, и творчество «для себя». По оценкам The Voluntary Arts Network<sup>27</sup>, в Великобритании и Северной Ирландии на 2018 г. было 63 тыс. групп волонтеров в сфере искусства с 10 млн участников. В Санкт-Петербурге число таких волонтеров пока по сравнению с Великобританией незначительно (по экспертным оценкам, около тысячи человек), но, скорее всего, в ближайшие годы сильно вырастет. В Петербурге сейчас более 700 художественных школ и курсов искусства, рисования, ремесел. Официально Комитетом по культуре Санкт-Петербурга реализуется региональный проект «Творческие люди Санкт-Петербурга», который предусматривает работу над развитием волонтерского движения и программу повышения квалификации для сотрудников учреждений культуры.

<sup>27</sup> Experimental Culture: A horizon scan commissioned by Arts Council England. Nesta, Arts Council England, 2018. P. 15.

## 5.2. ВЛИЯНИЕ НОВОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОГРАФИИ НА РЫНОК ТРУДА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

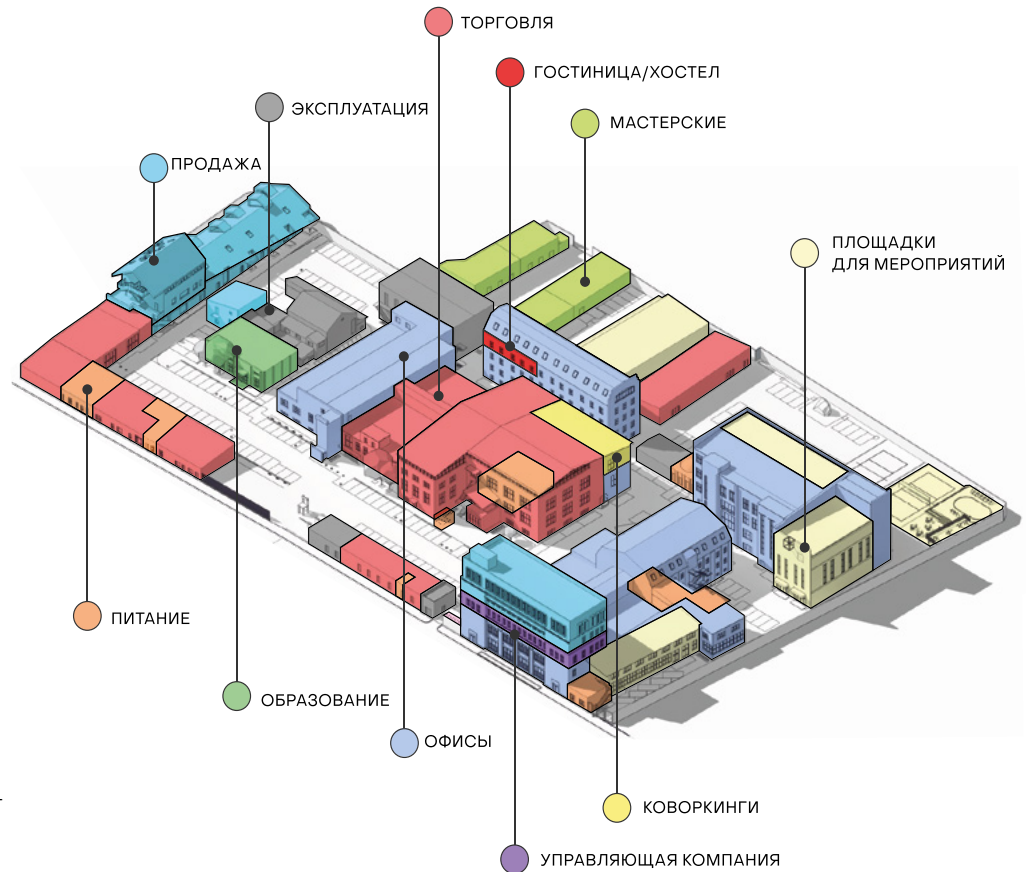
Новая культурная география обеспечивает создание рабочих мест, число которых сопоставимо с количеством мест в бюджетных учреждениях культуры и искусства в Петербурге.



**Рис. 1-23.** Оценка количества занятых в организациях на территории 20 креативных пространств<sup>28</sup> Санкт-Петербурга по указанным специализациям (2021, тыс. чел.)  
 Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников и опроса креативных пространств

<sup>28</sup> Технопарк «Ленполиграфмаш», «Бенуа 1890», кластер Design District DAA, эколофт MORE PLACE, «АРТМУЗА», «Севкабель Порт», «Линии», Василеостровский рынок, Новая Голландия, открытая киностудия «ЛенДок», Никольские ряды, лофт-особняк «Пальма», Бертгольд-центр, интеллектуальный кластер «Игры Разума», Putilov Loft, «Лофт Проект ЭТАЖИ», «Дом Культуры», «Флигель», «Третий кластер», Планетарий № 1 и «Люмьер-Холл».

Рост повседневного творчества жителей крупных городов, волонтерства в сфере искусства, подъем интереса к ремесленным практикам в мегаполисах порождают возможность дальнейшего увеличения числа занятых в новой культуре. Поскольку новая культура развивается на базе креативных кластеров и непосредственно связана с НКГ, одно рабочее место в сфере искусства и художественного ремесла создает не менее шести-девяти рабочих мест в смежных индустриях (и это даже без учета связи с туристическим сектором).



**Рис. 1-24.**  
Функциональные зоны креативного кластера «Дизайн-завод «Флакон»»

Источник: Сносить нельзя ревитализировать: практическое руководство по созданию креативного кластера. М.: FLACON-X, Центр городских компетенций АСИ, 2019

В Европе в сфере креативной и культурной индустрии, во-первых, распределение рабочих мест в последнее десятилетие шло в пользу тех, кто занимался музыкальной индустрией, исполнительским и изобразительным искусством; во-вторых, постоянно росла доля самозанятых и фрилансеров; в-третьих, общая занятость в этой сфере увеличивалась гораздо более высокими темпами, чем в среднем по экономике<sup>29</sup>. Скорее всего, такая тенденция будет наблюдаться и в Петербурге<sup>30</sup>.

В исследовании Miles & Yards «Креативный остров» (2019), посвященном развитию креативной индустрии Васильевского острова, отмечалось, что только на существовавших на тот момент креативных площадках острова (144,6 тыс. кв. м) было создано почти 3,8 тыс. рабочих мест, без учета занятых в бюджетном, культурном и образовательном секторах. При этом потенциал роста в среднесрочной перспективе, по оценкам, достигал до 11,4 тыс. рабочих мест, т. е. был выше более чем в 2,5 раза.

<sup>29</sup> Например, в Великобритании занятость в сфере музыки, изобразительного и исполнительского искусства в 2011–2016 гг. выросла на 36,6%, а занятость в музеях, галереях — только на 1,4%. Но в целом занятость в творческих отраслях увеличилась на 25,4%, что втрое больше, чем в среднем по экономике (Experimental Culture. P. 7).

<sup>30</sup> В феврале–марте 2020 г. агентством «Творческие индустрии» было проведено исследование потенциала творческих индустрий для Москвы и девяти соседних регионов: Московской, Владимирской, Ивановской, Калужской, Рязанской, Смоленской, Тверской, Тульской и Ярославской областей. Индивидуальных предпринимателей в сфере творческих индустрий оказалось почти в 10 раз больше, чем юридических лиц. В сфере креативной экономики работают в подавляющем большинстве микро- (78%) и малые (19%) предприятия (Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии. Теории и практики. М.: Классика-XXI, 2010).

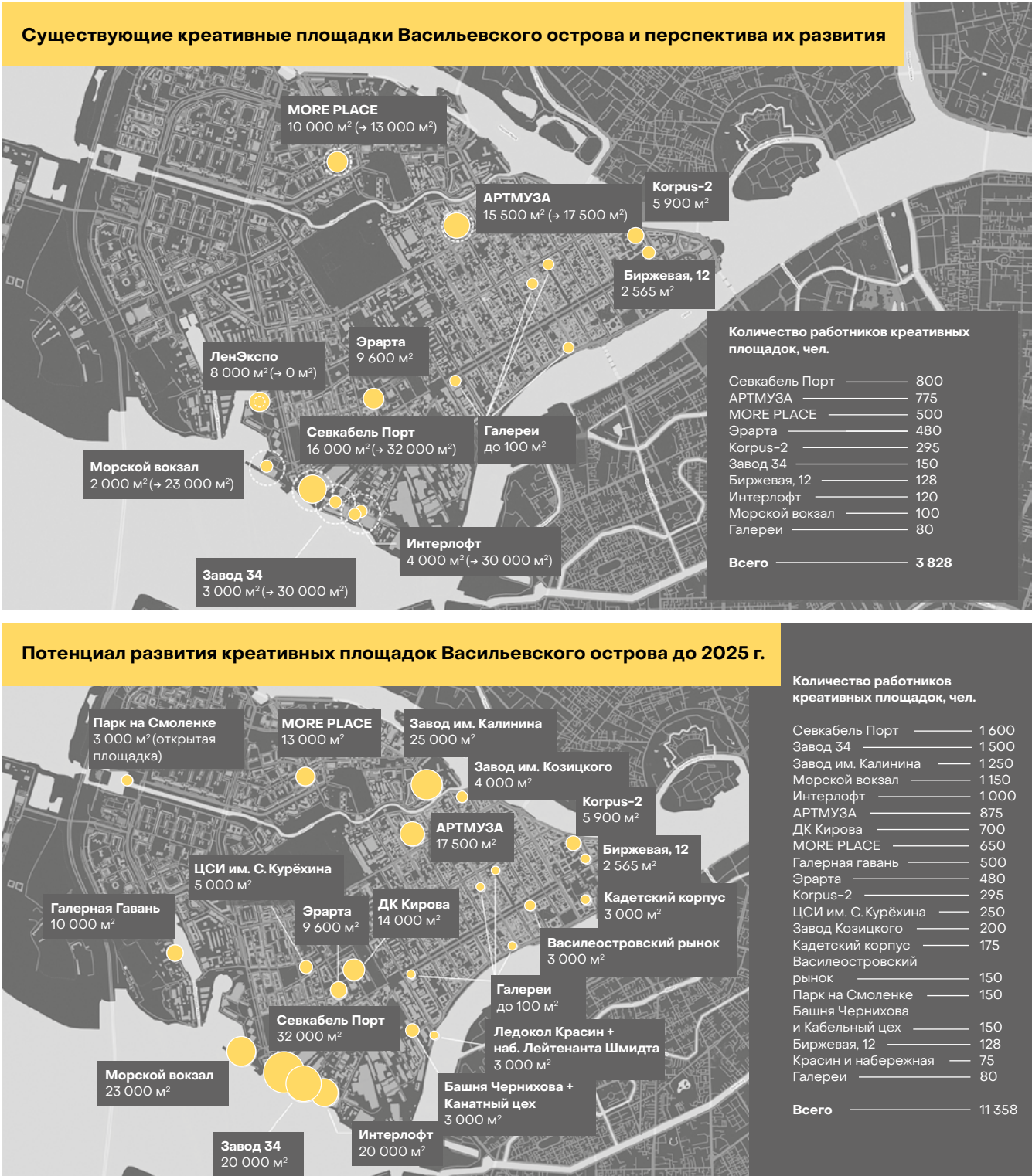


Рис. 1–25. Существующие креативные площадки Васильевского острова и потенциал их развития до 2025 г.

Источник: «Креативный остров» (Miles & Yards, 2019)

Таким образом, потенциал роста занятых/спроса на рабочие места в сфере новой культуры может оцениваться как значительный. Большой вклад в его реализацию способен внести сектор образования. В Санкт-Петербурге 25 вузов, ведущих подготовку по направлению «искусство и культура». Численность данной целевой аудитории — около 14 600 чел. (6,44% от всех студентов в Петербурге)<sup>31</sup>. Около 30% студентов по направлениям «искусствознание», «культуроведение» и «социокультурные проекты» по окончании вуза работают не по специальности (по данным Росстата, 2019 г.<sup>32</sup>).

**31** Характеристика системы высшего образования. URL: [monitoring.miccedu.ru/iam/2019\\_vpo/material.php?type=2&id=10201](http://monitoring.miccedu.ru/iam/2019_vpo/material.php?type=2&id=10201) (дата обращения: 01.07.2021).

**32** Итоги выборочного обследования рабочей силы. URL: [rosstat.gov.ru/compendium/document/13265](http://rosstat.gov.ru/compendium/document/13265) (дата обращения: 01.07.2021).



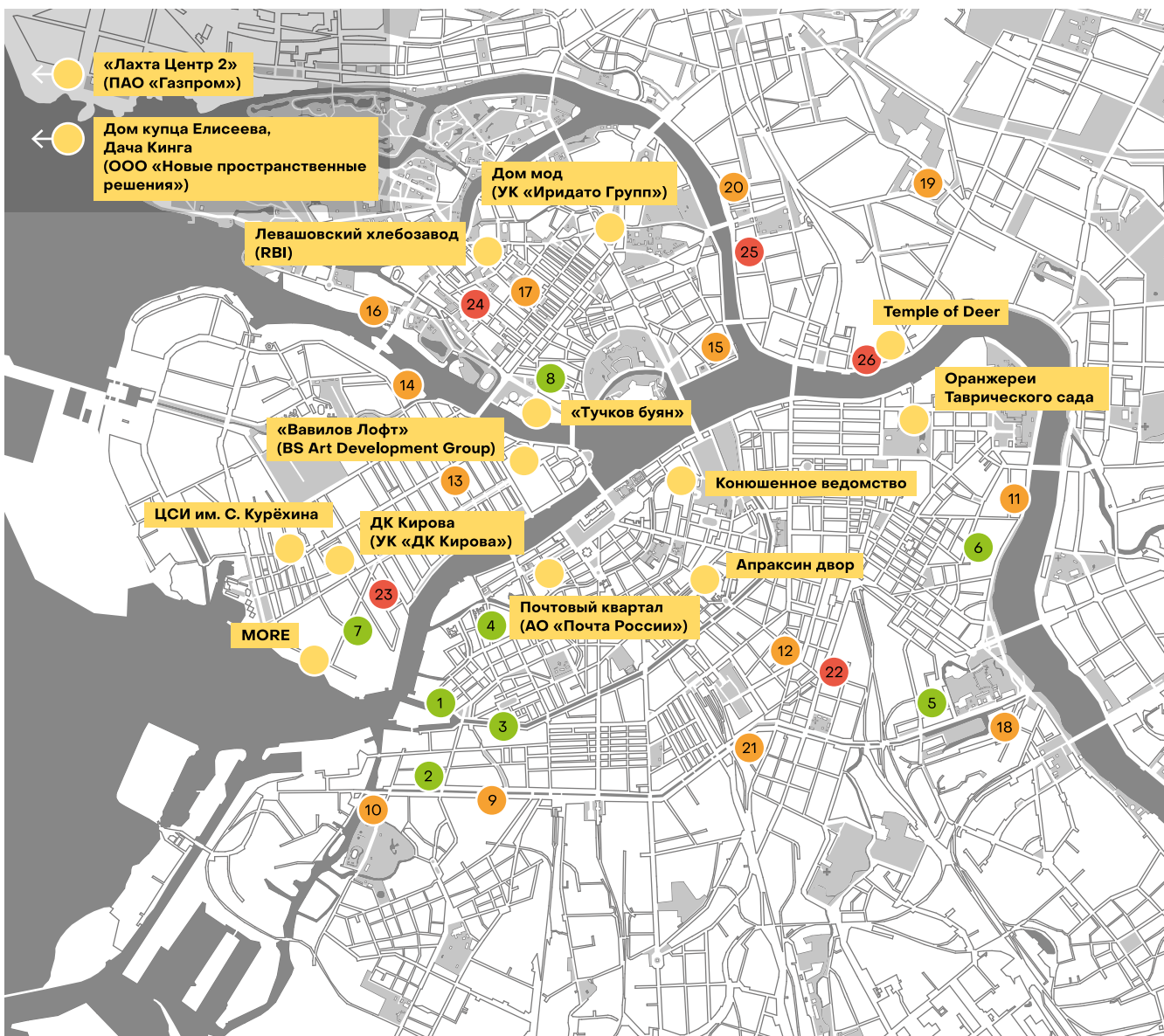
5.3. ИНВЕСТИЦИИ В ДАННЫЙ СЕКТОР СУЩЕСТВЕННО МЕНЯЮТ ОБЛИК ГОРОДА И ГОРОДСКУЮ СРЕДУ, ПРЕОБРАЗОВЫВАЯ ЗАБРОШЕННЫЕ, НЕ ИСПОЛЗУЕМЫЕ ПО НАЗНАЧЕНИЮ ТЕРРИТОРИИ

По оценке FLACON-X и Центра городских компетенций Агентства стратегических инициатив, свыше 59% креативных кластеров страны в 2019 г. было сосредоточено в Москве и 17% — в Санкт-Петербурге<sup>33</sup>. Инвестиции в новую культурную географию, как никакие другие, меняют облик города и городскую среду. Они способны возродить (ревитализировать) «серый пояс» Петербурга, может быть, даже лучше, чем развитие жилищного строительства. «В мировой практике наблюдается тенденция размещения креативных кластеров в бывших промышленных объектах. Это связано с потребностями аудитории креативного кластера: сохранением духа и истории места, необходимой планировочной гибкостью и адаптивностью индустриальных зданий, эстетикой их пространства, а также пониженной стоимостью арендуемых площадей на таких объектах»<sup>34</sup>.

Территория города включает значительные по своим размерам промышленные зоны, имеющие потенциал для девелопмента разных видов. На рис. 1-26 представлена карта, демонстрирующая не только планируемые к открытию объекты НКГ, но и ограниченное количество промышленных предприятий, которые в долгосрочной перспективе могут стать локациями проектов новой культурной географии.

33 Т. Журавлева, И.Токарев, Я. Ярмошук. Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера. М.: ООО «Флакон Икс», 2020, с. 111.

34 Там же. С. 14.



Во всяком случае, именно современные архитектурные решения отражают современный, в том числе и культурный, стиль Петербурга, сами становятся площадкой для творчества (как минимум фотографирования, instagrammable places), а ревитализированные креативные пространства — центрами культурной жизни города.



Рис. 1-27. ↑  
Современная архитектура Санкт-Петербурга: «Лахта Центр», «Газпром Арена», ЗСД

Источник: [zaburdaev.ru/photo](http://zaburdaev.ru/photo)

Рис. 1-26. ←  
Карта перспективных проектов новой культурной географии в Санкт-Петербурге и потенциальные промышленные площадки для развития в долгосрочной перспективе, представляющие историческую ценность

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников; перечень промышленных объектов: Штиглиц М. С., Лелина В. И., Гордеева М. А., Кириков Б. М. Памятники промышленной архитектуры Санкт-Петербурга. СПб.: Северный паломник, 2020

● ПЛАНИРУЕМЫЕ К ОТКРЫТИЮ ОБЪЕКТЫ НКГ

- ДК Кирова
- Почтовый квартал
- Конюшенное ведомство «Тучков буян»
- Левашовский хлебозавод
- ЦСИ им. С. Курёхина
- Дом мод MoRe
- Апраксин двор
- Оранжереи Таврического сада «Вавилон Лофт»
- Temple of Deer
- «Лахта Центр 2»
- Дом купца Елисеева, Дача Кинга

● ФУНКЦИОНИРУЮЩИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Адмиралтейский судостроительный завод
2. Российская бумагопрядильная мануфактура (фабрика «Веретено»)
3. Экспедиция заготовления государственных бумаг (бумажная фабрика «Гознак»)
4. Кондитерская фабрика «Жорж Борман» (кондитерская фабрика им. К. Самойловой)
5. Центральная электростанция городского трамвая (НПО ЦКТИ им. И. И. Ползунова)
6. Санкт-Петербургское общество электрических сооружений (Центральная ТЭЦ)
7. Балтийский судостроительный завод
8. Электротехнический завод «Н. К. Гейслер и К» (завод им. А. А. Кулакова)

● ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, РАБОТАЮЩИЕ НЕ ПО НАЗНАЧЕНИЮ

9. Мануфактура «Красный треугольник»
10. Чернореченская бумагопрядильная мануфактура Л. Е. Кенига (комбинат «Советская звезда»)
11. Товарищество Невской бумагопрядильной мануфактуры (прядельно-ниточный комбинат им. С. М. Кирова)
12. Механический завод «К. Зигель» (завод электронных приборов времени «Хронотрон»)
13. Товарищество фабрик табачных изделий «Лаферм»
14. Санкт-Петербургский трубочный завод (завод им. М. И. Калинина)
15. Фильтроозонная станция
16. Товарищество канатной фабрики И. Гота
17. Печатный двор им. А. М. Горького
18. Элеватор Акционерного общества товарных складов (АО «Невская мельница»)

19. Главная понижающая подстанция Волховской ГЭС
20. Телефонный завод Русского акционерного общества «Л. М. Эриксон и К»
21. Новая бумагопрядильная мануфактура

● ЗАКРЫТЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

22. Чугунолитейный и механический завод Ф. К. Сан-Галли
23. Чугунолитейный и бронзовый завод Ф. Шопена (проволочно-гвоздильный завод «Красный гвоздильщик»)
24. Фабрика Керстена (трикотажная фабрика «Красное знамя»)
25. Механический завод «Людвиг Нобель» («Русский дизель»)
26. «Кресты»



## КЕЙС 1-3

### Крупнейшие креативные пространства Санкт-Петербурга. Первый этап реконструкции — 2011–2016 гг.: в «сером поясе» исторического центра

Новая Голландия  
до реконструкции



Источник: prorus.ru/projects/novaya-gollandiya-v-sanktpeterburge  
Автор: Петр Тимофеев. Год: 2013

Новая Голландия  
после реконструкции



Источник: newhollandsp.ru/history/recent-history  
Год: 2019

7,8 га островной зоны,  
Садовая аллея, Травяной сад.  
Свыше 16 тыс. кв. м офисных  
площадей.

12 кафе и бистро, 2 ресторана,  
14 магазинов, стрит-фуд,  
5 студий красоты, спорта и искус-  
ства. Несколько концертов в месяц.  
Открытый лекторий.

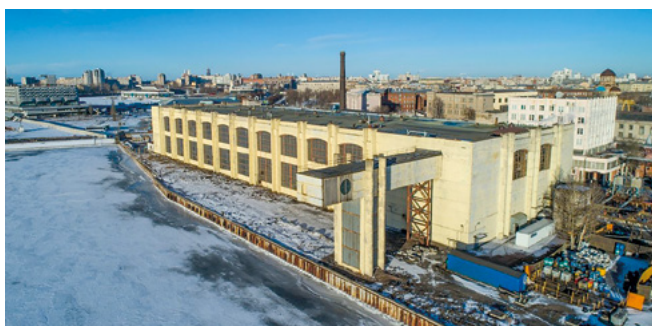
Несколько сеансов кино  
и спектаклей в месяц.

Выставки и инсталляции.

Детские площадки, клубы  
и школы.

До 2 млн посетителей в год  
(данные за 2019 г.).

«Севкабель Порт» до  
создания креативного кластера



Источник: prorus.ru/projects/proekt-razvitiya-pribrezhnoj-territorii-  
zavoda-siemens-halske-sevkabel-port/  
Автор: неизвестен. Год: 2016

«Севкабель Порт» после  
создания креативного кластера



Источник: sevcableport.ru  
Проект: фестиваль «Ах, море»  
Год: 2020

Открылся в сентябре 2018 г.  
в «сером поясе», примыкающем  
к историческому центру  
Петербурга.

Территория: около 3 га; 32 тыс. кв. м  
помещений. Пешеходная набе-  
режная с видом на Финский залив.

В 2019 г. посетили более  
1 650 тыс. гостей, в том числе  
300 тыс. туристов.

Зимой работает «Каток у моря».

13 кафе, стрит-фуд.

600 концертов, выставок и иных  
событий в год.

5.4. КРОМЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ГОРОДА НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ НЕСЕТ РИСКИ И ПРОБЛЕМЫ

Экспансия новой культуры и новой культурной географии влечет за собой не только позитивные, но и негативные последствия для пространственного развития Петербурга. Давно фиксируется эмпирически, а в 2000–2010-х стало фактом научного анализа, что джентрификация исторических центров крупных городов и рост туристического потока в зонах ее развертывания приводят к запуску процесса **коммерциализации любой культурной активности**. Это имеет комплекс последствий, неоднозначных для города и городского сообщества:

1. **Вытеснение (displacement)** менее ценных в экономическом отношении видов активности (ускоренный рост цен в районах, близких к наиболее котирующимся объектам ТКГ и НКГ) — вместе с предприятиями и жителями. Менее коммерчески привлекательная культурная деятельность легко вытесняется более коммерчески привлекательной, а если окажется, что район выгоднее использовать под дорогое жилье, чем под что-либо иное, в том числе и под креативные и культурные индустрии, это «киное» очень быстро выводится с территории<sup>35</sup>.
2. **Туристификация (touristification)** как приспособление большинства объектов недвижимости (включая историко-культурные) под обслуживание все время возрастающего туристического потока, сверхэксплуатация упомянутых объектов, неизбежно приводящая к их деградации и к вытеснению постоянных обитателей этих районов туристами. Особенно от сверхтуризма и туристификации страдают наиболее красивые исторические центры городов, в них культура сводится к развлечению исключительно туристов, сильно (иногда до карикатурности) упрощается<sup>36</sup>.
3. **Фудификация (foodification)** как чрезвычайная плотность локализации ресторанов, кафе, других заведений общепита и вытеснение ими иных видов культурной, развлекательной и прочей неутилитарной активности городских жителей и туристов. Во многих городах происходит преобразование исторических центров в торговое пространство с преобладанием торговли продовольственными товарами, а также услуг общественного питания. Центральные районы исторических городов берут на себя функцию сцены и витрины для недолговечных городских впечатлений, направленных на посетителей в ущерб постоянным жителям, а культурные индустрии, по сути, сводятся к одному «культурному опыту» — кухне<sup>37</sup>.
4. **Финансиализация пространства (financialization)**, когда недвижимость креативных пространств владельцами и инвесторами рассматривается в первую очередь как финансовый актив, при распоряжении которым культурная функция может быть легко изменена, если это будет необходимо для обеспечения большей ликвидности и капитализации актива<sup>38</sup>.
5. **Ускоренное устаревание и быстрая потеря актуальности** — новая культура существует в жизненном цикле моды изменчивых культурных вкусов и привычек аудитории<sup>39</sup>, событийная насыщенность досуга превратилась в новую культурную ориентацию, когда люди выражают свою идентичность через стиль потребления и погоню за новыми ощущениями и новыми культурными практиками<sup>40</sup>.

35 *Preis B., Janakiraman A., Bob A., Steil J.* Mapping Gentrification and Displacement Pressure: An Exploration of Four Distinct Methodologies // *Urban Studies*. 2020. Vol. 58. Issue 2; *Lukens D.* Configurations of Gentrification and Displacement: Chronic Displacement as an Eject of Redevelopment in Seoul, South Korea // *Urban Geography*. 2020 (URL: doi.org/10.1080/02723638.2020.1742467 (дата обращения: 01.07.2021)); и др.

36 *Sequera J., Nofre J.* Shaken, Not Stirred. New Debates on Touristification and the Limits of Gentrification // *City. Analysis of Urban Change, Theory, Action*. 2018. Vol. 22. Issue 5–6; *Overtourism: Issues, Realities and Solutions / ed. by R. Dodds and R. W. Butler.* Berlin : de Gruyter, 2019; *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism / C. Ribeiro de Almeida, A. Quintano, M. Simancas, R. Huete and Z. Breda.* Hershey : IGI Global, 2020; и др.

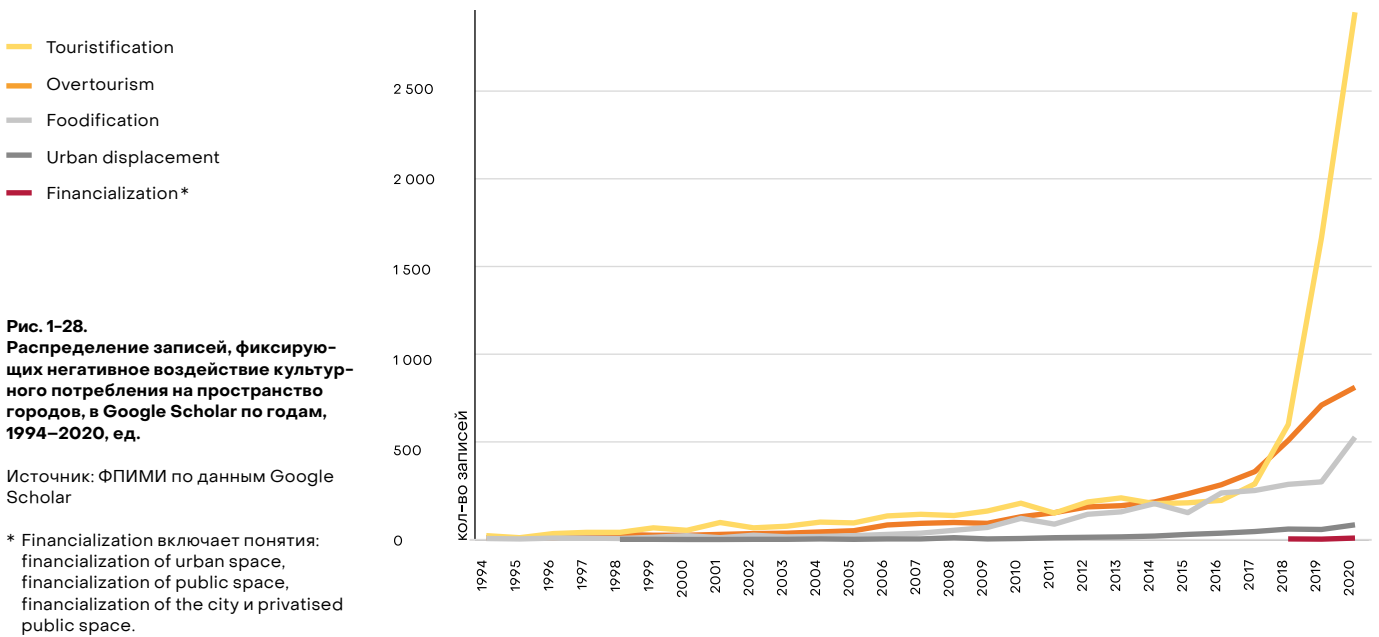
37 *Bourlessas P., Cenere S., Vanolo A.* The Work of Foodification: An Analysis of Food Gentrification in Turin, Italy // *Urban Geography*. 2021; *Hancox D.* The “Street Food” Swindle: Fake Diversity, Privatised Space — and Such Small Portions! // *Guardian*. 2020. 23 February; *Loda M., Bonati S., Puttilli M.* History to Eat. The Foodification of the Historic Centre of Florence // *Cities*. 2020. Vol. 103; и др.

38 *Weber R.* Selling City Futures: The Financialization of Urban Redevelopment Policy // *Economic Geography*. 2010. Vol. 86. Issue 3; *Hall S., Leyshon A.* Financialization, Space and Place // *Regional Studies*. 2013. Vol. 47. Issue 6; *Fields D.* Contesting the Financialization of Urban Space: Community Organizations and the Struggle to Preserve Affordable Rental Housing in New York City // *Journal of Urban Affairs*. 2015. Vol. 37. Issue 2; и др.

39 *Хезмондалш Д.* Культурные индустрии. М. : Изд. дом ВШЭ, 2018. С. 15.

40 *Вайсман Дж.* Времени в обреш: ускорение жизни при цифровом капитализме. М. : Дело, 2019. С. 17–19, 79, 121–126.





**Рис. 1-28.** Распределение записей, фиксирующих негативное воздействие культурного потребления на пространство городов, в Google Scholar по годам, 1994–2020, ед.

Источник: ФПИМИ по данным Google Scholar

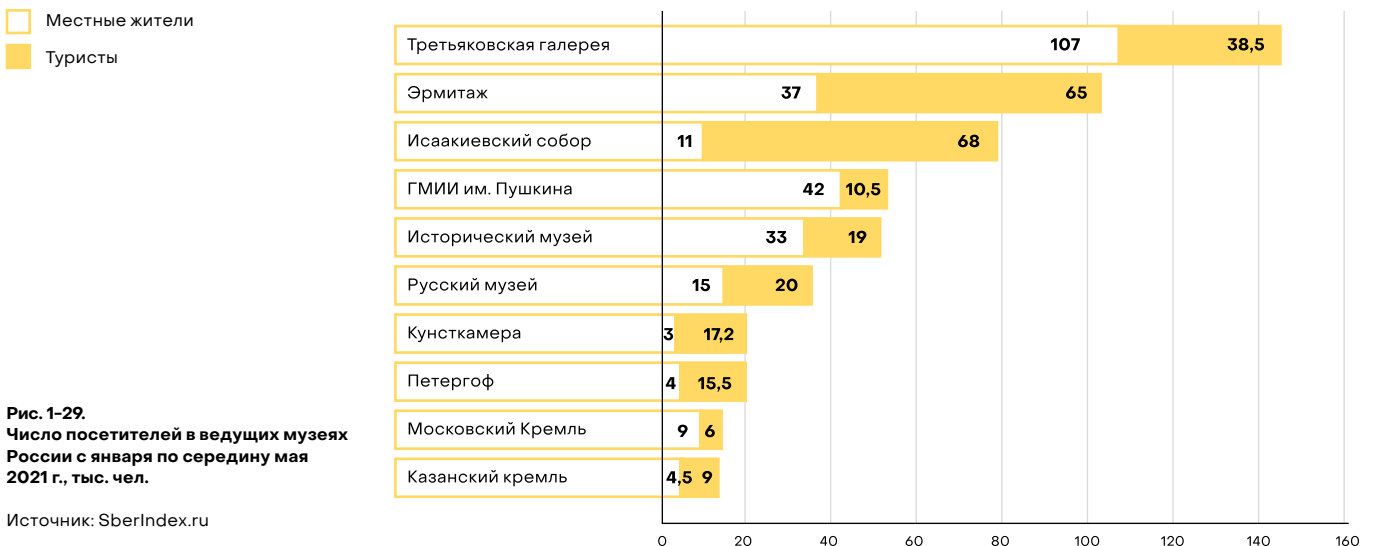
\* Financialization включает понятия: financialization of urban space, financialization of public space, financialization of the city и privatised public space.

Все риски и проблемы новой культурной географии в полной мере реализуются применительно к Санкт-Петербургу и его историческому центру, а именно в традиционной культурной географии города. Уже сейчас крупнейшие городские музеи и пригородные дворцово-парковые комплексы больше обслуживают туристический поток, чем посещения горожан<sup>41</sup> (в отличие от музеев Москвы<sup>42</sup>). Соседствующая со знаковыми креативными пространствами и туристическими зонами недвижимость в Петербурге поступательно дорожает, что далеко не всегда совпадает с интересами местных жителей, поскольку дорожает и жизнь в данных районах<sup>43</sup>.

**41** Свернуть с проторенной тропы. URL: [spb.plus.rbc.ru/news/5e4559797a8aa9ccbc1acf24](http://spb.plus.rbc.ru/news/5e4559797a8aa9ccbc1acf24) (дата обращения: 01.07.2021).

**42** В петербургских музеях доля клиентов Сбербанка из других регионов составляет от 55 до 85 %. В московских музеях этот показатель в среднем равен 29 % (Растет спрос на российские музеи. URL: [sberindex.ru/rue/researches/rastet-spros-na-rossiiskie-muzei](http://sberindex.ru/rue/researches/rastet-spros-na-rossiiskie-muzei) (дата обращения: 01.07.2021)).

**43** В центре Петербурга появились новые ресторанные улицы. URL: [rbc.ru/spb\\_sz/05/08/2019/5d4823fa9a7947ac17875545](http://rbc.ru/spb_sz/05/08/2019/5d4823fa9a7947ac17875545) (дата обращения: 01.07.2021).

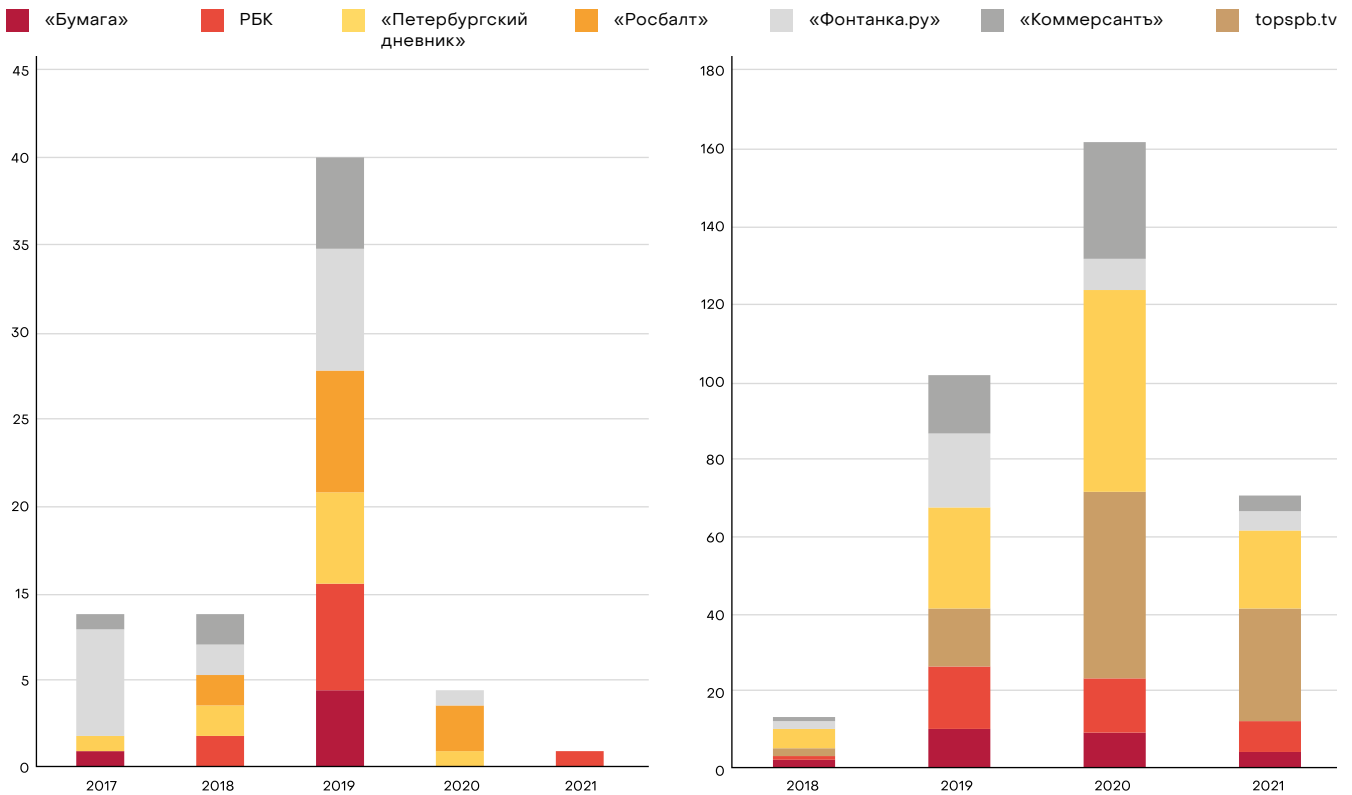


**Рис. 1-29.** Число посетителей в ведущих музеях России с января по середину мая 2021 г., тыс. чел.

Источник: SberIndex.ru

В 2017–2019 гг. в петербургской прессе регулярно появлялись публикации, в которых фиксировались конфликты интересов туристов и местных жителей, последних и посетителей развлекательных зон. Сегодня 70 % коллективных средств размещения Петербурга находятся в Центральном и Адмиралтейском районах. Если в течение нескольких лет не будут созданы привлекательные для туристов зоны вне «золотого треугольника» в историческом центре, город обрстет множеством конфликтов, подобным тем, что происходят уже сейчас на улице Рубинштейна, Большой Конюшенной и Садовой улицах. Есть риск того, что конфликт между комфортом горожан и досугом туристов будет усугубляться<sup>44</sup>.

**44** Миллионы на Невском: готов ли Петербург к резкому росту турпотока. URL: [rbc.ru/spb\\_sz/30/07/2019/5d400d369a794703fc45aa10](http://rbc.ru/spb_sz/30/07/2019/5d400d369a794703fc45aa10) (дата обращения: 01.07.2021).



**Рис. 1-30.** Отражение рядом СМИ сокращения доступности учреждений культуры и городских пространств вследствие роста потока туристов в Санкт-Петербурге (в период с 01.01.2018 по 15.05.2021)

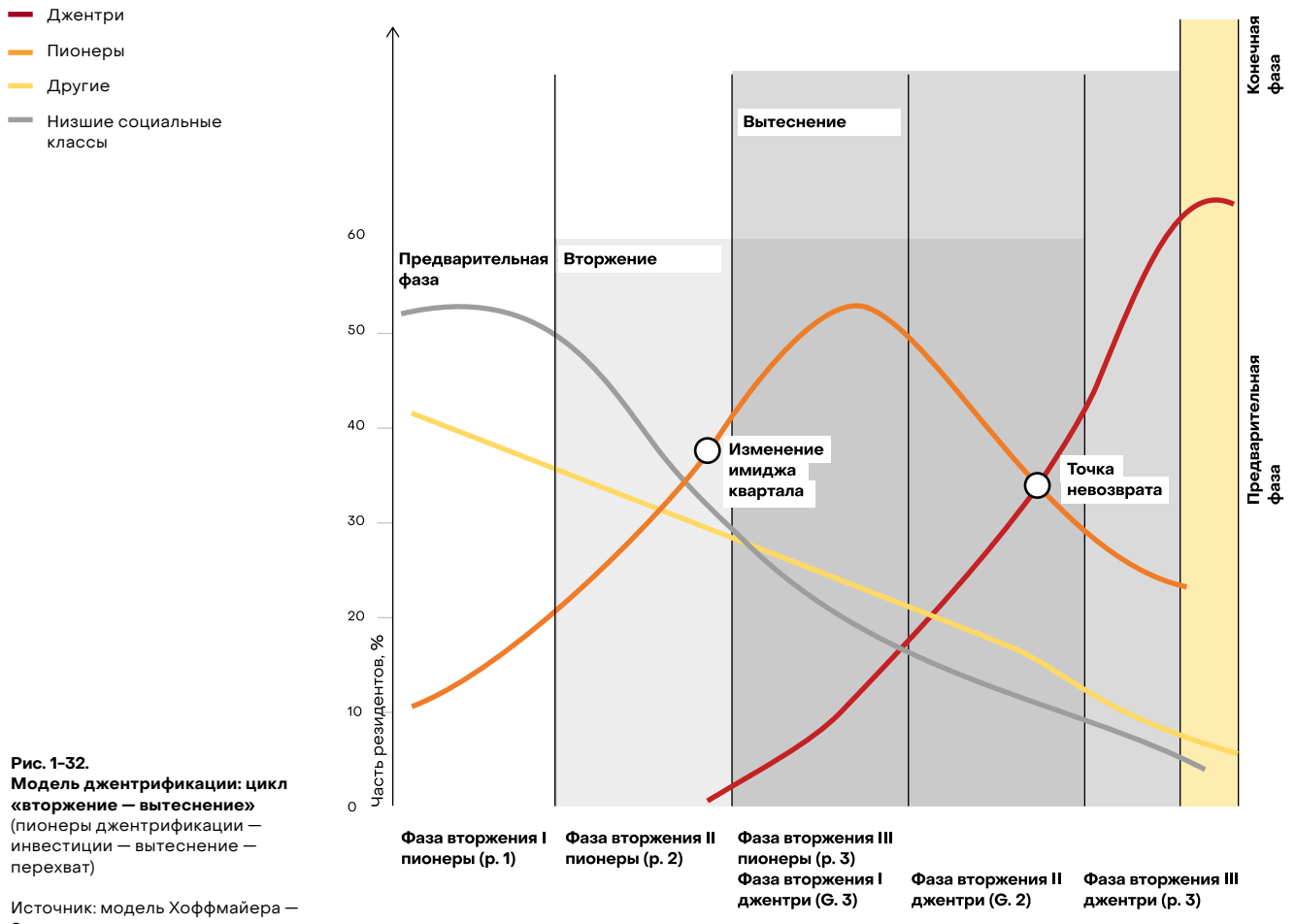
Источник: ФПИМИ по публикациям изданий

**Рис. 1-31.** Отражение рядом СМИ конфликта организаций общепита и жителей улицы Рубинштейна в Санкт-Петербурге (в период с 01.01.2018 по 15.05.2021)

Источник: ФПИМИ по публикациям изданий

Для объектов НКГ риск прекращения деятельности гораздо выше, чем для объектов ТКГ, прошедших проверку временем и находящихся на бюджетном финансировании. В силу этого НКГ Петербурга чрезвычайно изменчива. Лаборатория качества городской жизни Института дизайна и урбанистики Университета ИТМО (2018) зафиксировала среднюю продолжительность жизни различных типов креативных площадок и предложила следующую градацию, обозначив средний период жизни: арт-галереи — пять лет (**см. рис. «Количество площадок и проектов современного искусства в Петербурге по годам» (учитывались действующие по настоящее время)**), арт-кафе — пять лет (благодаря одному из старейших кафе Петербурга, восстановленному 17 лет назад, «Бродячей собаке»; без него средняя продолжительность жизни арт-кафе составит 3,6 года), коворкинги — два года, креативные кластеры — 3,8 года.

Джентрификация в мире и в Санкт-Петербурге является частью процесса восстановления временно деградировавших городских территорий. Но нужно помнить, что privately owned public space (POPS) — не финальный этап восстановления экономической и культурной ценности территории. Джентрификация происходит по нескольким сценариям; два основных таковы: либо инвестор приходит на территорию вместе с креативными командами и решениями («Севкабель Порт», остров Новая Голландия, Никольские ряды и др.), либо на территорию приходят пионеры развития — малый креативный бизнес, которые приспособливают недвижимость и пространства под креативную функцию, вовлекают в свои культурные проекты (первоначальное развитие кластера «Ленполиграфмаш», формирование ресторанных улиц, Бертгольд-центр, «Голицын Лофт»). Но обычно у всех этих сценариев схожий финал: как только капитализация территории позволяет использовать ее под более выгодный бизнес — жилищное строительство или иное коммерческое применение, инвесторы вытесняют креативные и культурные индустрии. Пионеры освоения пространства и его приспособления под креативную культурную функцию почти неизбежно — рано или поздно — покинут данное пространство. Им на смену приходят другие инвесторы и джентри новой волны.



В мае 2020 г. старейшее в городе креативное пространство «Ткачи» было продано ради создания бизнес-центра класса А. В этом же году «Бронка Групп», которой принадлежит «Голицын Лофт», разорвала отношения с управляющей компанией BS Art Development Group. На место креативных индустрий и культурных объектов, скорее всего, в следующем цикле инвестиций придут офисы и дорогое жилье.

Вырабатывая культурную политику Петербурга, учитывающую ее новую географию, необходимо осознавать риски, которые несет в себе развитие культурных индустрий по модели джентрификации. Полностью демпфировать эти риски невозможно, да и не нужно, особенно когда речь идет о ревитализации «серого пояса» (промышленных площадок, утративших свое производственное значение) Петербурга. Но в отношении исторического центра все же есть резон предпринимать меры по защите от сверхтуризма, фудификации и т. п., подобные тем, что осуществляются в последние годы в Барселоне, Амстердаме, Риме, на Майорке<sup>45</sup>.

<sup>45</sup> Под Петербургом открылись парки, усадьбы и крепости. URL: [www.rbc.ru/spb\\_sz/30/05/2020/5ed20a0b9a7947c82b28e5f5](http://www.rbc.ru/spb_sz/30/05/2020/5ed20a0b9a7947c82b28e5f5) (дата обращения: 01.07.2021).

# 6

## КАКИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МОГУТ БЫТЬ ПОСТАВЛЕНЫ В СФЕРЕ НОВОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОГРАФИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

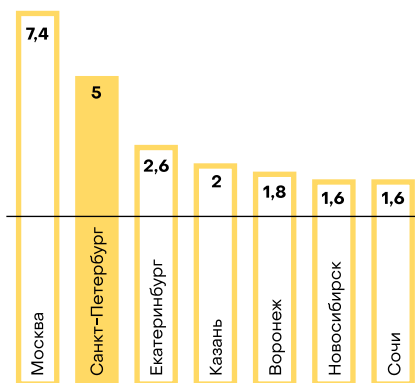
### 6.1. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ

**1. Расширить сектор культурной индустрии города, петербургской новой культурной географии, повысив его разнообразие, масштабы и лидерский потенциал.** За счет этого возможно повысить узнаваемость Петербурга как современного и «красивого» (beautiful city) или «счастливого» (happy city), увеличив размер городской «премии за красоту» в виде притока туристов, квалифицированных кадров (особенно — молодых людей<sup>46</sup>), штаб-квартир компаний и инвестиций. Адекватно оценивая роль традиционной культуры и ТКГ в сопоставлении со значимостью исторического наследия в культурной жизни Санкт-Петербурга, следует отметить, что новая культура и НКГ в первую очередь отвечают за ту часть культуры города, которую называют «актуальной» или «современной» (contemporary)<sup>47</sup>. Если в сфере традиционной культуры Петербург, несомненно, принадлежит к числу ведущих мировых центров, то в сфере новой культуры и НКГ он несколько уступает мировым лидерам, а из российских городов проигрывает Москве: по количеству культурных институтов, плотности культурных событий, их масштабу и уровню (появление событий национального и мирового значения), темпу обновления контента, комплекса используемых передовых технологий и т. д. К сожалению, международное профсообщество в настоящий момент не рассматривает Петербург в качестве лидера в современной культуре. За последние пять лет ни одна из петербургских выставок не попала в рейтинги профессиональных иностранных изданий (например, The Art Newspaper, Art Forum, Hyperallergic). Необходимо вернуть городу роль национального культурного авангарда<sup>48</sup>.

**46** Результаты опросов в США показывают, что культурные и рекреационные удобства особенно важны для более молодых слоев населения. Безопасность и более мягкий климат — это то, что важно для более старшего образованного населения. В районах с растущим человеческим капиталом показатели миграционного оттока значительно ниже, чем там, где человеческий капитал стагнирует или регрессирует. См.: *Ballas D. What Makes a "Happy City"? // Cities. 2013. Vol. 32.*

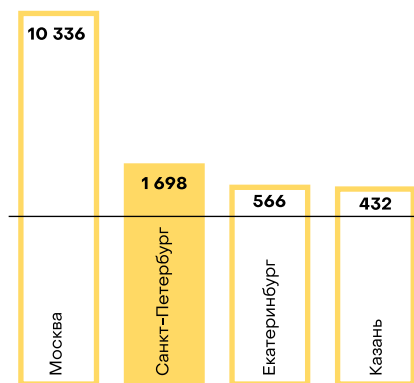
**47** В 1980–1990-х гг. искусство начало заметно отличаться от искусства модернистской эпохи: оно стало прежде всего и более всего — современным (contemporary). Последний термин поглотил «модернистское» искусство (modern art). Современность — то настоящее, в котором мы живем. См.: *Смит Т. Осмысля современное кураторство. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. С. 21–25.*

**48** Авангард утверждает первостепенную значимость нового и ориентирует внимание общественности, познакомившейся с ним, на это новое. Триумф нового возрастает со скоростью, с которой он пробивает себе дорогу, делая старое устаревшим. Авангардистское увеличение скоростью инноваций сокращает темпоральное пространство актуальной значимости нового. Происходит «сокращение настоящего»: прошлое все ближе придвигается к настоящему. Авангард увеличивает давление инноваций. Авангард и музеефикация комплементарны. Создание новых произведений толкает авангард к постоянным инновациям. См.: *Люббе Г. В ногу со временем. Сокращенное пребывание в настоящем. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2016. С. 94–96.*



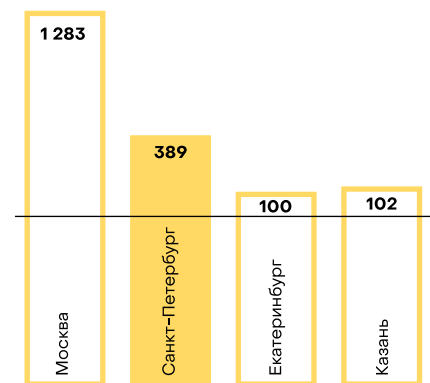
**Рис. 1-33.** Число культурных событий на тысячу жителей, 2018 г.

ЦСР «Северо-Запад» по материалам Strelka Mag, Habidatum и по базам данных Timerad, Meetup и агрегатора Минкульты РФ



**Рис. 1-34.** Действующие организации, занимающиеся деятельностью в сфере искусства и развлечения, 2019 г.

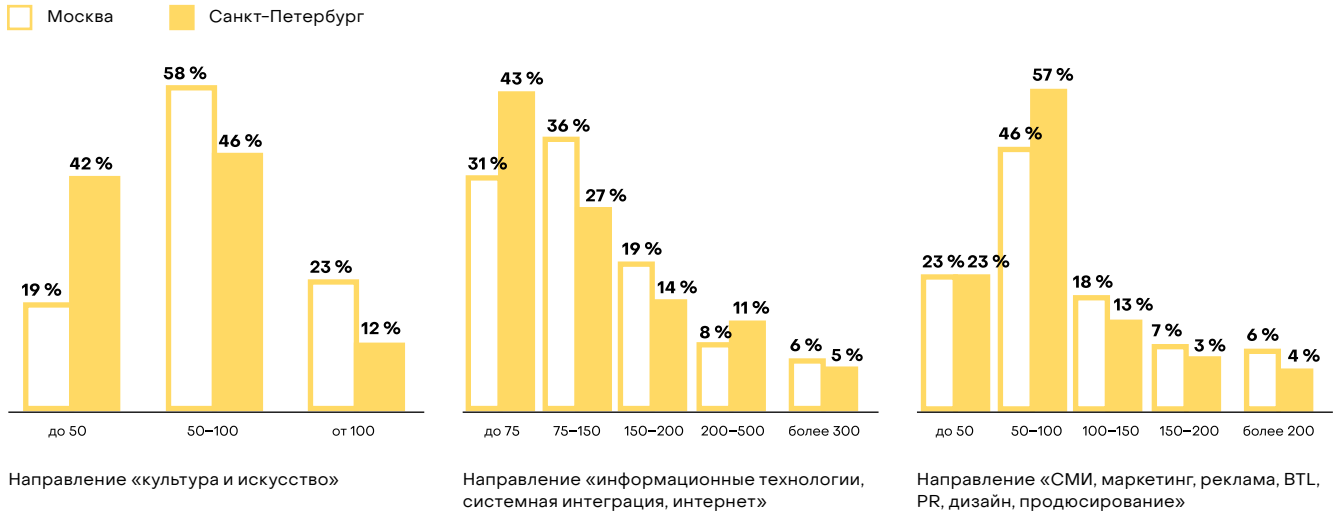
Источник: ЦСР «Северо-Запад» по базе СПАРК



**Рис. 1-35.** Действующие музеи, библиотеки и прочие культурные организации, 2019 г.

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по базе СПАРК

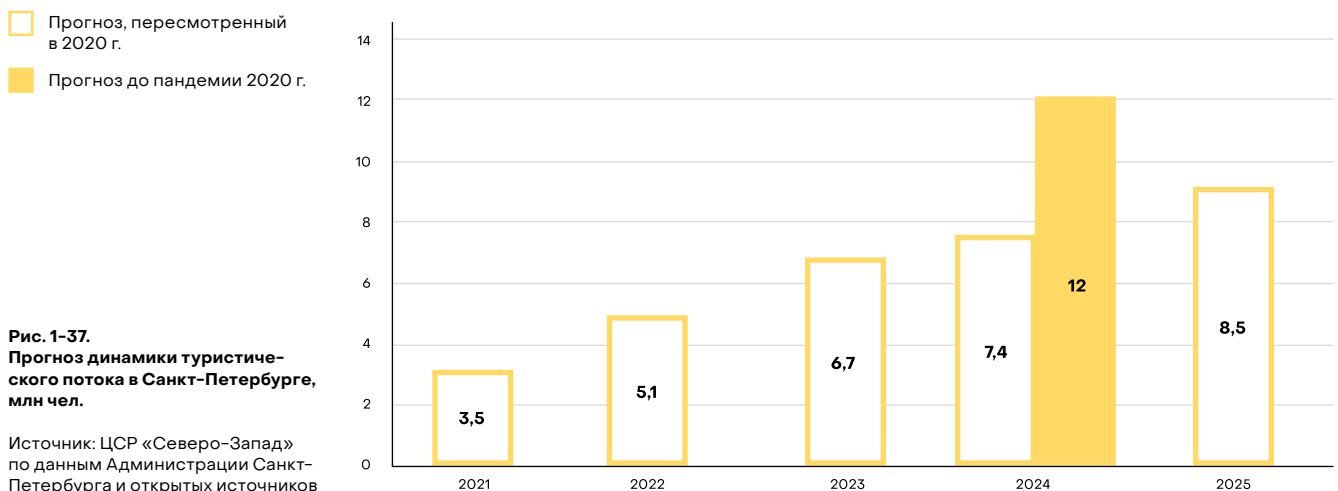
**2. Увеличить количество новых высокооплачиваемых рабочих мест в секторе новой культуры в Петербурге.** Образовательный кластер Санкт-Петербурга, где 25 вузов ведут подготовку по направлению «искусство и культура», в полной мере способен обеспечить сектор специалистами (см. стр. 33 сноска 31 и 32).



**Рис. 1-36.** Распределение предложений на hh.ru по уровню зарплаты (тыс. руб.), %

Источник: ФПИМИ по данным hh.ru на май 2021 г.

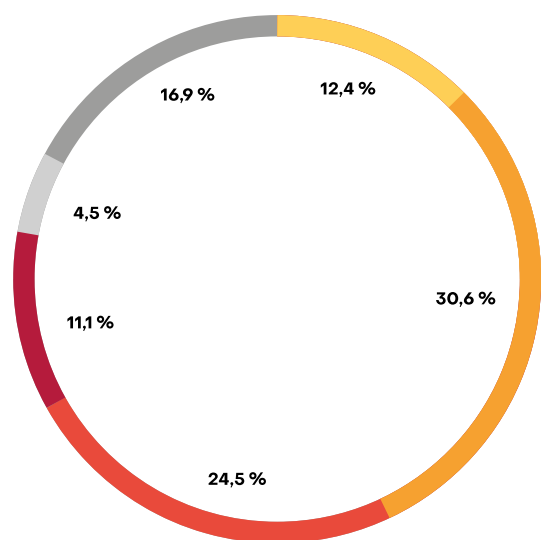
**3. Увеличить туристический поток, ориентированный на погружение туристов в актуальную (современную) культуру Петербурга, повысить экономический эффект роста количества туристских посещений, демпфировать негативные последствия туристификации ядра исторического центра и фудификации отдельных улиц и кварталов.** Экономический эффект для города может быть увеличен различными способами, в том числе: расширением времени активности туристов в городе (24/7); стимулированием многократного посещения Санкт-Петербурга; увеличением продолжительности пребывания в городе (сейчас это преимущественно тур на три-пять дней); ростом стоимости и разнообразием предложения культурных продуктов и услуг. При этом важно не утратить культурной составляющей туристического рынка, помня, что именно культурно-исторический туризм — ведущий мотив для посещения Петербурга.



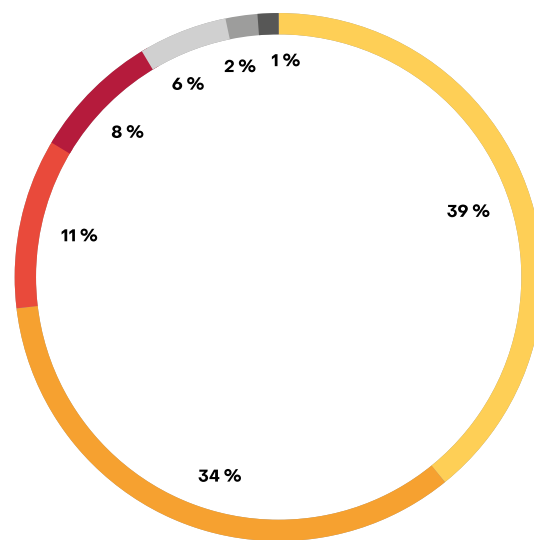
**Рис. 1-37.** Прогноз динамики туристического потока в Санкт-Петербурге, млн чел.

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Администрации Санкт-Петербурга и открытых источников





1-2 дня  
3-5 дней  
Неделя  
10 дней  
14 дней  
Более 14 дней



Пассажирские перевозки  
Общественное питание  
Средства размещения  
Турагентства и туроператор  
Организация досуга и отдыха, учреждения культуры  
Организация конференций и выставок  
Розничная торговля сувенирами

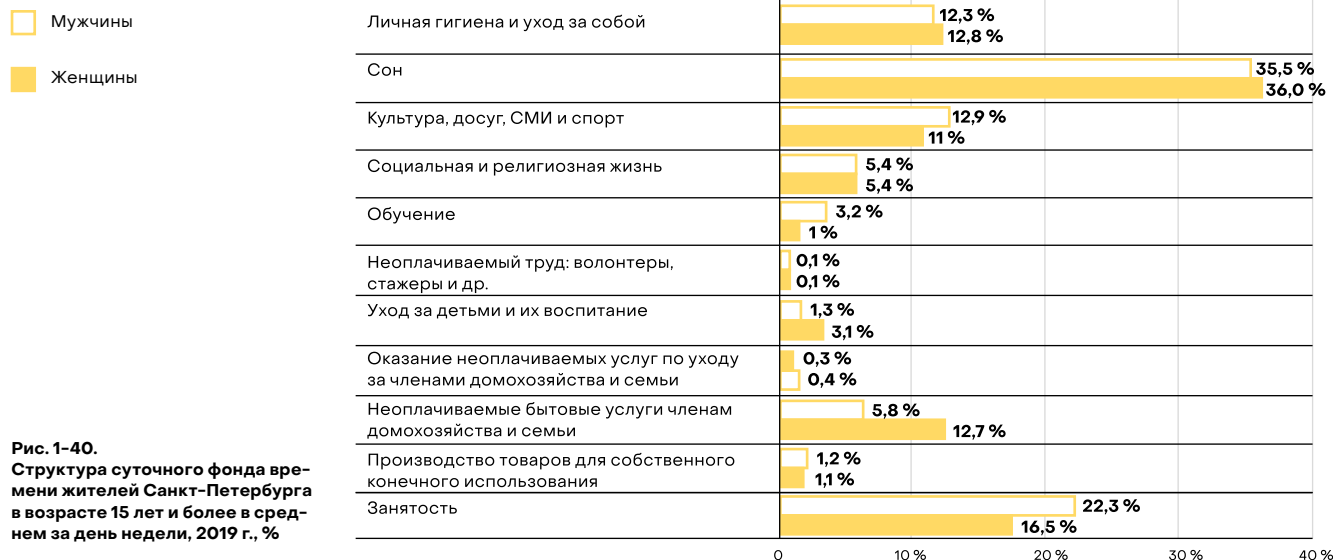
**Рис. 1-38.**  
Средняя длительность туристической поездки в Санкт-Петербург (фиксируемая в средствах размещения туристов), по дням, % (период с 2017 по март 2020 г.)

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, расчетам СПбГУ и экспертным оценкам представителей туроператоров

**Рис. 1-39.**  
Структура совокупной выручки компаний Санкт-Петербурга в сфере туризма и смежных с ним отраслях, в разбивке по видам экономической деятельности, 2019 г.

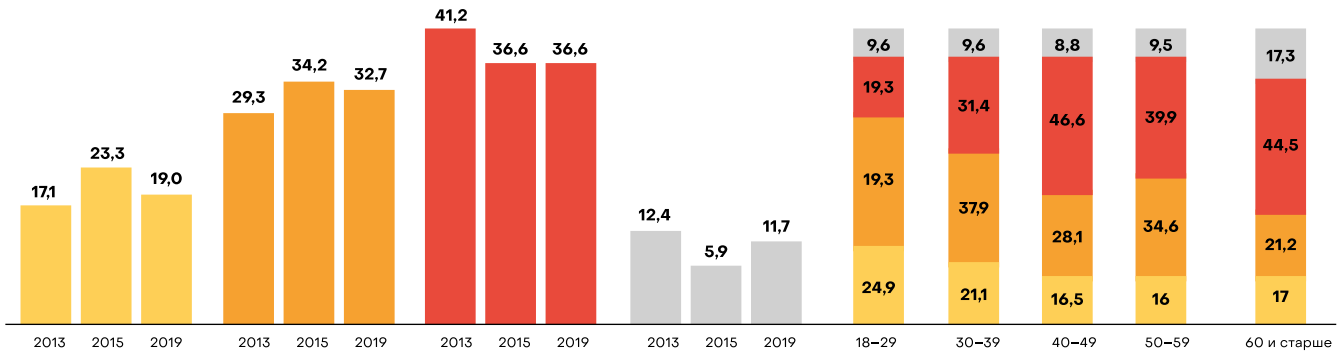
Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным СПАРК-Интерфакс

**4. Расширить предложение культурных продуктов, повысить их качество и разнообразие, за счет чего способствовать росту удовлетворенности горожан состоянием культурной сферы Петербурга.** Запрос на новый тип культурного потребления со стороны горожан, прежде всего молодых поколений («поколений культуры разделенного/пережитого опыта»), будет только расти. Сохранить их в зоне действия традиционной культуры не удастся, и потребуются расширить территориальные границы новой культурной географии города, не отдавая это на откуп исключительно новым паркам и крупным торгово-развлекательным центрам.



**Рис. 1-40.**  
Структура суточного фонда времени жителей Санкт-Петербурга в возрасте 15 лет и более в среднем за день недели, 2019 г., %

Источник: ЦСР «Северо-Запад» по данным Росстата



**Рис. 1-41.** Распределение ответов респондентов на вопрос «Как, на ваш взгляд, в целом изменился уровень культуры населения Санкт-Петербурга за последние три-четыре года?», 2020 г., % от числа респондентов

Источник: опрос интегрированной системы информационно-аналитического обеспечения деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, 2020

■ Повысился    ■ Остался прежним  
■ Понизился    ■ Трудно сказать

## 6.2. ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ? МАТРИЦА СТРАТЕГИЙ

С 1990-х гг. в качестве мер реализации политики в отношении культуры эпохи «поворота» в крупных городах проводились художественные биеннале, строились новые музеи современного искусства или расширялись старые. Деятельность этих музеев постепенно становилась все более коммерческой. Они подчинили ее потребительской культуре, в организационном плане их деятельность базировалась не столько на коллекциях или библиотеках, сколько на событиях (cultural events), фирменных магазинах и парках развлечений. Граница между звездами искусства и поп-идолами, кумирами моды или спорта фактически стерлась<sup>49</sup>. Размытость границ новой культуры, растворение ее в почти необозримом процессе обмена культурным опытом привели к тому, что культурная политика с 1990-х гг. была замещена (поглощена) креативной, которая свои модели сама определила совсем недавно — в последние 10–15 лет. В отличие от давно устоявшейся политики защиты культурного наследия (начиная с XIX в.) и от оформившегося во второй половине XX в. обычного регулирования и стимулирования коммерческой деятельности (например, культурных кластеров), за исключением государственных мер по защите национальной культурной идентичности, новая культура сейчас практически не регулируется. Зато хорошо регулируется новая культурная география как пространство для развития подобного рода активностей: редевелопмент промышленных территорий, тактический урбанизм в виде обустройства улиц, парков, публичных пространств, учет данной географии при выстраивании транспортно-коммуникационного каркаса городов<sup>50</sup>.

<sup>49</sup> Stallabrass J. Contemporary Art: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2020.

<sup>50</sup> Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Т8 RUGRAM, 2021. С. 118–123.

### КЕЙС 1-4

#### Новые приоритеты в политике социально-экономического и территориального развития

«Выделение в качестве приоритетов нескольких отдельных подотраслей творческих индустрий уходит в прошлое. Сегодня речь идет о сложных, синтетических практиках, объединяющих несколько как творческих, так и традиционных индустрий. Некоторые синтетические виды деятельности — гастрономия, туризм, событийный бизнес (в особенности фестивали, где-то ставшие почти единственными заметными формами творческого производства) — играют большую роль, но не во всех городах и странах относятся к творческим индустриям.

На что надо опираться в определении приоритетных творческих индустрий для конкретного города и территории? Представляется, что не отдельные виды творческих бизнесов, а образ жизни современного человека, носителей актуальной городской культуры может быть новым приоритетом в политике социально-экономического и территориального развития».

Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. С. 171.

Санкт-Петербургу при выборе своей политики в отношении новой культуры и НКГ придется использовать доступные модели и учитывать особенности города и его сегодняшней жизни. Но, видимо, начинать нужно с реорганизации культурного пространства города, именно с НКГ. По крайней мере, так запускалась политика новой культуры в Москве 2010-х. Начали с модернизации публичных пространств, городских парков, их событийного наполнения, московский Департамент культуры взял на себя ответственность не только за развитие «высокой» культуры и деятельность традиционных учреждений (музеев, театров, библиотек), но и за досуг москвичей и городскую атмосферу (городской дизайн, уличная еда, паблик-арт и пр.)<sup>51</sup>. В 2019 г. в целях поддержки инициативы делового сообщества, направленной на развитие креативных индустрий в Москве, правительство города приняло специальное постановление о реализации пилотного проекта создания креативных технопарков<sup>52</sup>. Пункт 1.2.1 постановления фиксирует специальный территориальный аспект городской культурной политики: «Креативный технопарк — территория и расположенный на ней имущественный комплекс, состоящий из земельного участка (земельных участков), объектов капитального строительства или частей (помещений) объекта капитального строительства, объектов коммунальной, транспортной, технологической инфраструктуры и оборудования, необходимых для осуществления профильной деятельности юридическими лицами и (или) индивидуальными предпринимателями».

51 Там же. С. 172–184.

52 Постановление Правительства Москвы от 10 июля 2019 г. № 868-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных технопарков».

НОВЫЕ РАЙОНЫ ЛОКАЛИЗАЦИИ АКТИВНОСТИ В КУЛЬТУРЕ	РАСШИРЕНИЕ	РАЗВИТИЕ/ОБНОВЛЕНИЕ
	<p><b>Новые районы с культурной специализацией:</b> Город наук и искусств в <b>Валенсии</b> (1998–2005).</p> <p>Создание <b>privately owned public space при редевелопменте</b> старой застройки: Новая Голландия (2011–2016).</p> <p><b>Музейные/креативные и т. п. «коридоры/улицы» и пр.:</b> проекты «Почтовый квартал», «Музейная линия», водный маршрут «Севкабель Порт» — Эрмитаж.</p> <p><b>Развитие прилегающих территорий:</b> расширение набережной «Севкабель Порты», ремонт дворов домов у Новой Голландии (2020–2021).</p>	<p><b>Новые районы с инновационной специализацией: центральный рекреационный район (CRD)</b> как комплекс парков, исторических мест, достопримечательностей, туристических и instagrammable мест в пригородах.</p> <p><b>Проектные районы, создаваемые за счет синхронизированных культурных акций (новые культурные зоны):</b> эксперименты Nesta в <b>Лондоне</b> (2011–2016) в виде единого билета для молодежи в разных точках города; группы Cultures of Resilience (CoR) в Лондонском университете искусств (2014–2016); скоординированное открытие мастерских художников (<b>Санкт-Петербург</b>, 2019 и 2020).</p>
<p>ТРАДИЦИОННЫЕ РАЙОНЫ ЛОКАЛИЗАЦИИ АКТИВНОСТИ В КУЛЬТУРЕ</p>	<p><b>Ограничения для краткосрочной аренды жилья</b> в районе бульвара Рамбла в <b>Барселоне</b> и историческом центре <b>Праги</b>, включая аренду через Airbnb.</p> <p>Борьба с фудификацией исторических центров этих городов: <b>ограничения на продажу и распитие алкоголя</b>, план по перепрофилированию рынка стрит-фуд «Ла Бокериа» и т. п.</p> <p>В историческом центре <b>Рима</b> <b>запрет:</b> с 2018 г. — распития алкоголя и организованного бар-хоппинга; с 2019 г. — <b>въезда туристических автобусов.</b></p> <p><b>Льготы и преференции объектам культуры</b></p>	<p><b>В Барселоне (2020–2021):</b> в районе бульвара Рамбла — ограничение арендных ставок и преобразование театра «Лисео» в многофункциональное пространство не только для театральных постановок, но и для выставок, концертов и перформансов.</p> <p><b>Создание instagrammable объектов:</b> парк «Зарядье» (<b>Москва</b>, 2017), остров-парк «Литл-Айленд» (<b>Нью-Йорк</b>, 2021).</p> <p><b>Стрит-арт:</b> «33 знака» (<b>Санкт-Петербург</b>, 2020), пасхальные яйца Музея Фаберже (<b>Санкт-Петербург</b>, 2021), фестиваль уличного искусства «Стенография» в <b>Екатеринбурге</b> (с 2010).</p>
	<p><b>ЗАЩИТА ИЛИ УВЕЛИЧЕНИЕ</b></p>	<p><b>ОЖИВЛЕНИЕ</b></p>
	<p>ТРАДИЦИОННЫЕ (ХОРОШО ИЗВЕСТНЫЕ) ВИДЫ АКТИВНОСТИ В КУЛЬТУРЕ</p>	<p>НОВЫЕ ВИДЫ АКТИВНОСТИ В КУЛЬТУРЕ</p>

Табл. 1-2.  
Матрица стратегий: возможность продвижения в пространстве между традиционными и новыми городскими районами, традиционными и новыми видами культурной активности

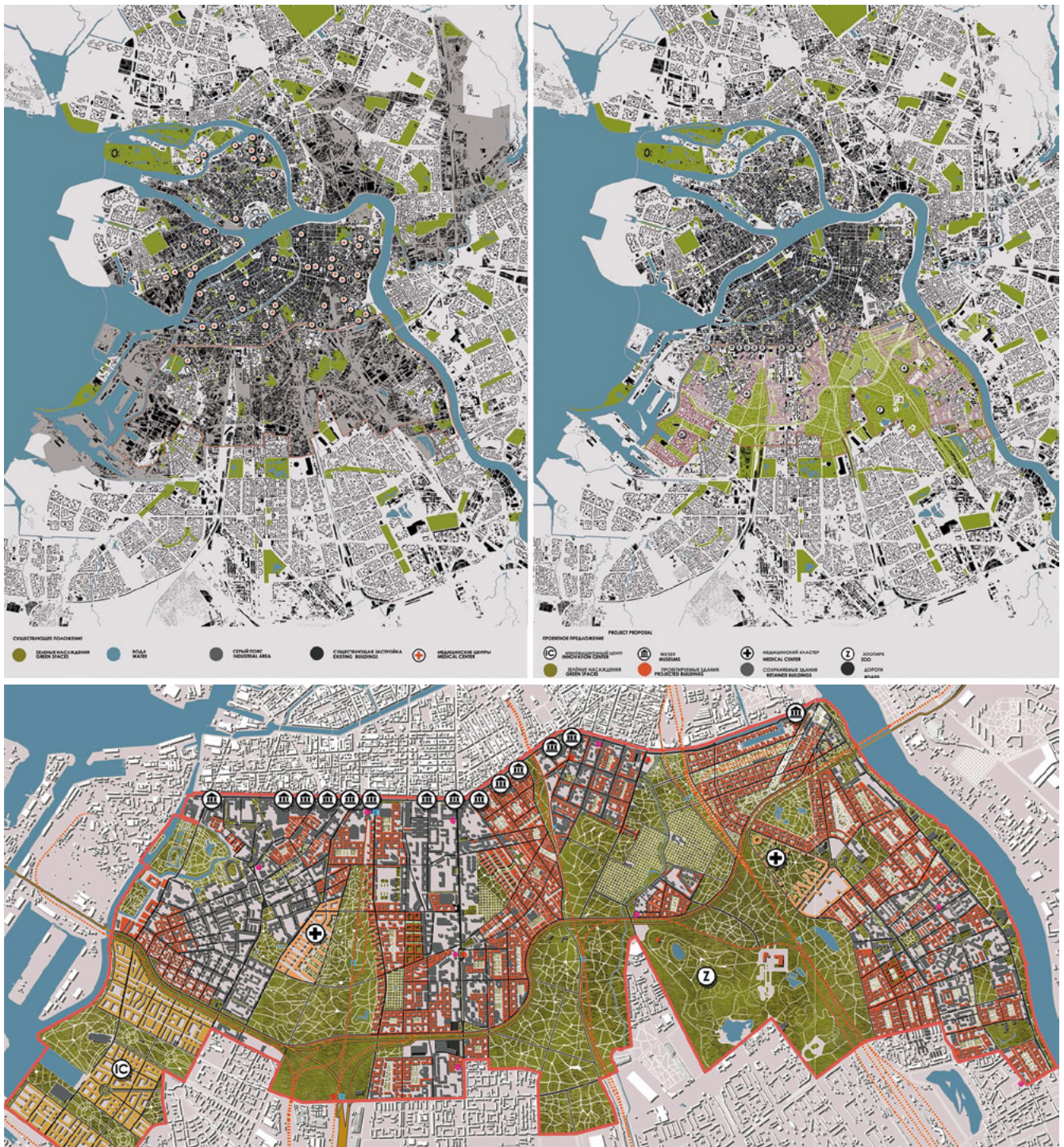
Заложенный в матрице стратегий развития НКГ потенциал может быть реализован при условии, что у города и основных субъектов, действующих в сфере новой культурной географии Петербурга, есть: 1) видение новых, пока скрытых возможностей по расширению и диверсификации культурной активности; 2) достаточные организационные компетенции для реализации дополнительных возможностей развития.

Скорее всего, Санкт-Петербургу, учитывая сильную дифференциацию его пространства на своего рода «культурные» (и вернакулярные) районы, необходимо будет реализовывать **комбинированную стратегию** новой культурной географии:

1. **Для ядра исторического центра и крупных дворцово-парковых ансамблей пригородов — сочетание защиты / увеличения с оживлением**, т. е. возможность ограничения некоторых видов производственной активности, прежде всего в туристической сфере и в сфере обслуживающих ее отраслей, по дальнейшему наращиванию вовлечения городского населения, как в виде потребителя, так и в виде производителя услуг. Должно быть предотвращено вытеснение горожан, их активности за пределы ядра исторического центра туристическими потоками. Но одними ограничениями проблему не решить. Необходимо реализовать комплекс мер по поддержке кластеров культурных институций (льготная аренда, специально организованный календарь культурных событий и пр.), чтобы коммерческие виды хозяйственной деятельности, чисто развлекательные активности не вытеснили культурные. Для ядра исторического центра могут быть использованы расширение зон локализации значимых культурных объектов в прилегающих к «золотому треугольнику» районах и обеспечение **пешеходного** доступа (центр — периферия) туристов к ним. Например, поддержка формирования связанных маршрутов: «Музейная линия» (Манеж — Новая Голландия — Русский музей), «Почтовый квартал» (Исаакиевская площадь — Манеж — Конногвардейский бульвар и Почтамтская улица — Новая Голландия), пешеходное (не прерывающееся автомобильным движением) пространство: «Тучков буян» — Заячий остров — Александровский парк — с выходом на стрелку Васильевского острова и к району Зимнего дворца и Дворцовой площади.
2. **Для зон, прилегающих к ядру исторического центра**, — стратегия **расширения и оживления**. Развитие может быть обеспечено формированием дизайн-кварталов и дизайн-парков, креативных технопарков и пространств в зоне редевелопмента промышленных территорий («сером поясе» Петербурга) и исторических объектов, ранее не использовавшихся в культурной и креативной функции. Создаваемые культурные и креативные пространства должны иметь устойчивые коммуникационные, прежде всего пешеходные (а в ряде случаев и водные), пути, связывающие их с ядром исторического центра, включение в городскую навигацию, в туристские карты. В 2016 г. Комитет по градостроительству и архитектуре Санкт-Петербурга провел международный архитектурно-градостроительный конкурс «Серый пояс. Преобразование». Были представлены проекты девяти архитектурных бюро из Петербурга и Москвы, Финляндии, Голландии и Норвегии. Практически все проекты предусматривали в качестве перспективной новой специализации территорий данного пояса развитие креативной и культурной индустрии, для чего определили пространства для локализации этих индустрий, связали их коммуникациями, включая пешеходные, разработали коммуникации с историческим центром Петербурга и другими городскими районами<sup>53</sup>.

53 «Серый пояс. Преобразование». Результаты.  
URL: [old.kgainfo.spb.ru/greybelt/main.html](http://old.kgainfo.spb.ru/greybelt/main.html)  
(дата обращения: 01.07.2021).





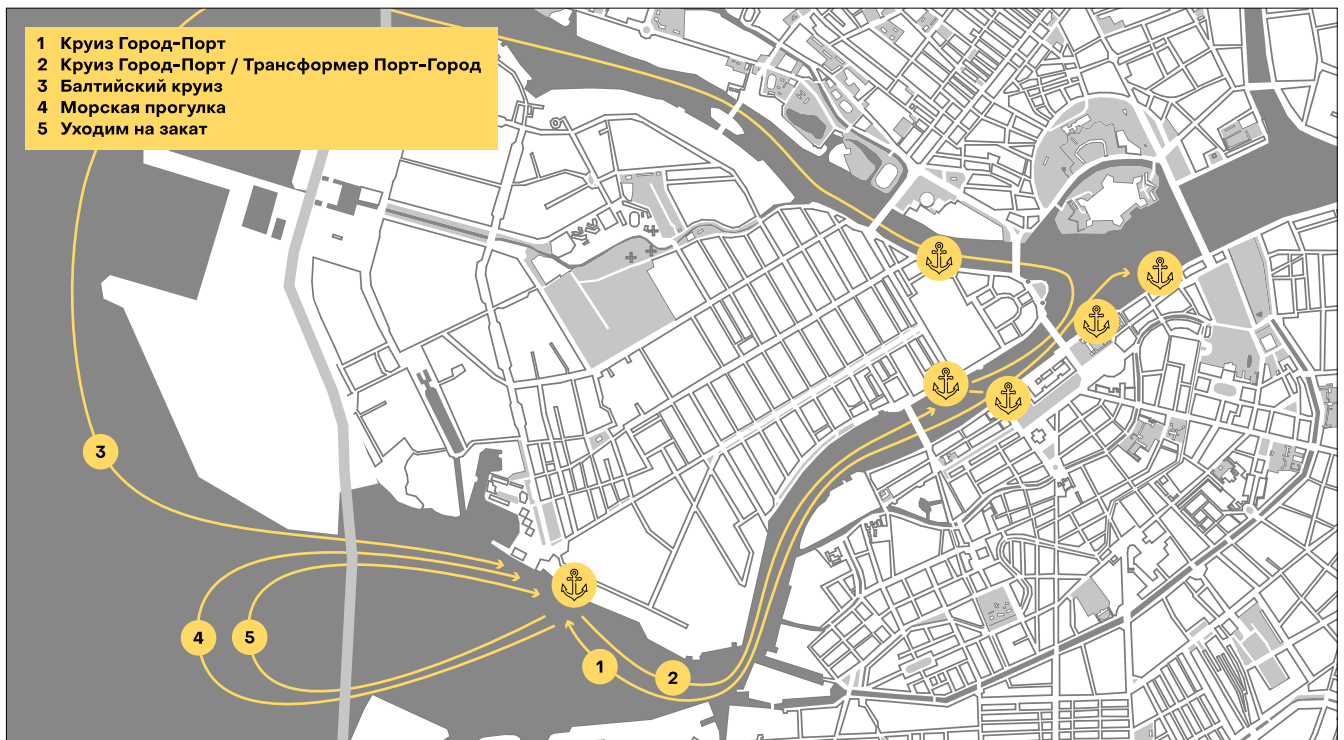
**Рис. 1-42.**  
**Концепция преобразования**  
**исторического промышленного**  
**«серого пояса» Санкт-Петербурга.**  
**Материалы проекта, представлено**  
**го на международный конкурс**  
**«Серый пояс. Преобразование»,**  
**2016 г. Авторский коллектив:**  
**ООО «Евгений Герасимов**  
**и партнеры» (Е. Л. Герасимов,**  
**А. А. Кутилина, А. А. Лакрисенко),**  
**prc tchoban voss, SPEECH**  
**(С. Э. Чобан)**

Источник: [old.kgainfo.spb.ru/pages/greybelt/consorcium.html](http://old.kgainfo.spb.ru/pages/greybelt/consorcium.html)

Интересно, что представляемые девелоперами в культурных и креативных пространствах проекты развития зачастую включают в себя предложения по развитию коммуникационного каркаса новой культурной географии, направлены на то, чтобы связать ее объекты между собой и подключить к распределенным по территории исторического центра туристическим потокам.



**Проекты, формирующие коммуникационный каркас новой культурной географии Санкт-Петербурга и зоны скоординированного развития городского дизайна**



Реализованный проект: водное сообщение для горожан и туристов между Эрмитажем и «Севкабель Портом» (2020)



Перспектива создания новых велопешеходных маршрутов, соединяющих креативные площадки, достопримечательности района, а также существующие и перспективные транспортные узлы. Новая визитная карточка города

**Рис. 1-43.**  
**Проекты Miles & Yards**  
**и «Севкабель Порт»**

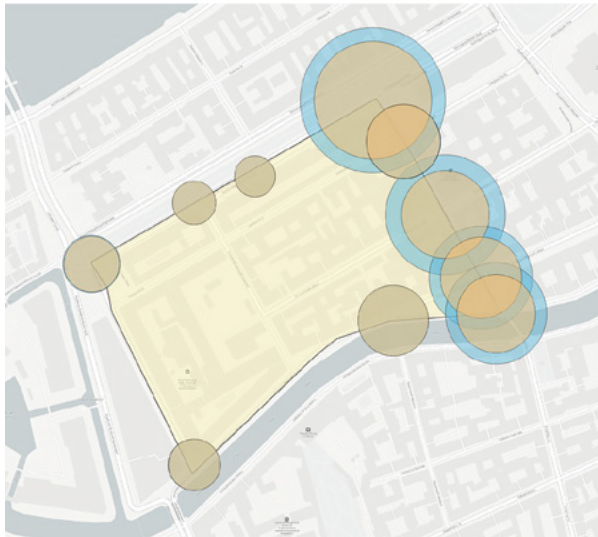
Источник: ФПИМИ по материалам Miles & Yards и sevkabport.ru

**1** «Большой проспект» — маршрут, описывающий архитектурную историю города. Единственная городская артерия, на которой расположены здания всех стилей и эпох в развитии Санкт-Петербурга. Кроме того, проспект соединяет исторический центр и акваторию Невы с гаванью и морским фасадом города

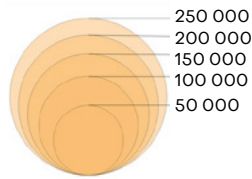
**2** «Морская линия» — функциональный маршрут вдоль морского фасада Санкт-Петербурга. Включает в себя исторические промышленные, транспортные и культурно-деловые объекты, расположенные вдоль линии моря, и новые жилые районы. Перспективный городской променад с различными социально-культурными функциями

**3** «Смоленка и мистический остров» — маршрут вдоль русла реки Смоленки. Включает в себя исторические памятники, культурные и социальные объекты Васильевского острова. Связывает различные части острова

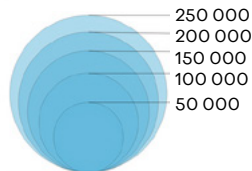
**Концентрация потоков. Аналитика**  
**Концентрация потоков между соседними центрами:**  
**потоки идут в обход территории**



Прирост при изменении маршрутов, отклоняющихся не более чем на 20 минут



Прирост при изменении всех маршрутов

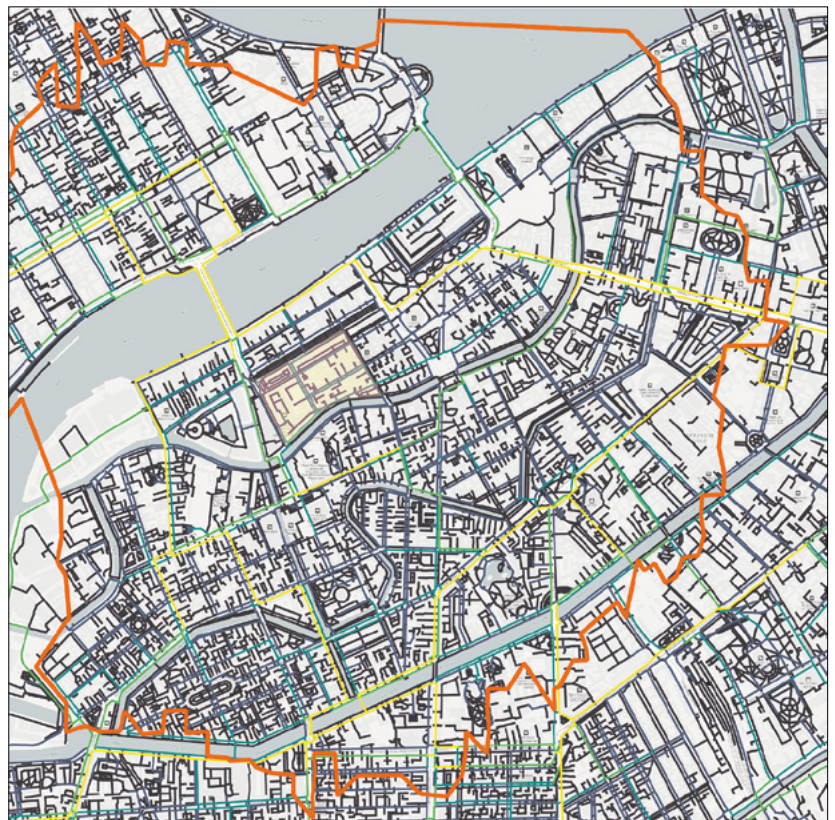


Кратчайшие пешеходные маршруты между популярными среди туристов и местных жителей центрами сегодня в основном идут в обход Почтового квартала. Как могла бы измениться ситуация? **Трафик вырастет на 430 тыс. чел.\***

\* При изменении траекторий не более чем на 20 минут (157 тыс. — отклонение до 3 минут, 306 тыс. — до 10 минут)

**Ареал 30-минутной доступности квартала:**  
индекс посредничества сети пешеходных путей, млн ед.

- Более 100
- 40–100
- 10–40
- 1–10
- 0–1
- Зона 30-минутной доступности квартала
- Квартал



**Рис. 1-44.** **Материалы проекта «Почтовый квартал»:** новый смысл квартала / новый дополняющий центр между Исаакиевской площадью и Новой Голландией (2020)

Источники: Почта России, Habidatum



3. Отдельный вопрос — культурная функция **формирующегося нового центрального делового района Петербурга (CBD) рядом с «Лахта Центром»**. Для CBD может быть предложена **самостоятельная стратегия развития новой культурной географии**, учитывающая в том числе тот факт, что там есть потенциал создания большого количества **instagrammable объектов** как в акватории, так и на берегу. В комплексе на 400 тыс. кв. м примерно треть площадей отведена под концептуальные общественные пространства: открытый амфитеатр, пешеходная набережная, обзорная площадка, концертный зал-трансформер, детский научно-образовательный центр (экспозиционная площадь одного только интерактивного научного музея должна составить 10 тыс. кв. м) с планетарием, панорамные рестораны и галереи. Сооружением «Лахта Центра» развитие района явно не ограничится. В мае 2021 г. Правительством Санкт-Петербурга одобрено предоставление земельного участка рядом с МФК «Лахта Центр» Фонду поддержки социальных инициатив Газпрома — для строительства открытой набережной. Кроме того, ПАО «Газпром» и Правительство Санкт-Петербурга заключили рамочное соглашение о строительстве «Лахта Центра — 2».



Рис. 1-45.  
Архитектурная концепция  
проекта «Лахта Центр»

Источники: ПАО «Газпром нефть»  
и ПАО «Газпром»

4. Стратегии развития пригородов и удаленных районов привязаны к уже заявленным инициативам совместного развития культурно-исторического туризма, хотя могут включать и новые, например общий регион водного (яхтенного) туризма с Ленинградской областью, создание для этого сети связанных марин, маршрутов и событий, возможность общего с областью **центрального рекреационного района (CRD)** и т. д. Проектов подобного рода разрабатывалось и разрабатывается в настоящий момент достаточно много.

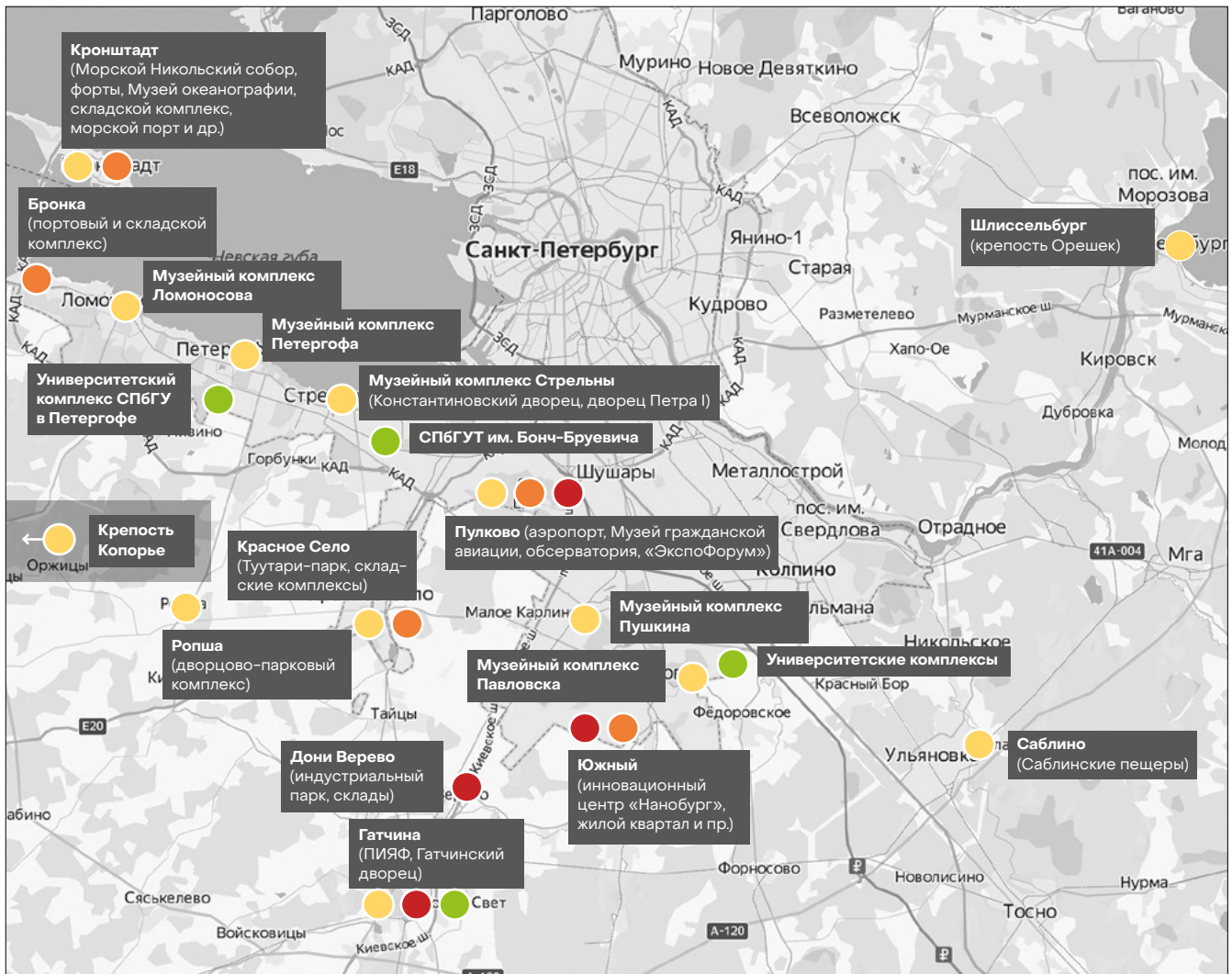


Рис. 1–46. Предпосылки охвата пригородов Санкт-Петербурга новой культурной географией

- Объекты туризма и рекреации
- Объекты транспорта и логистики
- Объекты инновационной инфраструктуры
- Объекты образования

Источник: ЦСР «Северо-Запад»

5. Ключевым моментом стратегии **новой культурной географии** выступает ее **оформление и позиционирование как нового культурного явления и распределенного объекта**. Связывание площадок НКГ в городе может идти благодаря включению их не только в общий коммуникационно-транспортный каркас, но и в общее творческое событие, распределенное по нескольким площадкам, которые благодаря этому образуют единое культурное пространство в городе. Например, регулярно проводимые с 2018 г. ГЦСИ Санкт-Петербург (с 2020 г. — Северо-Западный филиал ГМИИ им. А. С. Пушкина), в том числе совместно с ФПИМИ, Кураторский форум и Art Weekend или временное экспонирование работ публичного искусства в ключевых точках города, в последние годы предпринимаемое различными культурными институтами (Музеем Фаберже, Манежем совместно с ФПИМИ и пр.).

КЕЙС 1-5

Опыт британского фонда Nesta: структурирование культурного пространства Великобритании и Лондона

Британский фонд *Nesta* запустил несколько проектов, фиксирующих и организующих НКГ Лондона и Великобритании:

- 1) городской фестиваль *FutureFest*, проводимый раз в два года на различных креативных площадках и посвященный обсуждению вопросов будущего (к 2020 г. фестиваль собрал более 350 докладчиков, более 11 тыс. участников)<sup>54</sup>;
- 2) целую линейку интерактивных карт для мониторинга культурной жизни города и страны, а также актуальной оценки состояния их креативной экономики: музеев Британии (*map of museums*)<sup>55</sup>; географии творческих индустрий в Великобритании (*map of the geography of creativity in the UK*)<sup>56</sup>; игровой индустрии (*map of the UK games industry*)<sup>57</sup>; ночных клубов Лондона (*map of London nightlife*)<sup>58</sup>;
- 3) *Culture24 / Emerge Festival* — фестиваль ночных мероприятий в музеях, галереях, исторических домах и площадках для изобразительного искусства (в 2021 г. — более 30 площадок, от Музея естественной истории до Королевского музыкального колледжа), призванный познакомить с сектором искусства и культуры новую аудиторию, повысить финансовую устойчивость заведений и внести заметный вклад в «ночную экономику» Великобритании<sup>59</sup>;
- 4) создание сети общественных кафе под управлением *artFix*, в которых художники получают возможность выставлять и продавать свои произведения, а местные сообщества получают доступ к культурным ценностям<sup>60</sup>;
- 5) продвижение четырех наиболее известных культурных площадок (*Lyceum Theatre, Usher Hall, Traverse Theatre* и *Filmhouse*) в Вест-Энде Эдинбурга — районе, который стал известен как Культурный квартал Эдинбурга (*Edinburgh's Cultural Quarter*), — через общую билетную платформу, а также взаимное продвижение программ представлений и мероприятий в пяти формах искусства (театр, кино, танцы, музыка, комедия)<sup>61</sup>; и т. д.

54 *FutureFest*. URL: [futurefest.org](http://futurefest.org) (дата обращения: 01.07.2021).

55 *The museums map: Mapping access to England's museums*. URL: [www.nesta.org.uk/blog/the-museums-map-mapping-access-to-englands-museums](http://www.nesta.org.uk/blog/the-museums-map-mapping-access-to-englands-museums) (дата обращения: 01.07.2021).

56 *Interactive map of the geography of creativity in the UK*. URL: [www.nesta.org.uk/blog/interactive-map-of-the-geography-of-creativity-in-the-uk](http://www.nesta.org.uk/blog/interactive-map-of-the-geography-of-creativity-in-the-uk) (дата обращения: 01.07.2021).

57 *A Map of the UK Games Industry*. URL: [www.nesta.org.uk/report/a-map-of-the-uk-games-industry](http://www.nesta.org.uk/report/a-map-of-the-uk-games-industry) (дата обращения: 01.07.2021).

58 *The clubbing map: What has happened to London nightlife?* URL: [www.nesta.org.uk/blog/the-clubbing-map-what-has-happened-to-london-nightlife](http://www.nesta.org.uk/blog/the-clubbing-map-what-has-happened-to-london-nightlife) (дата обращения: 01.07.2021).

59 *The Emerge Festival*. URL: [emergefestival.co.uk](http://emergefestival.co.uk) (дата обращения: 01.07.2021).

60 *ArtFix*. URL: [www.nesta.org.uk/feature/arts-impact-fund-portfolio/artfix](http://www.nesta.org.uk/feature/arts-impact-fund-portfolio/artfix) (дата обращения: 01.07.2021).

61 *Culture Juice: Edinburgh's Cultural Quarter*. URL: [www.nesta.org.uk/archive-pages/culture-juice-edinburghs-cultural-quarter](http://www.nesta.org.uk/archive-pages/culture-juice-edinburghs-cultural-quarter) (дата обращения: 01.07.2021).





**Рис. 1-47.**  
Проект ЦВЗ «Манеж» «33 знака», 2020 г.

Источник: [photos.rg.ru/2020/08/17/dbb8d41c.html#photo=561474](https://photos.rg.ru/2020/08/17/dbb8d41c.html#photo=561474)

«33 знака» — серия художественных инсталляций, посвященных кириллице, в партнерстве с творческой мастерской ARKI и Школой дизайна НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, при участии ФПИМИ



**Рис. 1-48.**  
Проект Музея Фаберже — серия пасхальных арт-объектов, 2021 г.

Источник: [fabergemuseum.ru/news/novosti/muzej-faberzhe-predstavit-pasxalnye-art-obektyi-v-sankt-peterburge](https://fabergemuseum.ru/news/novosti/muzej-faberzhe-predstavit-pasxalnye-art-obektyi-v-sankt-peterburge)





Рис. 1-49. Карта Art Weekend в Петербурге, проходящего в рамках Кураторского форума, 2020 г. Источник: ГЦСИ Санкт-Петербург



Рис. 1-50. Владимир Абиx. «Слова найдутся» Спецпроект 2-го Кураторского форума в РГПУ им. А. И. Герцена при поддержке ФПИМИ. Источник: ГЦСИ Санкт-Петербург. Куратор: Анна Заведий. Фото: Иван Сорокин. Год: 2020

6.3. ВОПРОСЫ, НА КОТОРЫЕ ВСЕ РАВНО ПРИДЕТСЯ ОТВЕТИТЬ, И ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМО УЧЕСТЬ

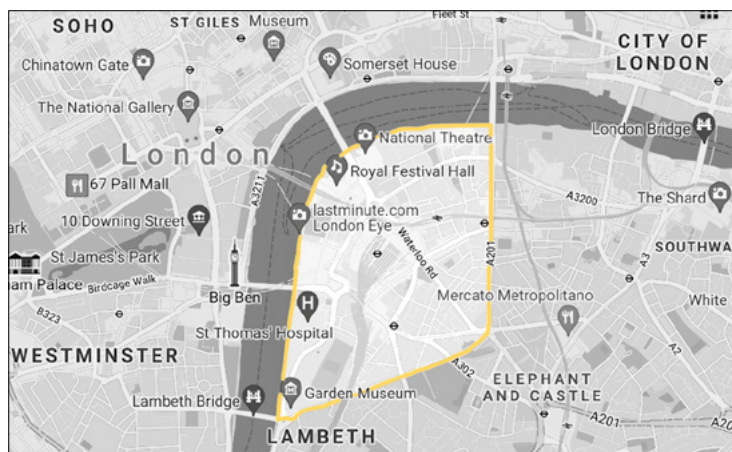
При реализации **Петербургом стратегии новой культурной географии** остается ряд **вопросов**, требующих рассмотрения:

1. В какой мере объекты и мероприятия НКГ должны сочетать интересы **туристов** из растущего потока и горожан? Притом что туризм обеспечивает значительный рынок для большого сектора услуг и способствует росту экспорта креативных и культурных продуктов. Будут ли мероприятия стратегии развития новой культуры и НКГ учитывать различия в предпочтениях и расходах **внутренних и иностранных**, организованных и неорганизованных туристов (например, предложения по работе культурных кластеров в режиме 24/7, расширение перечня предлагаемых культурных продуктов и услуг, практик для вовлечения и пр.)? У мероприятий стратегии могут быть **разные бенефициары** с различающимися интересами.
2. В какой мере следует учитывать различия в культурных предпочтениях **разных возрастных и социальных категорий** гостей и жителей города? Более молодые возрастные когорты, прежде всего студенты, выступают самой заинтересованной аудиторией для современного искусства и авангардных культурных практик. Есть необходимость оценить потенциал оформления **студенческих «точек кипения»** (открытых креативных коворкингов) петербургских вузов (в первой половине 2021 г. работало пять «точек», в том числе в СПбПУ, ГУАП, СПбГУПТД, РГПУ им. А. И. Герцена) и городской «точки кипения», расположенной в квартале «Ленполиграфмаш», в качестве ведущих центров НКГ.
3. Есть ли целесообразность во введении **специальных льгот, создании институтов развития не только для производителей креативного контента, но также выделении некоторых преференций для потребителей/пользователей** современного искусства? Если основным «двигателем» новой культуры и НКГ выступает частная (негосударственная) инициатива, требуется ли ввести для нее особый режим, а поддержку НКГ вменить специальным институтам? Проблема состоит в том, что новая культура — сфера междисциплинарного и межотраслевого взаимодействия, ее проекты обычно выходят за пределы обычного отраслевого управления. Например, Культурный квартал Эдинбурга действует фактически на базе ситуационных соглашений его резидентов и в рамках общей платформы мероприятий (билетов) Culture Juice. Развитием лондонского культурного и креативного района на южном берегу Темзы (London's cultural and creative district South Bank) занимается маркетинговое агентство Official Promotion Agency for London's South Bank. И в Эдинбурге, и в Лондоне есть привязанные к культурным районам общие информационные ресурсы — по сути сводные планы мероприятий и представления культурных продуктов<sup>62</sup>.

62 URL: edinburgh.org; southbanklondon.com (дата обращения: 01.07.2021).

Рис. 1–51. Лондонский культурный и креативный район южного берега Темзы (London's cultural and creative district South Bank)

Источник: Google Maps



Московский Департамент культуры во второй половине 2010-х для координации и методической поддержки развития НКГ создал ряд новых организаций: Мосгорпарк, Центр музейного развития, Московский городской библиотечный центр. Научно-исследовательскую базу и консультационную поддержку деятельности департамента осуществил Московский институт социально-культурных программ<sup>63</sup>. Пока же организационная бюджетная поддержка новой культуры со стороны Правительства Санкт-Петербурга явно уступает по масштабам и проработанности аналогичной программе Москвы. Например, в 2020 г. в качестве субсидий НКО на культурные проекты было выделено 1,063 млрд руб. Если дифференцировать 15 основных направлений поддержки, то проекты современного искусства оказываются на последнем месте по уровню финансирования (менее 1% общей суммы). Возможно, следует учесть опыт содействия отдельным видам экономической активности в городе: ИКТ-сектору, технопаркам и т. п. Причем поддержка должна распространяться не только на коммерческие и некоммерческие организации культуры, но и на девелоперов и инвесторов в **районах смешанного использования и торговых центрах (mixed-use districts and retail centers)**, на крупные креативные и культурные пространства — **privately owned public space**.

<sup>63</sup> Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. С. 181.

4. «Экономизация» новой культурной географии не просто расширяет перечень культурных практик, но и ставит вопрос о том, как учитывается этот «поворот в культуре» в государственных программах развития Петербурга и в определении предметов ведения городских органов управления. Наиболее сложно, но необходимо будет **разграничить и координировать предметы ведения** в сфере широко понимаемых культурных и креативных индустрий и связанных с ними секторов сервисной экономики (туризм, общественное питание, велнес, физкультура и спорт и т. д.), благоустройства, паркового хозяйства, городского дизайна. Крупные проекты новой культурной политики требуют координации деятельности как минимум 10 комитетов петербургской администрации: по культуре; по благоустройству; по градостроительству и архитектуре; по науке и высшей школе; по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры; по инвестициям; по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями; по образованию; по промышленной политике, инновациям и торговле; по развитию туризма.

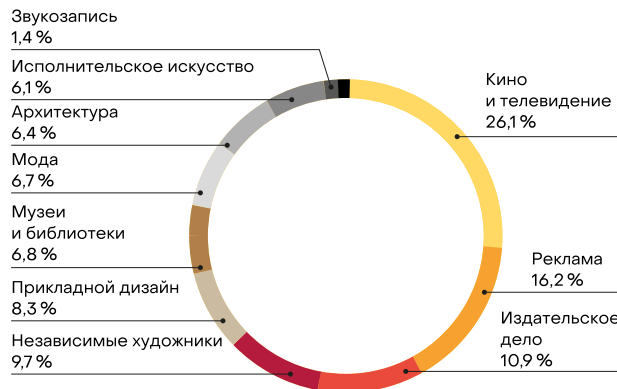


КЕЙС 1-6

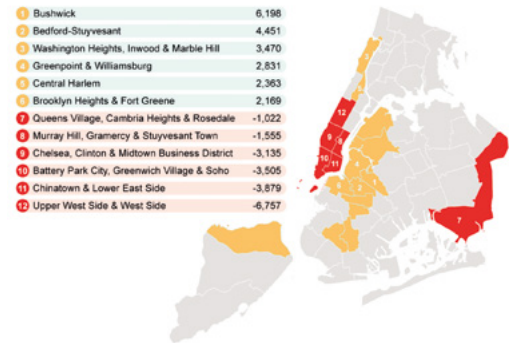
Отчет контролера Нью-Йорка Скотта М. Стрингера <sup>64</sup> о развитии креативной экономики города (2018)

12% всех рабочих мест в творческой индустрии США расположены в пяти районах Нью-Йорка (на город приходится 3% всех рабочих мест в стране), в том числе: 21,2% занятых в сфере дизайна одежды; 22,1% — в рекламе; 19,3% — в издательском деле. Зароботная плата 293 тыс. занятых в секторе в 2017 г. достигла 30,4 млрд долл., оборот отрасли — 110 млрд долл.

<sup>64</sup> New York City Comptroller Scott M. Stringer, Office of the Comptroller estimates



Занятость в творческом секторе Нью-Йорка, 2017 г.



Изменение численности жителей творческих профессий в разбивке по районам, 2008–2017 гг.

Некоторые рекомендации, изложенные в отчете:

- Усиление роли города в поддержании творческого сектора: городу следует создать офис и межведомственную рабочую группу (под руководством заместителя мэра по экономическому развитию) для поддержки и продвижения творческого сектора. Офис будет контролировать и координировать деятельность ряда городских агентств и организаций (DCLA, EDC, MOME, NYC & Company), которые в настоящее время оказывают поддержку одной или нескольким креативным отраслям.
- Создание и продвижение культурных районов: городская и/или государственная поддержка и спонсорство для воспроизведения успеха существующих культурных районов в целях привлечения посетителей, развития местной экономики и подключения местных сообществ к деятельности этих районов.
- Улучшение процесса финансирования капиталовложений для культурных некоммерческих организаций.
- Создание зон креативной экономики как пространства развития для творческих индустрий.
- Поощрение креативных инкубаторов, в том числе в партнерстве с промышленностью.
- Использование существующих общественных пространств в школах, которые имеют широкий спектр разных помещений и помещений для художников, чтобы предоставить недорогие площади некоммерческим организациям культуры и деятелям искусства.

URL: [comptroller.nyc.gov/reports/the-creative-economy](http://comptroller.nyc.gov/reports/the-creative-economy) (дата обращения: 01.07.2021).



**5. Какие показатели результативности стратегии новой культурной географии могли бы быть использованы, помимо регулярных опросов населения?** В упоминавшемся отчете 2018 г. контролера Нью-Йорка Скотта М. Стрингера были выделены 15 показателей (в абсолютном и относительном значении) с разбивкой по креативным и культурным индустриям в динамике по годам: 1) организации (общее количество, средний размер); 2) занятость (работодатели, в том числе индивидуальные предприниматели, общее число работников, самозанятые, доля в общей занятости в городе); 3) заработная плата (восемь показателей). Кроме того, оцениваются хозяйственный оборот по отраслям, их прибыльность, налоги и налоговые льготы и меры поддержки, инвестиции, дается разбивка данных по районам города<sup>65</sup>. Есть резон использовать указанный опыт, чтобы определить в Петербурге параметры оценки результативности государственных программ по развитию НКГ. Для этих целей также можно использовать почти 70 групп показателей культуры, развития креативных и культурных индустрий, которые приводятся в World Cities Culture Report от World Cities Culture Forum (Санкт-Петербург, в отличие от Москвы, пока в него не входит)<sup>66</sup>.

<sup>65</sup> The Creative Economy. URL: [comptroller.nyc.gov/reports/the-creative-economy](https://comptroller.nyc.gov/reports/the-creative-economy) (дата обращения: 01.07.2021).

<sup>66</sup> World Cities Culture Forum. Data. URL: [worldcitiescultureforum.com/data](https://worldcitiescultureforum.com/data) (дата обращения: 01.07.2021).

#### 6.4. КАК ДЕЙСТВУЕМ, ИЛИ С ЧЕГО НАЧАТЬ?

В Санкт-Петербурге и так уже многое делается в рамках формирования новой культурной географии. Ряд знаковых проектов либо реализованы, либо реализуются. Часть таких проектов сейчас планируются. Но пока новая культурная политика в сфере развития НКГ совершенно не институционализована. Начинать нужно с ее признания как относительно нового явления петербургской культурной жизни и как специального объекта управления со стороны города, зоны координации деятельности городских властей, культурных институций и инвесторов, девелоперов.

1. **На институциональном уровне:** оформить в виде государственной городской программы (подпрограммы) и определить предмет ведения для соответствующего органа государственной власти либо целого набора таких органов (культуры, предпринимательства, градостроительства, транспортного благоустройства, образования).
2. **На инфраструктурном уровне:** закрепить в документах градостроительства и градостроительства четко выраженный и архитектурно оформленный (в первую очередь за счет коммуникаций, общего городского/уличного/квартального дизайна) **пространственный каркас** новой культурной географии.
3. **На организационном уровне:** сформировать **партнерство города и новых публичных пространств, крупнейших креативных и культурных площадок — ПАРТНЕРСТВО «НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ ГЕОГРАФИЯ ПЕТЕРБУРГА»** — по скоординированной культурной (в первую очередь событийной и стрит-арт-) политике, принять план на ближайший период и реализовать его как единую программу действий, представив соответствующим образом горожанам и туристическому сектору.

2019

2020



**PARADISE ENGINEERING / МУЗЕЙНАЯ ЛИНИЯ**

Выставочный проект, объединяющий креативные пространства, музейные институции и вузы.

Семь художественных проектов были представлены в стенах и кампусах вузов (ГУАП, РГПУ им. А. И. Герцена).

Участники: ЦВЗ «Манеж», Фонд культурных инициатив Sparta, ГЦСИ Санкт-Петербург, Фонд «ЦСР «Северо-Запад»».

Реализован при участии Администрации Санкт-Петербурга и ФПИМИ.

Источник: ЦВЗ «Манеж»  
Проект: «Музейная линия»  
Год: 2019



**ТРИДЦАТЬ ТРИ ЗНАКА / МУЗЕЙНАЯ ЛИНИЯ**

В рамках проекта была представлена выставка «33 знака», которая объединила серию уличных инсталляций, посвященных кириллическому алфавиту, и раскрыла взаимосвязь традиционной русской культуры, актуального искусства, современного шрифтового дизайна и типографики с городским пространством Санкт-Петербурга. Проект также включал образовательную программу, творческие встречи и лекции, 3D-тур по лабиринту кириллицы.

Инициатор проекта: ЦВЗ «Манеж».

Партнеры: Комитет по культуре Санкт-Петербурга, Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры Санкт-Петербурга, Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, ПАО «Ростелеком», творческая мастерская ARKI, Школа дизайнера НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, Государственный Русский музей.

Реализован при участии ФПИМИ.

Источник: ЦВЗ «Манеж»  
Проект: «33 знака»  
Год: 2020



**МУЗЕИ В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ: ГРАНИЦЫ И ВОЗМОЖНОСТИ**

Онлайн-конференция, в рамках которой деятели культурных институций поделились опытом работы в период пандемии, опытом преодоления возникших трудностей с помощью новых инструментов. В конференции участвовали эксперты в области административного управления.

По итогам было подготовлено пособие с рекомендациями по организации работы культурных институций в период пандемии.

Инициаторы панельных дискуссий: ЦВЗ «Манеж», Фонд культурных инициатив Sparta, Фонд «ЦСР «Северо-Запад»».

Реализован при участии Администрации Санкт-Петербурга и ФПИМИ.



**STIEGLITZ YOUNG**

Конкурс грантов для студентов и выпускников СПбГХПА им. А. Л. Штигица с участием промышленных партнеров и специалистов креативных индустрий. Направления грантовой поддержки: реализация новых художественных и дизайн-проектов, запуск лимитированной линейки продукции, организация экспозиции на международных выставках победителей конкурса.

Конкурс проводился по семи номинациям, среди которых была номинация Open Call от MYTH Gallery, подразумевающая создание произведения для выставочного проекта «Смотри больше».

Организаторы конкурса: СПбГХПА им. А. Л. Штигица и ФПИМИ.

Партнеры: «РБК Санкт-Петербург», MYTH Gallery, ЗАО «Биокад», Concept Group, торговый дом Apollo, Императорский фарфоровый завод.

← Источник: MYTH Gallery  
Проект: выставка Lurkmoar в рамках номинации конкурса Stieglitz Young  
Год: 2020



**2-Й КУРАТОРСКИЙ ФОРУМ**

Ежегодный международный проект в области современного искусства. В 2020 году включил в себя: онлайн-платформу с видеолекциями, интервью и текстами экспертов музейного образования; Art Weekend – «день открытых дверей» в более чем 20 культурных институциях Петербурга; симпозиум «Образовательный разворот. Кто еще производит знания в культуре?», посвященный месту образовательных практик в музее; а также инициированные ФПИМИ серию мобильных выставок в формате печатных зинов «Зин как выставка: Postcovid» и выставку современного искусства в университетах-партнерах.

Инициатор проекта: ГЦСИ Санкт-Петербург.

Генеральный партнер: ФПИМИ.

Партнеры: остров Новая Голландия, Frame Finland, Институт Финляндии в Санкт-Петербурге, Гёте-институт в Санкт-Петербурге, фонд SEC ArtsLink, РГПУ им. А. И. Герцена, СПбГХПА им. А. Л. Штигица, СПбПУ, Университет ИТМО, НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, СПбГУПТД.

↑ Источник: curatorialforum.art/artweekend2020  
Проекты: 2-й Кураторский форум и Art Weekend  
Год: 2020

← Источник: Фонд культурных инициатив Sparta  
Проект: конференция «Музеи в эпоху пандемии: границы и возможности»  
Год: 2020

2021

**В ПЕРСПЕКТИВЕ**  
(вторая половина 2021)



**СЕРЕБРЯНОЕ ОЖЕРЕЛЬЕ РОССИИ**

Уличная экспозиция в рамках публик-арт-проекта «Музейная линия». Посвящена регионам Северо-Запада и представляет собой россыпь 11 серебряных бусин, образующих ожерелье. Каждая бусина расположена в соответствии с географической локацией регионов и внешне интерпретирует его ключевой образ. К участию в проекте были приглашены выдающиеся художники, актеры, режиссеры, деятели искусства и науки, космонавты.

Инициатор проекта: ЦВЗ «Манеж».

Реализован при участии ФПИМИ, Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитета по культуре Санкт-Петербурга, аппарата полномочного представителя Президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе, Федерального агентства по туризму.



**САД КУЛЬТУРЫ**

Современная краеведческая выставка под открытым небом в рамках выставочного проекта Venua Art Garden. При участии ФПИМИ была реализована Project School в партнерстве с «Фаблаб Политех» (спецпроект городского конкурса дизайна и искусств St. Petersburg Young Design). В Project School команды студентов разных вузов города создавали интерактивные арт-объекты, которые позже стали частью выставки «Сад Культуры».

Инициатор проекта: общественное пространство «Бенуа 1890».

Партнеры: «Фаблаб Политех» (СПбПУ), ФПИМИ.

Источник: ЦВЗ «Манеж»  
Проект: «Серебряное ожерелье России»  
Год: 2021

Источник: общественное пространство «Бенуа 1890»  
Проект: «Сад Культуры»  
Год: 2021  
На выставке также были представлены работы участников проектной школы «Фаблаб Политех» в рамках конкурса St. Petersburg Young Design.



**ST. PETERSBURG YOUNG DESIGN**

Городской молодежный конкурс дизайна и искусства St. Petersburg Young Design стал продолжением конкурса Stieglitz Young, но уже на городском уровне. Главная цель – помочь молодым художникам и дизайнерам реализовать себя. Всего в конкурсе 11 номинаций, в том числе:

- Номинация Young Art Fair от онлайн-галереи современного искусства Sample. Она связана с поиском новых имен на современной арт-сцене. Творческие работы победителей будут представлены на ярмарке современного искусства blazar.
- Номинация VENUA от общественного пространства «Бенуа 1890». Творческое задание – придумать арт-объект в виде сказочного дракона для размещения на острове в саду Бенуа.

Организаторы конкурса: СПГХПА им. А. Л. Штиглица и ФПИМИ.

Партнеры: ООО «Проект 111», ГМЗ «Царицыно», blazar, ООО «Яхтенные Сезоны», ЗАО «Биокад», ООО «ЭкоПром СПб», «Бенуа 1890», благотворительный фонд «Пропаганда и возрождение русского искусства», акционерный банк «Россия», ООО «ПЛГ» (Plaza Lotus Group).

Проект стал победителем конкурса Фонда президентских грантов.

Источник: общественное пространство «Бенуа 1890»  
Проект: номинация Venua конкурса дизайна и искусства St. Petersburg Young Design  
Год: 2021



**3-Й КУРАТОРСКИЙ ФОРУМ**

Международный проект в области современного искусства, включающий в себя выставки, дискуссии, лекции, спецпроекты для студентов и молодых специалистов, а также Art Weekend – «день открытых дверей» в галереях, арт-пространствах и мастерских художников.

Фонд поддержки инноваций и молодежных инициатив Санкт-Петербурга стал победителем конкурса Фонда президентских грантов с данным проектом и получил грант на его реализацию.

Инициаторы проекта: ГЦСИ Санкт-Петербург, ФПИМИ.

Партнеры: СПГХПА им. А. Л. Штиглица, НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, Anna Nova Gallery, Marina Gisich Gallery, ЦВЗ «Манеж», Университет ИТМО, Art.ITMO.Residency, Институт Финляндии в Санкт-Петербурге, «Собака.ру», «Бумага.ру».

**ПАРТНЕРСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ**

Подписание партнерского соглашения между креативными пространствами и другими культурными институциями с целью содействия развитию новой культурной географии в Санкт-Петербурге.

**Рис. 1–52.**  
**Таймлайн. Проекты по направлению «Новая культурная география», реализованные при участии ФПИМИ**

# ЧАСТЬ 2

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО  
(CONTEMPORARY ART)  
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: ДОКЛАД  
В ДОКЛАДЕ



# ВВЕДЕНИЕ

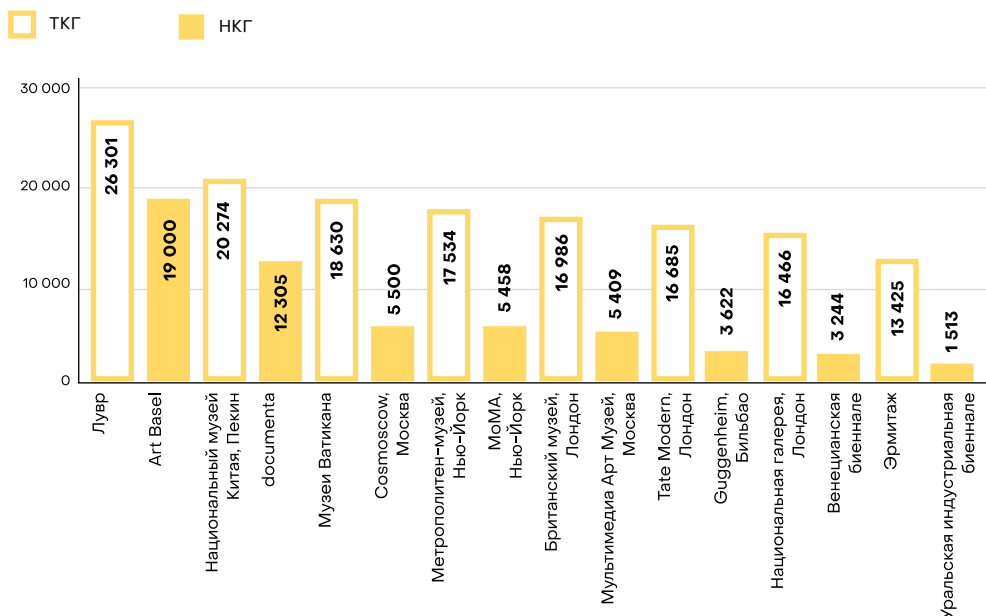
Вопрос современного искусства (contemporary art) при определении параметров «культурного поворота», который пережили российское общество и российские города в последние десятилетия, чрезвычайно важен: в обширном пространстве новой культуры именно искусство в целом, и современное в том числе, выступая одним из ядер данной культуры, отвечает за образное и публичное представление весьма сложных смыслов, отделяющих ее от иных сфер социальной активности. Именно искусство может оказать сильное воздействие на образование, сферу досуга и другие сферы потребления, распространяя на них свои художественные практики.

Преобразующая сила современного искусства столь велика, что оно способно сделать собственным предметом изначально отдаленные от него вещи, например дизайн и архитектуру, ключевым элементом которых в середине XX в. выступил язык скульптурных форм, заимствованный в современном искусстве<sup>67</sup>.

С момента подъема контркультуры в 1960-х и до конца 1980-х сформировался арт-рынок, который смог конкурировать с массовой культурой, коммерческими развлечениями и телевидением<sup>68</sup>. Современное искусство обладает способностью осваивать всё новые технологии и медиа: фотографию<sup>69</sup>, видео. В частности, Нам Джун Пайк, один из пионеров видеоарта, оказал сильное влияние на стилистику MTV. Сегодня художники экспериментируют с виртуальной и дополненной реальностью (VR/AR) и даже «влажными технологиями» (wetware), проникая в лаборатории биологов и используя биотехнологические, биоинформационные и генетические методы (биоарт, science art). Примеры можно приводить и дальше.

В поиске пространства для высказывания художники выходят на городские улицы (граффити, стрит-арт, паблик-арт<sup>70</sup>) и в публичные пространства — школы, больницы, вузы. При этом современное искусство не всегда и не обязательно конкурирует с традиционным за пользователей-потребителей и их ресурсы, а часто даже вступает с ним в диалог: у многих крупных музеев классического искусства есть специальные программы коллабораций с современными художниками, когда те внедряют свои проекты в постоянные экспозиции (Лувр, Метрополитен-музей, петербургский проект «Эрмитаж 20/21»).

Культурные индустрии, традиционная культура не должны относиться к современному искусству снисходительно. Во всем мире его аудитория сопоставима с аудиторией традиционного искусства.



<sup>67</sup> Дизайн. Всемирная история / гл. ред. Э. Уилхьюд. М.: Магма, 2017. С. 278.

<sup>68</sup> Stallabrass J. Contemporary Art: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2020.

<sup>69</sup> MoMA также создал комнату не только со скульптурами и картинами, но и с фотографиями, сделанными в Париже на протяжении 1920-х гг.; цветные снимки, напечатанные в масштабе грандиозной салонной живописи, стали арт-объектами, цена которых резко выросла в 1990-х; в 2010-х подскочили цены на рынках искусства на студийную фотографию из стран Африки. Некоторые точкой поворота для рынка фотографии считают 2007 г., когда была побита серия мировых аукционных рекордов, а годовой оборот значительно вырос, достигнув 102 млн долл. — по сравнению с 17 млн долл. в 2000 г. (What's Next for Art in the 2020s. URL: artsy.net/series/decade-art/artsy-editorial-art-2020s (дата обращения: 01.07.2021); Stallabrass J. Contemporary Art; Contemporary Art: Emerging Trends and Predictions for the Future — URL: t2conline.com/contemporary-art-emerging-trends-and-predictions-for-the-future/ (дата обращения: 01.07.2021); The 10 Moments That Defined Art in the 2010s. URL: artsy.net/series/decade-art/artsy-editorial-10-moments-defined-art-2010s (дата обращения: 01.07.2021); Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии. URL: artguide.com/posts/2147 (дата обращения: 01.07.2021); и др.).

<sup>70</sup> Hansen S., Flynn D. "This Is Not a Banksy!": Street Art as Aesthetic Protest // Continuum. 2015. Vol. 29. Issue 6; Perera P. Urban Art Scene in Madrid "How Can a Contemporary Art Be Used for Tourism?" // Advances in Economics and Business. 2019. Vol. 7. Issue 2; Ross J. I., Lennon J. F., Kramer R. Moving Beyond Banksy and Fairey: Interrogating the Co-optation and Commodification of Modern Graffiti and Street Art // Visual Inquiry: Learning & Teaching Art. 2020. Vol. 9. Nos 1–2; и др.

**Рис. 2-1.**  
Средняя годовая посещаемость музеев и биеннале, 2017–2019 гг.

Источник: ГЦИ Санкт-Петербург по данным открытых источников

Для городов, претендующих на глобальную роль, современное искусство — достаточно большой по своим размерам рынок, его произведения давно уже выступают в качестве финансового актива<sup>71</sup>. Современное искусство коммерциализировано как никакое другое. Причем именно современное искусство вносит видимый вклад и в развитие рынка культурных ценностей в целом, и в придание динамичного и современного (нового, интересного, привлекательного в первую очередь для молодых поколений) облика городам<sup>72</sup>.

<sup>71</sup> Art & Finance Report 2019. 6<sup>th</sup> ed. / Deloitte & ArtTactic. Luxembourg, 2019; The Art Market 2020: A Year in Review / ArtTactic. London, 2021; The Art Market 2021: An Art Basel & UBS Report. Basel; Zurich, 2021; и др.

<sup>72</sup> Tang Y. The Young Generation of Chinese Artists and Their Ambitions: Master's Thesis (2016). URL: scholarworks.calstate.edu/concern/theses/hq37vq75z (дата обращения: 01.07.2021); Işitman Ö. Producers of Contemporary Art: X, Y, Z Generations // Global Journal of Arts Education. 2017. Vol. 7, Issue 2; Meschini A. Temporary or Permanent? The Duration of Works of Street Art: Between Intentions and Techniques // DISEGNARECON. 2020. Vol. 13. No. 24; и др.

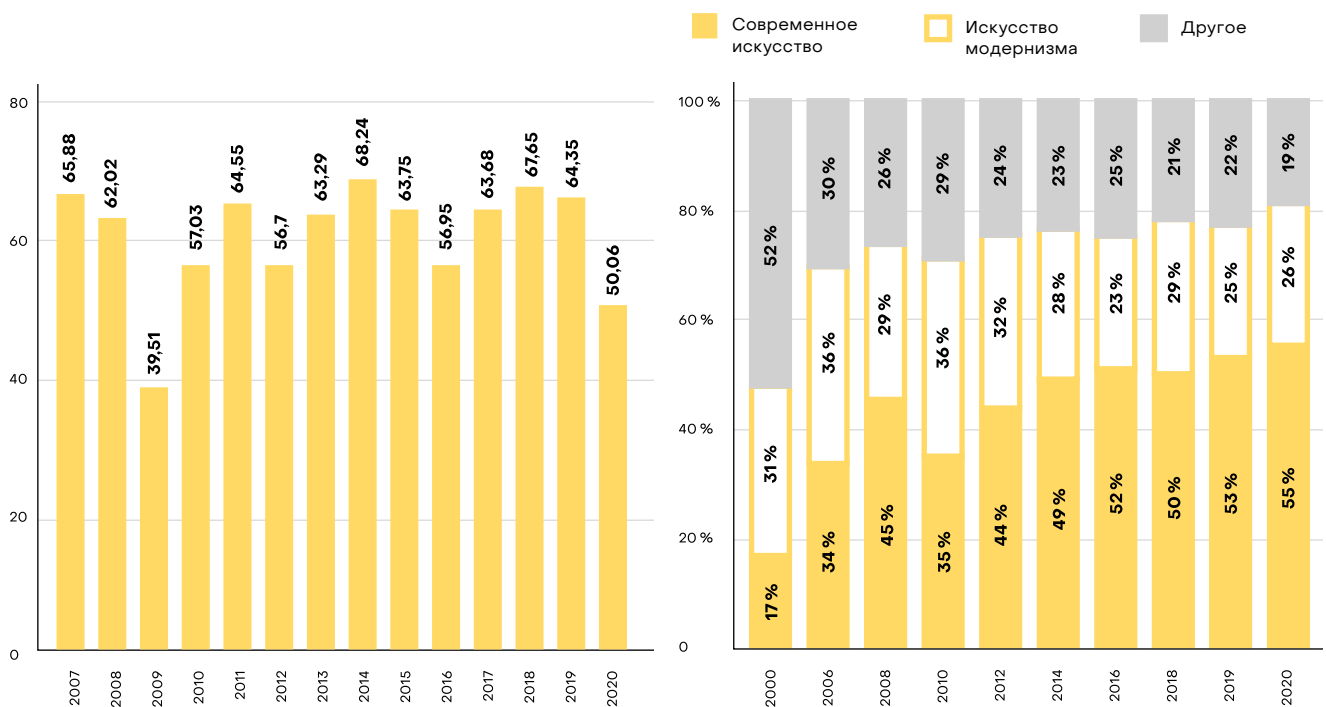
## КЕЙС 2-1

### Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии

Рынок современного искусства растет феноменальными темпами с начала 2000-х: +2 100 % — рост аукционного оборота рынка современного искусства в мире, оборот аукционов современного искусства уже обогнал такие сегменты арт-рынка, как искусство старых мастеров или искусство XIX в. Современное искусство составляет 15 % мирового арт-рынка против 3% 20 лет назад. На Китай и США приходится 68 % мирового аукционного оборота. С 2000 г. произведения современного искусства принесли прибыль в 22,7 млрд долл.

Более 60 % рынка современного искусства приходится на живопись<sup>73</sup>.

<sup>73</sup> Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии. URL: artguide.com/posts/2147 (дата обращения: 01.07.2021).



Оборот мирового арт-рынка с 2007 по 2020 г., млрд долл.

Источник: Statista 2021

Доля рынка по объемам продаж на аукционах изобразительного искусства в мире, 2000–2020 гг., %

Источники: Arts Economics (2021), Artory

Кроме того, современное искусство (contemporary art) — с 1980–1990-х — одна из самых больших зон публичной жизни, в которой главной художественной практикой является вовсе не созерцание, как в традиционном искусстве, а со-участие, действие совместно с художником. Современное искусство по своей природе выступает средством публичной коммуникации, а также пространством массового публичного — и потому потенциально политического — действия. В силу этого современное искусство обладает большим конфликтным потенциалом. Все началось с контркультуры 1960-х, которая несла в себе сильный посыл отказа от прагматических ценностей «буржуазной культуры» и была пропитана духом протеста против традиционного искусства. Поп-культура, сменившая контркультуру в 1980–1990-х, не привела к устранению протестного характера современного искусства, но превратила все это в culture wars — открытое противостояние разных арт-движений как формы противопоставления культурных ценностей в общественном мнении<sup>74</sup>.

Сначала 2010-х гг. многие дискурсы поля современного искусства перешли на территорию массовой культуры: инклюзия и разнообразие (diversity & inclusion), феминизм, вопросы прав меньшинств, эйджизм, борьба за экологию, антиглобализм и т. д. Этот новый культурный поворот, приводящий к бурным дискуссиям и поляризации мнений, в основном разворачивается в онлайн-пространстве<sup>75</sup>. Арт-активизм, акционизм России и Петербурга обладают своей историей и спецификой, они уже давно не маргинальное явление, а предмет социологического, искусствоведческого и культурологического анализа<sup>76</sup>.

<sup>74</sup> В 1980–1990-х в США были многочисленные скандалы, доходившие и до судебного преследования, связанные с созданием и продвижением контента современного искусства, нарушающего нормы традиционной морали (см.: Stallabrass J. Contemporary Art).

<sup>75</sup> Chou M., Busbridge R. Culture Wars, Local Government, and the Australia Day Controversy: Insights from Urban Politics Research // Urban Policy and Research. 2019. Vol. 37. Issue 3; Proctor W., Kies B. Editors' Introduction: On Toxic Fan Practices and the New Culture Wars // Participations. 2018. Vol. 15. Issue 1; и др.

<sup>76</sup> Татьяна Волкова: «Арт-активизм сейчас будет только расцветать» // Искусство. 2012. № 3 (582); Акунина Ю. А. Арт-активизм как актуальная форма протеста: социокультурный анализ // Вестник МГУКИ. 2014. № 1 (57); Эпштейн А. Д. Между подвалами, судами и эмиграцией: арт-активизм времени всеобщей мобилизации // Неприкосновенный запас. 2015. № 6; «Акции российских художников замыкаются на самих себе»: Швейцарский теоретик медиа Кристоф Бруннер в разговоре с Ольгой Мамаевой, 2016. URL: colta.ru/articles/swiss\_made/9961-aktsii-rossiyskih-hudozhnikov-zamykayutsya-na-samih-sebe (дата обращения: 01.07.2021); и др.



Рис. 2-2. Баннер выставки «Акционизм и арт-активизм — 2020: что дальше?» на сайте Центра творческих индустрий «Фабрика» (Москва, 2020)

Источник: [fabrikacci.ru/archive](http://fabrikacci.ru/archive)  
 Партии мертвых  
 Фото: Александр Сакалов  
 Куратор выставки: художница Катрин Ненашева





Рис. 2-3.  
Баннер выставочного проекта  
«Части стен» (02–26.08.2018)  
на сайте ЦВЗ «Манеж»  
(Санкт-Петербург): Алексей  
Партола. Из серии «Части стен».  
«Осколки»

Источник: ЦВЗ «Манеж»  
manege.spb.ru/events/  
vystavochnyj-proekt-chasti-sten



Развитие современного искусства в рамках новой культурной географии — это возможность формирования нового международного бренда в опоре на текущий потенциал: уже сейчас каждый третий актер современного искусства в Петербурге ежегодно работает с международными партнерами. Поддержка институтов современного искусства может дать городу новый импульс развития и расширения спектра услуг, сценариев досуга для туристов и горожан.

Таким образом, современное искусство — то, что определяет уровень и во многом задает содержательное наполнение новой культуры, а те его форматы, что связаны с выставками, галереями, паблик-артом, арт-активизмом, сильно влияют на организацию новой культурной географии Петербурга. Именно особенности современного искусства — высокий уровень медийности, потенциал коммерциализации с одной стороны и потенциал конфликта новых и традиционных ценностей — с другой — затрудняют выработку политики властей крупных городов в отношении новой культуры и НКГ. Методы и направления культурной политики, отработанные во взаимоотношениях с традиционной культурой, к ним не всегда подходят.

В этом «докладе в докладе» предпринята попытка еще раз привести аргументы, позволяющие определить то, как современное искусство может влиять на развитие Санкт-Петербурга:

1. Повлиять на вектор актуального развития и возможность восстановить (и не утратить в дальнейшем) лидерство в глобальной культурной повестке современности.
2. Привнести в городскую повестку новые идеи, смыслы и ценности.
3. Содействовать росту качества туристического потока (за счет маркетинга и управления его распределением по территории города и разным по своему характеру культурным объектам).
4. Внести вклад в развитие человеческого капитала: новые рабочие места и профессии не только в культурных, но и в связанных индустриях; качественный досуг для горожан, формирование и развитие городских сообществ; рост инклюзивности городской среды, ее разнообразности и доступности разным социальным группам, развитие креативного бизнеса.

В фокусе внимания данного доклада в докладе — инфраструктура и экономика современного искусства Петербурга: галереи, государственные и частные музеи, проекты, работающие с современным искусством, НКО, независимые некоммерческие площадки, образовательные проекты, работающие с современным искусством общественные пространства (как наиболее связанные с НКГ).

# 1

## РАЗЛИЧНЫЕ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИКИ ГОРОДОВ В ОТНОШЕНИИ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

**В городах с изначально высоким уровнем традиционной культуры объекты,** связанные с современным искусством, выполняют важную роль в развитии и брендинге городских территорий, способствуя активной культурной жизни. Важно отметить, что наличие крупных музеев современного искусства — это заметный маркер глобального современного города (Музей современного искусства (МоМА) в Нью-Йорке, Центр Жоржа Помпиду в Париже, Музей современного искусства «Киазма» в Хельсинки). Также можно говорить о стратегии позиционирования города через крупные международные события (Венецианская биеннале, Международная стамбульская биеннале).

СОБЫТИЕ	РЕГУЛЯРНОСТЬ	ДЛИТЕЛЬНОСТЬ	КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ, тыс. чел.
<b>Венецианская биеннале, крупнейшая и известнейшая международная художественная выставка</b>	Раз в 2 года	6 месяцев (183 дня)	593,616 (2019) 615,152 (2017) 501,502 (2015) <sup>77</sup>
<b>Art Basel, коммерческая, частная и управляемая международная художественная ярмарка, проводимая в Базеле, Майами и Гонконге</b>	Ежегодно	5 дней	95 <sup>78</sup> (в среднем)
<b>Международная ярмарка современного искусства Cosmoscow (Москва)</b>	Ежегодно	4 дня	22 (2019) <sup>79</sup> 19 (2018) 19,2 (2017) <sup>80</sup>
<b>documenta, выставка современного искусства в Касселе</b>	Раз в 5 лет	100 дней	891,5 (Кассель) + 339 (Афины) (2017) <sup>81</sup> 860 (2012) 754,301 (2007) <sup>82</sup>
<b>Уральская индустриальная биеннале, крупнейший международный проект в сфере современного искусства на территории РФ. Проходит в Екатеринбурге и городах Уральского региона</b>	Раз в 2 года	76 дней	115 <sup>83</sup> (2019) 40 <sup>84</sup> (2017) 20 (2015)

**Табл. 2-1.**  
Количество посетителей крупных мировых и российских событий в сфере современного искусства

Источник: ГЦСИ Санкт-Петербург по данным открытых источников

**77** Number of visitors to the Biennale International Art Exhibition in Venice in Italy from 2015 to 2019. URL: [statista.com/statistics/1087849/number-of-visitors-to-the-biennale-international-art-exhibition-in-venice](https://www.statista.com/statistics/1087849/number-of-visitors-to-the-biennale-international-art-exhibition-in-venice) (дата обращения: 01.07.2021).

**78** Art Basel. URL: [fair-point.com/event/art-basel/](https://www.fair-point.com/event/art-basel/) (дата обращения: 01.07.2021).

Итоги Cosmoscow 2019. URL: [cosmoscow.com/ru/news/new/50](https://cosmoscow.com/ru/news/new/50) (дата обращения: 01.07.2021).

**80** Cosmoscow подводит итоги галерейных продаж в 2018 году. URL: [st.cosmoscow.com/media/press/npesc-reлиз\\_CosmoscowForbes-InArt.pdf](https://st.cosmoscow.com/media/press/npesc-reлиз_CosmoscowForbes-InArt.pdf) (дата обращения: 01.07.2021).

**81** Documenta 14 Reports Record Attendance [Updated]. URL: [artnews.com/art-news/market/documenta-14-reports-record-attendance-9007](https://artnews.com/art-news/market/documenta-14-reports-record-attendance-9007) (дата обращения: 01.07.2021).

**82** Documenta 13 Draws 860,000 Visitors, Record Number. URL: [observer.com/2012/09/documenta-13-sets-draws-860000-visitors-record-number/](https://observer.com/2012/09/documenta-13-sets-draws-860000-visitors-record-number/) (дата обращения: 01.07.2021).

**83** Уральскую биеннале посетили около 115 тыс. чел. URL: [kommersant.ru/doc/4179250](https://kommersant.ru/doc/4179250) (дата обращения: 01.07.2021).

Уральская грамота. URL: [rg.ru/2017/07/13/reg-urfo/uralskaia-industrialnaia-biennale-podgotovila-59-ekskursij-po-27-gorodam.html](https://rg.ru/2017/07/13/reg-urfo/uralskaia-industrialnaia-biennale-podgotovila-59-ekskursij-po-27-gorodam.html) (дата обращения: 01.07.2021).

**В городах с небольшим количеством объектов культурного наследия создаются новые имиджевые проекты** (музеи современного искусства, объекты современной архитектуры) или события, являющиеся точкой притяжения для туристического потока (биеннале, ярмарки, фестивали), что заново перезапускает жизнь целого города. Помимо расширения общего турпотока, подобные проекты привлекают в город аудиторию, готовую тратить деньги в премиум-сегменте, поскольку сообщество коллекционеров часто останавливается в более дорогих отелях, ресторанах и средний чек такого туриста значительно выше среднестатистического.

<p><b>КЕЙС 2-2</b></p>	<p><b>Опыт развития городской среды: Бильбао</b></p>
<p><i>Самым известным примером влияния культуры на развитие городской среды можно назвать «эффект Бильбао». В 1997 г. в небольшом городе Бильбао (население — 350 184 чел. (2020 г.)) на севере Испании был открыт Музей Гуггенхайма (филиал известного одноименного музея в США) при полном финансировании запуска проекта за счет Министерства культуры Страны Басков. Здание спроектировал известный архитектор Фрэнк Гери. За первые три года работы музей посетило более 4 млн туристов, которые оставили там более 100 млн евро в виде региональных налогов. Такое влияние архитектуры на городскую экономику теперь называют «эффектом Бильбао».</i></p>	

<p><b>КЕЙС 2-3</b></p>	<p><b>Опыт развития городской среды: Кассель</b></p>
<p><i>Также можно привести в пример Кассель — город в Германии, с населением чуть более 200 тыс. чел., где раз в пять лет проходит выставка documenta — одно из самых значительных событий в современном искусстве. В 2013 г. выставку посетило 904 тыс. чел. по платным билетам, что в четыре раза превышает население города.</i></p>	

**Объектами новой культурной географии становятся проекты, которые развивают городские территории посредством дизайна и искусства** (реновация неэффективно используемых или заброшенных зданий и кварталов, урбан-дизайн, паблик-арт-проекты в публичном пространстве), что делает город более привлекательным, открытым и комфортным для жителей и туристов.

## КЕЙС 2-4

## Опыт развития городской среды: Нью-Йорк (парк Хай-Лайн)

*Нью-йоркский парк Хай-Лайн, расположенный на высоте 10 м от земли, на месте закрытой ветки надземной железной дороги, — один из наиболее часто упоминаемых примеров переформатирования общественного пространства. Этот проект сильно повлиял на окружающие районы: средняя рыночная стоимость жилья подскочила на 103 % между 2003 и 2011 гг., также существенно возросли объемы нового строительства в близлежащих районах, что получило название «эффект Хай-Лайна».*



Источник: [archdaily.com/550810/take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan/54219476c07a800de50000dd-take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan-photo?next\\_project=no](http://archdaily.com/550810/take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan/54219476c07a800de50000dd-take-a-walk-on-the-high-line-with-iwan-baan-photo?next_project=no)  
Автор: Иван Баан  
Год: 2014

Современное искусство в целом порождает широкий спектр социально-экономических эффектов:

- способствует развитию субрынков креативной индустрии: появление новых рабочих мест, профессий;
- развивает кооперацию между отраслями внутри креативных индустрий и за их пределами (с другими отраслями городской экономики), что дает мультипликативный эффект;
- способ развития отдельных территорий и городской среды в целом;
- возможность значительного увеличения качественного туристического потока (за счет маркетинга и управления потоками);
- вклад в развитие человеческого капитала: качественный досуг и возможности творческого саморазвития для горожан;
- укрепляет социальные отношения: создает общие ценности и символы, которые учат нас понимать друг друга (экономика сообществ), что повышает устойчивость общества в целом;
- повышает инклюзивность: бóльшая часть населения получает доступ к культурным благам.

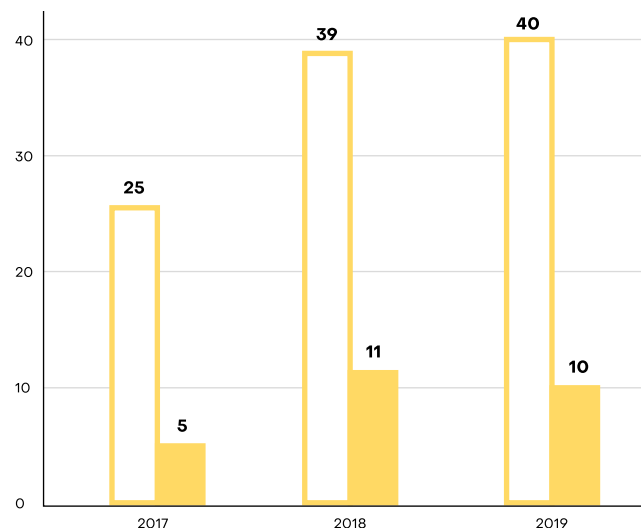
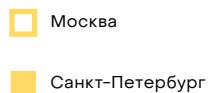
# 2 ПЕТЕРБУРГСКАЯ АРТ-СЦЕНА В МИРОВЫХ И РОССИЙСКИХ РЕЙТИНГАХ

Санкт-Петербург, учитывая масштабы культурно-исторического наследия, которым он обладает, принадлежит к числу ведущих мировых центров культуры. Однако в отношении развития актуального, современного искусства Петербург хотя и относится наряду с Москвой к национальным лидерам, но, по мнению многих экспертов, сильно отстает от государственной столицы по размерам сектора новой культуры и современного искусства, а по динамике данного сектора оказывается на одном уровне с некоторыми другими культурными центрами страны<sup>85</sup>. Есть явный дефицит масштабных новаторских проектов. Это показывает анализ данных о количестве ключевых культурно-массовых и выставочных событий и об их посещаемости, медийном отклике на художественные и музейные проекты современного искусства. За последние пять лет ни одна из выставок, прошедших в Петербурге, не попала в рейтинги самых посещаемых или лучших выставок мира, публикуемые в профессиональных иностранных изданиях (The Art Newspaper, Art Forum, Hyperallergic и др.)<sup>86</sup>.

**85** Миф о «культурном Петербурге» работает против Петербурга. URL: [strelkamag.com/ru/article/mif-o-kulturnom-peterburge-rabotaet-protiv-peterburga](http://strelkamag.com/ru/article/mif-o-kulturnom-peterburge-rabotaet-protiv-peterburga) (дата обращения: 01.07.2021); Итоги года: Пермь культурнее, чем Питер, а про бизнес больше всего говорят в Новосибирске. URL: [strelkamag.com/ru/article/v-moskve-i-peterburge-bolshe-vsego-sobytiy-dazhe-esli-uchityvat-raznicu-v-kolichestve-zhitelei](http://strelkamag.com/ru/article/v-moskve-i-peterburge-bolshe-vsego-sobytiy-dazhe-esli-uchityvat-raznicu-v-kolichestve-zhitelei) (дата обращения: 01.07.2021);

Городской социолог — о том, почему Петербургу не стоит быть культурной столицей. URL: [www.the-village.ru/city/people-about/178085-gorodskoy-sotsiolog-sravnivaet-peterburg-s-amsterdamom](http://www.the-village.ru/city/people-about/178085-gorodskoy-sotsiolog-sravnivaet-peterburg-s-amsterdamom) (дата обращения: 01.07.2021); Где искать современное искусство в Санкт-Петербурге — Арт-гид — Искусство — OpenSpace.ru. URL: [os.colta.ru/art/projects/181/details/2919/page3/](http://os.colta.ru/art/projects/181/details/2919/page3/) (дата обращения: 01.07.2021); и др.

**86** В частности, за 2017–2019 гг. ни одна из выставок в Санкт-Петербурге не вошла в топ-20 по версии ежегодного исследования посещаемости музеев и выставок, проводимого The Art Newspaper. См.: 2016's most popular exhibitions by genre and city. URL: [www.theartnewspaper.com/news/2016s-most-popular-exhibitions-by-genre-and-city](http://www.theartnewspaper.com/news/2016s-most-popular-exhibitions-by-genre-and-city) (дата обращения: 01.07.2021); The world's most popular exhibition? Ancient sculptures in Tokyo versus Modern masters in Paris. URL: [www.theartnewspaper.com/analysis/ancient-buddhist-sculptures-triumph-over-modern-masters](http://www.theartnewspaper.com/analysis/ancient-buddhist-sculptures-triumph-over-modern-masters) (дата обращения: 01.07.2021); Art's Most Popular: here are 2018's most visited shows and museums. URL: [www.theartnewspaper.com/analysis/fashion-provides-winning-formula](http://www.theartnewspaper.com/analysis/fashion-provides-winning-formula) (дата обращения: 01.07.2021); Art's Most Popular: here are 2019's most visited exhibitions and museums in the world. URL: [www.theartnewspaper.com/analysis/art-s-most-popular-here-are-2019-s-most-visited-shows-and-museums](http://www.theartnewspaper.com/analysis/art-s-most-popular-here-are-2019-s-most-visited-shows-and-museums) (дата обращения: 01.07.2021). См. также: [en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_most-visited\\_museums](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most-visited_museums) (дата обращения: 01.07.2021).



**Рис. 2-4.** Статистика 50 (2018, 2019 гг.), 30 (2017 г.) самых посещаемых выставок Москвы и Санкт-Петербурга

Источник: по данным The Art Newspaper Russia

Российский ежегодный рейтинг The Art Newspaper<sup>87</sup> приводит статистику 50 (30 — в 2017 г.) самых посещаемых выставок Москвы и Петербурга. Петербургские выставки в 2017 г. заняли пять строк из 30 (16,66%), в 2018 г. — 11 строк из 50 (22%), в 2019 г. — 10 строк из 50 (20%), т. е. Петербург в пять раз уступает Москве по количеству выставок-«блокбастеров». В рейтинге преобладают выставки из самых посещаемых музеев города: Эрмитажа и Русского музея, в 2019 г. туда вошли три выставки ЦВЗ «Манеж».

**87** И вновь продолжается бум: самые посещаемые выставки России. URL: [www.theartnewspaper.ru/posts/5617](http://www.theartnewspaper.ru/posts/5617) (дата обращения: 01.07.2021). Рейтинг музеев — 2019: все как было, только гораздо лучше. URL: [www.theartnewspaper.ru/posts/6931](http://www.theartnewspaper.ru/posts/6931) (дата обращения: 01.07.2021). Рейтинг российских выставок — 2020: небо не без алмазов. URL: [www.theartnewspaper.ru/posts/8051](http://www.theartnewspaper.ru/posts/8051) (дата обращения: 01.07.2021).



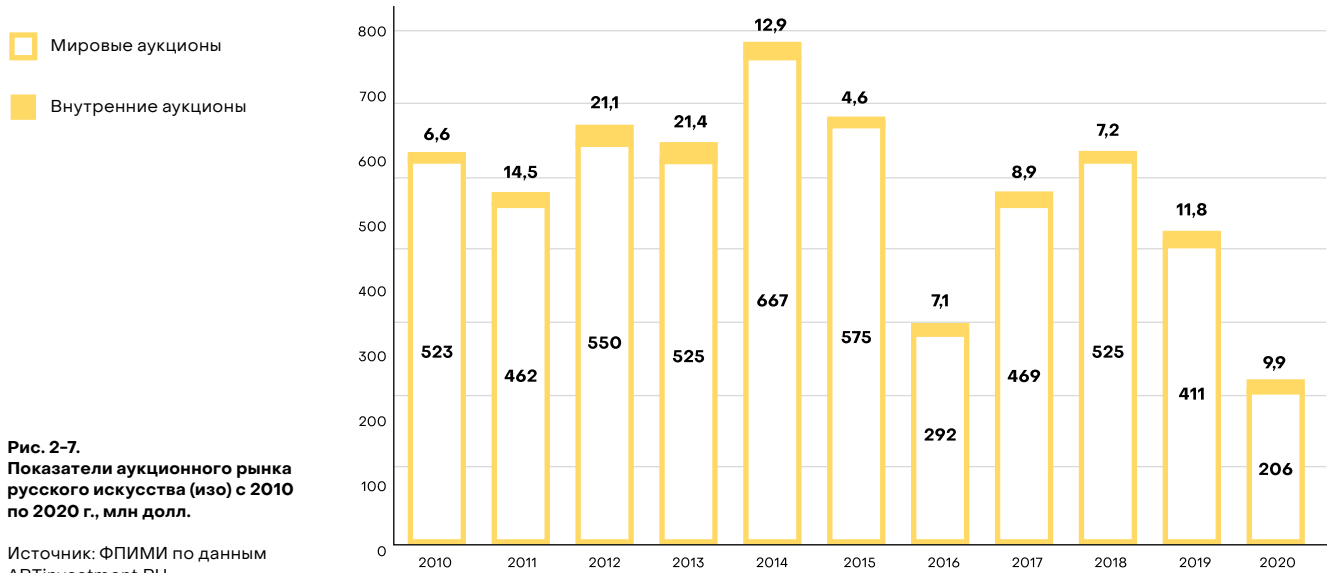


Российский журнал Artguide с 2014 г. публикует онлайн-рейтинг самых влиятельных фигур в русском искусстве. За последние семь лет в рейтингах наиболее влиятельных фигур (топ-50) в области искусства лишь 7,6% (26 упоминаний) — представители петербургских культурных учреждений<sup>88</sup>, притом что в рейтинге от Петербурга присутствует всего 13 имен и только четыре раза упоминаются имена людей, которые не являются сотрудниками и представителями государственного учреждения культуры (1% от общей составляющей рейтинга).

В целом российский рынок современного искусства в сопоставлении с мировым выглядит чрезвычайно скромно. Точно определить долю Санкт-Петербурга в нем сейчас не представляется возможным. Достоверно можно утверждать только одно: она небольшая. Из тысячи включенных Artprice в список самых успешных современных художников по аукционному обороту за период с 2000 по 2019 г. только семь имели отношение к России (с 319-й по 997-ю позицию рейтинга) и только двое — к Петербургу: Тимур Новиков (1958–2002) и Георгий Гурьянов (1961–2013)<sup>89</sup>.

<sup>88</sup> 2020: Анна Барина, Михаил Пиотровский, Дмитрий Озерков, группа «Север-7»; 2019: Михаил Пиотровский, Дмитрий Озерков, Марина Гисич; 2018: Дмитрий Озерков, Павел Пригара; 2017: Михаил Пиотровский, Семен Михайловский, Дмитрий Озерков, Александр Боровский, Аркадий Ипполитов; 2016: Михаил Пиотровский, Дмитрий Озерков, Петр Белый, Семен Михайловский; 2015: Михаил Пиотровский, Дмитрий Озерков, Владимир Гусев; 2014: Михаил Пиотровский, Олеся Туркина, Дмитрий Озерков, Екатерина Андреева.

<sup>89</sup> Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии. URL: [artguide.com/posts/2147](https://artguide.com/posts/2147) (дата обращения: 01.07.2021).



**Рис. 2-7.** Показатели аукционного рынка русского искусства (изо) с 2010 по 2020 г., млн долл.

Источник: ФПИМИ по данным ARTinvestment.RU

## 3

## ЧТО МЕШАЕТ БОЛЕЕ ИНТЕНСИВНО РАЗВИВАТЬСЯ СОВРЕМЕННОМУ ИСКУССТВУ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ? ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Как рынок и сектор экономики современное искусство стало оформляться с конца 1980-х — начала 1990-х. Санкт-Петербург с точки зрения его вклада в развитие современного искусства, несомненно, виден на мировой карте. Причем благодаря не только гигантскому наследию (классическое искусство, русский авангард, образовательные эксперименты ВХУТЕИНа), но и художникам, работающим сегодня в рамках contemporary art: 404.zero (Александр Лециус и Кристина Карпышева демонстрировали свои аудиовизуальные перформансы на Таймс-сквер, в Музее искусств округа Лос-Анджелес), Александр Шишкин-Хокусай (представлял Россию на Венецианской биеннале 2019 г.)<sup>90</sup>, Петр Белый (в 2018–2019 гг. экспонировал свои произведения в крупных институциях Швейцарии и Нью-Йорка), Ольга Тобрелутс (ежегодно выставляется в музеях Европы и США), Владимир Абих, Леонид Цхэ, арт-группа «Север-7» (в 2019 г. выставлялись в Музее современного искусства (МуНКА) в Антверпене), Марина Алексеева (работы находятся в коллекциях Fundació Sorigué (Льейда, Испания), Art Vectors Investment Partnership (Австрия), сэра Элтона Джона и др.), Данини (участница Московской международной биеннале молодого искусства, получившая Webby Award), Виталий Пушницкий (вошел в список 100 лучших живописцев современности по версии издательства Phaidon в каталоге Vitamin P2)<sup>91</sup>, Керим Рагимов (вошел в список 100 лучших художников современности по версии издательства Phaidon в каталоге Ice Cream)<sup>92</sup>.

<sup>90</sup> Masters on Masters: When the Biennale Goes Meta (Russian Pavilion; Kriss Ravetto-Biagioli). URL: [artmargins.com/masters-on-masters-when-the-biennale-goes-meta-russian-pavilion](http://artmargins.com/masters-on-masters-when-the-biennale-goes-meta-russian-pavilion) (дата обращения: 01.07.2021).

<sup>91</sup> Vitamin P2 — New Perspectives in Painting. Barry Schwabsky. URL: [phaidon.com/store/art/vitamin-p2-9780714869421](http://phaidon.com/store/art/vitamin-p2-9780714869421) (дата обращения: 01.07.2021).

<sup>92</sup> Ice Cream: Contemporary Art in Culture. URL: [amazon.com/Ice-Cream-Contemporary-Art-Culture/dp/0714846805](http://amazon.com/Ice-Cream-Contemporary-Art-Culture/dp/0714846805) (дата обращения: 01.07.2021).

В силу изначальной коммерциализации современного искусства, слабой определенности его границ развитие данной сферы в городах предполагает некоторый масштаб и создание определенных институций, набора организационных и территориальных инфраструктур. Хотя сегодня в Санкт-Петербурге действует не менее 50 площадок, работающих с современным искусством, а также ежегодно проводятся мероприятия (фестивали, андеграундные ярмарки и выставки в крупных музеях), рынок современного искусства все еще мал и недостаточно структурирован. Далеко не все необходимые для существования динамичного арт-рынка ниши и позиции в системе разделения труда заняты активными и сильными игроками.



**Рис. 2-8.**  
**Таймлайн. Ключевые события в сфере современного искусства Санкт-Петербурга с 1990 по 2020 г.**

Источник: ГЦСИ Санкт-Петербург

## КЕЙС 2-5

**Экосистема рынка современного искусства**

*Галереи взяли на себя ответственность за продвижение и развитие молодых художников. Первичный рынок имеет собственную многослойную органическую структуру с галереями разного размера, работающими в разных сегментах современного искусства. На вторичном рынке действуют аукционные дома. Музеи играют жизненно важную роль в установлении художественной иерархии. Рынок уже стал зрелым, глобальным, консолидированным.*

**1** Крупнейшие музеи современного искусства (MoMA, Tate Modern, Чикагский музей современного искусства, Музей современного африканского искусства Цайца, Музей Гуггенхайма, Лувр и др.) стали расширять свою филиальную сеть, площади, отведенные под современное искусство. Они вступили в гонку выставок-«блокбастеров», за счет чего перетянули на себя большую часть аудитории. Кроме того, в 2000-х ведущие музеи мира стали покупать работы современных художников, чтобы придать новый вид собственным коллекциям: Метрополитен-музей, MoMA, Балтиморский художественный музей и др. На коммерциализованном рынке современного искусства с 2000 г. были созданы сотни частных музеев, которые имеют налоговые льготы и активно работают со спонсорами.

**2** Сформировалась иерархия галерей, во главе которой встали так называемые мегагалереи — mega-galleries (White Cube, David Zwirner, Michael Werner Gallery, Galerie Thaddaeus Ropac, Perrotin, Gagosian, Hauser & Wirth и др.). Именно они доминируют на рынках, размещая свои новые филиалы в их географических центрах, организуют собственные выставки-«блокбастеры» музейного уровня. Эксперты ожидают, что к концу следующего десятилетия среднестатистический зритель будет с трудом отличать мегагалерею от музея. При этом маленькие галереи современного искусства находятся под постоянным давлением рынка.

Несмотря на то что Петербург — один из крупнейших городов Европы, в нем нет мегагалерей, глобальных штаб-квартир, арт-аукционов. Локальных галерей современного искусства также очень мало, как мало покупателей и коллекционеров. Всего три галереи участвуют в крупных ярмарках и представляют искусство Санкт-Петербурга на международном рынке. В городе нет ни биеннале современного искусства, ни крупной международной арт-ярмарки. Хотя есть ряд низовых инициатив подобного рода, например Седьмые независимые ярмарки современного искусства, которые организует арт-группа «Север-7». В них участвуют молодые авторы, принадлежащие к разным школам и направлениям. На данный момент прошло семь ярмарок на различных площадках в Санкт-Петербурге: «Севкабель Порт», галерея «0+», «Лофт Проект ЭТАЖИ», пространство «Тайга», галерея «Люда» и др. В 2017 и 2019 гг. в Музее стрит-арта Лизавета Матвеева, соорганизатор Седьмых независимых ярмарок, курировала ярмарку «доступного искусства» (в первую очередь по цене) SAM Fair, прошедшую в подобном же формате, но в несколько большем масштабе. В Петербурге существует ряд ежегодных международных фестивалей современного искусства: «Арт-проспект», «Современное искусство в традиционном музее», «Киберфест», фестиваль медиапоэзии «101».



**3** Ярмарки современного искусства, на которые в обычное время приходилось до 25 % всех затрат участников рынка. Глобальные арт-ярмарки, зародившись в Базеле в 1970-х гг., стали быстро расти с 2000 г., когда их число увеличилось с десятков до сотен. Они заняли около трети всего рынка. Доминируют три бренда: Art Basel и его филиалы (в Майами и Гонконге), Frieze в Лондоне и Нью-Йорке и TEFAF в Маастрихте (которая все же больше занимается старым искусством).

**4** В 2020 г. публичные аукционные продажи искусства составили 17,6 млрд долл., частные продажи — 3,2 млрд. Крупнейшим сектором публичных аукционов изобразительного искусства было послевоенное и современное искусство (55%), на которое вместе с современным искусством приходилось чуть более 81% стоимости продаж. Sotheby's, Christie's, Phillips и Bonhams вместе занимают около 80% верхнего сегмента рынка. В современном искусстве на них приходилось более половины продаж на аукционах.

**5** Художники, которые на сегодняшнем рынке все чаще выступают одновременно в качестве публичных фигур / медийных звезд, руководителей производственных цехов и брендов. Здесь, как на всяком зрелом рынке, огромные доходы у звезд и скромный заработок у всех остальных.

**6** Коллекционеры, которые стали рассматривать покупку современного искусства в качестве инвестиции. Сформировались специальные финансовые фонды для управления арт-активами. В 2000-х сильно выросли корпоративные собрания произведений современного искусства (большинство таких коллекций было основано после 1945 г., точнее — после 1975 г.). Инновацией конца 2010-х — начала 2020-х стало появление цифровых активов на арт-рынке.

Источник: Stallabrass J. Contemporary Art: A Very Short Introduction. Oxford : Oxford University Press, 2020; CoBo Perspectives: Dominance of Mega Galleries, CoBo Social, 2019; What's Next for Art in the 2020s. URL: artsy.net/series/decade-art/artsy-editorial-art-2020s (дата обращения: 01.07.2021); The Art Market 2021 / An Art Basel & UBS Report. Prepared by Dr. Clare McAndrew. Basel; Zurich : Art Basel, UBS, 2021; Small Dealers Are Squeezed by the Auction House Giants. URL: theartnewspaper.com/archive/small-dealers-are-squeezed-by-the-auction-house-giants (дата обращения: 01.07.2021); Which Mega-Gallery Took on the Most Artists over the Past Three Years? URL: artnews.com/art-news/market/megagalleries-biggest-artist-rosters-12610/ (дата обращения: 01.07.2021); Opinion | A New Art Season, a New Test of Survival. URL: nytimes.com/2018/09/18/opinion/art-fairs-are-hurting-the-art-world.html (дата обращения: 01.07.2021).

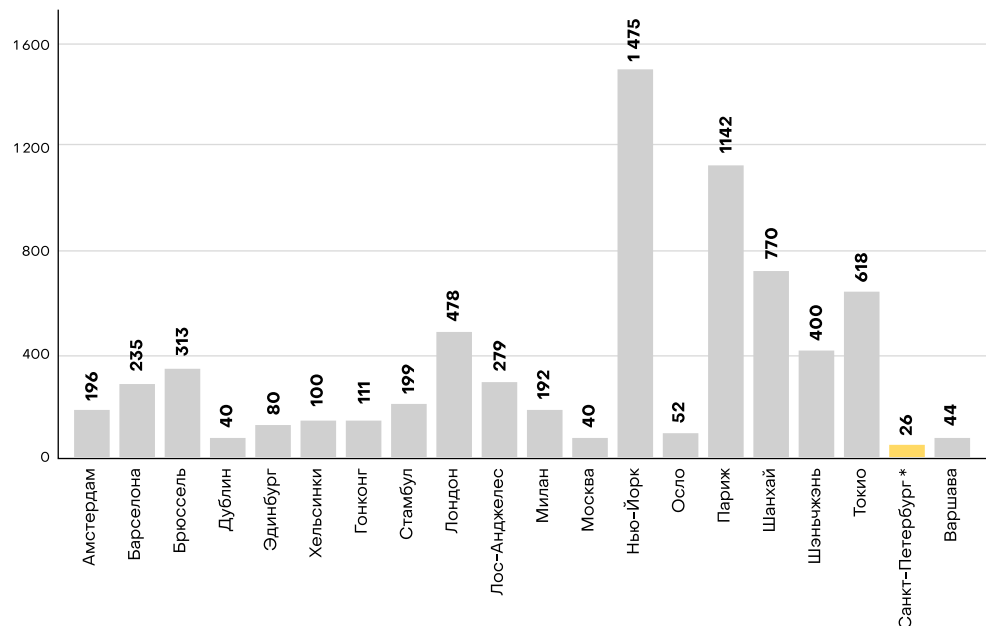


Рис. 2-9. Число художественных галерей в крупнейших городах (ед., данные за 2014–2019 гг.)

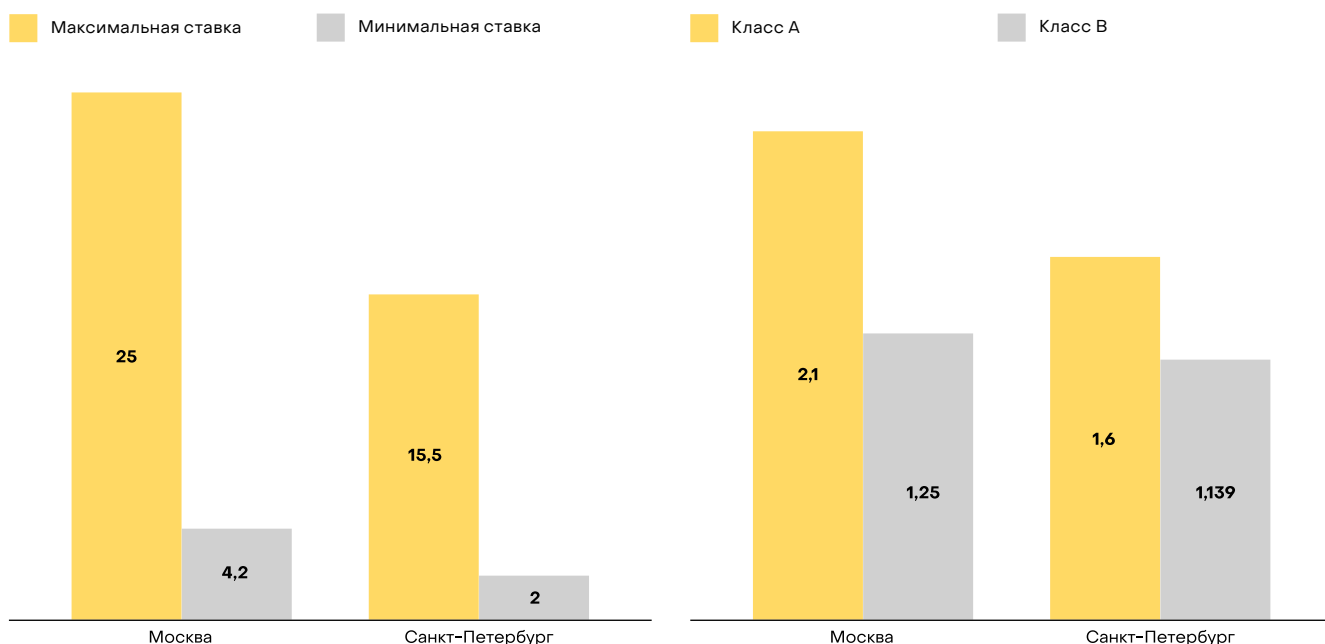
\* Включая центры и музеи современного искусства.

Источник: ФПИМИ по данным World Cities Culture Forum и KudaGo

В Санкт-Петербурге на сегодняшний день не сформирован широкий рынок частных потребителей современного искусства, нет крупных институциональных инвесторов, соответствующих глобальному уровню. Пока нет ни одного крупного корпоративного собрания современного искусства. Тем не менее есть большие для России музеи и центры современного искусства, в том числе государственные, например ЦВЗ «Манеж»; отдел новейших течений Русского музея регулярно проводит выставки современного искусства, в залах Мраморного дворца расположен Музей Людвига с произведениями таких известных художников, как Рой Лихтенштейн, Энди Уорхол, Ансельм Кифер, Илья Кабаков. Государственный Эрмитаж инициировал проект «Эрмитаж 20/21», который регулярно показывает выставки звезд мирового масштаба — Энтони Гормли (2011), Джейка и Диноса Чепменов (2012–2013), Яна Фабра (2016), Ансельма Кифера (2017), а в 2014 г. принял в своих залах выставку крупнейшей международной биеннале — Manifesta 10. Есть и частные институции: Новый музей, «ДК Громов», «Эрарта», Музей стрит-арта. В 2021 году креативное пространство «Севкабель Порт» приняло выставку Энди Уорхола.

Развитие сектора современного искусства тесно связано с высшим профессиональным образованием. Санкт-Петербургская академия художеств им. Ильи Репина и Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А. Л. Штиглица принадлежат к числу крупнейших художественных вузов страны. Оба заведения ориентированы на сохранение традиций и принципов академической школы. Ради объективности следует отметить, что около 30% студентов, обучающихся по направлениям «искусствознание», «культуроведение» и «социокультурные проекты», по окончании вузов работают не по специальности (см. стр. 33 сноска 31 и 32).

Что касается территориальных инфраструктур рынка современного искусства и объема недвижимости, принадлежащей данному рынку, то их доступность для художников, галерей, других институтов определяется наличием свободных площадей и арендной ставкой. Доступность для городских потребителей и потоков туристов хотя и сильно зависит от вклада в себестоимость культурного продукта затрат на содержание актива, все же в большей степени оценивается с точки зрения транспортно-коммуникационных параметров.



**Рис. 2-10.**  
Арендная ставка стрит-ритейла и центральные торговые коридоры в 2021 г., тыс. руб. / кв. м в месяц

Источник: ФПИМИ по данным открытых источников

**Рис. 2-11.**  
Арендная ставка офисной недвижимости в 2021 г., тыс. руб. / кв. м в месяц

Источник: ФПИМИ по данным открытых источников

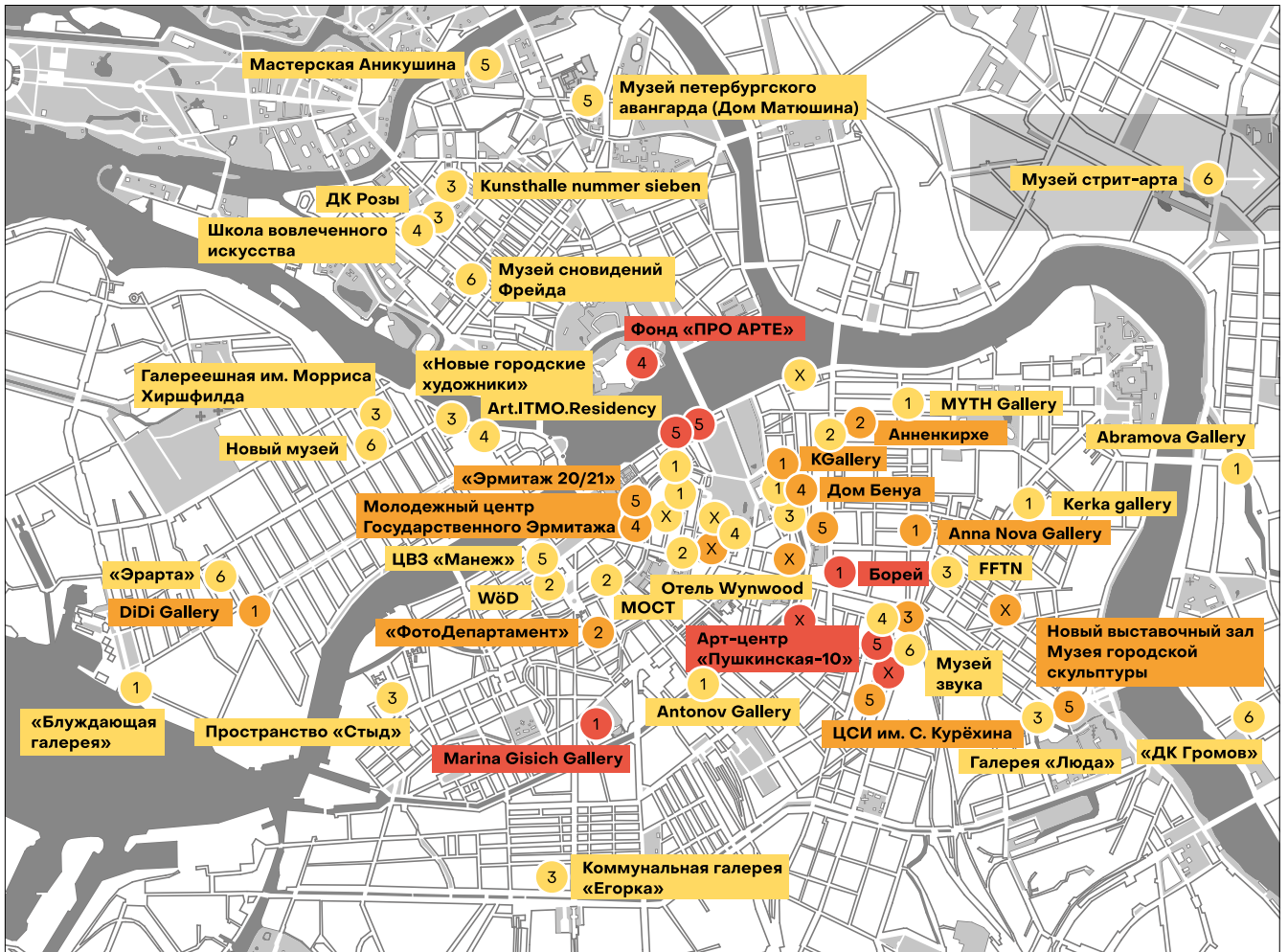


Рис. 2-12. География площадок, работающих с современным искусством

Источники: ФПИМИ и ГЦСИ Санкт-Петербург по данным из открытых источников

**1. ГАЛЕРЕИ**

- «Борей»
- «Блуждающая галерея»
- Anna Nova Gallery
- Abramova Gallery
- Antonov Gallery
- DiDi Gallery
- Kerka gallery
- KGallery
- Marina Gisich Gallery
- MYTH Gallery
- NAME Gallery
- One's Mind
- Yaba

**2. МУЛЬТИФОРМАТНЫЕ ПРОЕКТЫ**

- Анненкирхе
- Отель Wynwood
- Пространство «МОСТ»
- «Склад 17»
- «ФотоДепартамент»
- W&D

**3. НЕЗАВИСИМЫЕ ПРОСТРАНСТВА И ГАЛЕРЕИ, ОРГАНИЗОВАННЫЕ КУРАТОРАМИ И ХУДОЖНИКАМИ**

- Галерея «Люда»
- ДК Розы
- Галерея «Свиное Рыло»
- Галереешная им. Морриса Хиршфилда
- Галерея Navicula Artis
- Коммунальная галерея «Егорка»
- «Новые городские художники»
- Пространство «Стыд»
- FFTN
- Kunsthalle nummer sieben

**4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ**

- «Пайдейя»
- Дом Бенуа
- Молодежный центр Государственного Эрмитажа
- Фонд «ПРО АРТЕ» («Школа молодого художника»)
- Школа вовлеченного искусства
- Школа Masters
- Art.ITMO.Residency

**5. БЮДЖЕТНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ, РАБОТАЮЩИЕ С СОВРЕМЕННЫМ ИСКУССТВОМ**

- Арт-центр «Пушкинская-10»
- Мастерская Аникушина, филиал Музея городской скульптуры
- Музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме
- Музей Людвига в Русском музее
- Музей петербургского авангарда (Дом Матюшина)
- Новый выставочный зал Музея городской скульптуры
- Русский музей, отдел новейших течений
- ЦВЗ «Манеж»
- Центр современного искусства им. Сергея Курёхина
- «Эрмитаж 20/21»

**6. ЧАСТНЫЕ МУЗЕИ И ВЫСТАВОЧНЫЕ ЗАЛЫ**

- «ДК Громов»
- Музей звука
- Музей сновидений Фрейда
- Музей стрит-арта
- Новый музей
- «Эрарта»

**X ЗАКРЫТЫЕ ПРОСТРАНСТВА И ПРОЕКТЫ**

- Галерея «Д-137»
- Галерея Дмитрия Семёнова
- Кибер-Фемин-Клуб
- Творческое пространство «0+»
- AL Gallery

# 4 КУДА ПОЙДЕТ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ?

Судя по всему, в Санкт-Петербурге, как и во всем остальном мире, сфера современного искусства не вырастет и не достигнет высокой степени зрелости, если не получит финансовые, кадровые и информационные ресурсы, которые ей может дать только арт-рынок. Нет оснований считать, что последний в Санкт-Петербурге дальше не будет расти. В течение 2021–2022 гг. планируется запуск (или перезапуск) пространств, вовлекающих в свои проекты современное искусство и культуру: особняк Мясникова, Putilov Loft, завод Степана Разина, ДК Кирова, новое пространство Wynnwood. Кураторский форум и Art Weekend — ежегодное городское событие с 2019 г., инициированное ГЦСИ Санкт-Петербург, — дает наглядное представление о динамике развития петербургской арт-сцены последних двух лет (до эпидемии COVID-19). Осенью 2019 г. карта первого Art Weekend включала в себя 28 площадок, а в 2020 г. — уже 39 площадок (рост 40%) со специальными проектами в трех вузах. В то же время в Берлине в Art Week участвует свыше 130 галерей и разного рода институций, а в Gallery Weekend в Париже — при более строгом отборе участников — порядка 60 галерей.

Петербургу для того, чтобы получить развитый и растущий хорошими темпами рынок современного искусства, потребуется решить ряд задач:

1. Завершить структурирование данного рынка, для чего необходимы:
  - а) появление музея современного искусства (либо нескольких музеев, видимых в информационном пространстве) или выставочной площадки — лидера глобального масштаба, который сможет обеспечить высокий уровень художественной экспертизы, регулярно собирать и привлекать выставки-«блокбастеры» международного значения, содействовать брендированию художников;
  - б) стимулирование развития галерейного бизнеса / создание крупных комплексов галерей, способных системно вести работу по продвижению произведений современного искусства в Петербурге и продвижению произведений, созданных в Петербурге;
  - в) обеспечение доступности крупных аукционов и арт-ярмарок для участников рынка.
2. Укрупнить ключевые инфраструктуры первичного рынка — системы галерей, иных площадок. Речь идет не обязательно о появлении в Санкт-Петербурге собственных или филиалов глобальных мегагалерей. В последние годы в мире стала распространенной практика так называемых распределенных галерей как скоординированных культурных мероприятий, арт-акций (collaborative exhibitions), а также кондоминиумов галерей.



КЕЙС 2-6

Кондоминиумы галерей или collaborative exhibitions

*В октябре 2016 г. на неделе Frieze в Лондоне был запущен проект кооперации галерей — Condo. Основной мотив — преодолеть деградацию рынка: слишком много посредственных ярмарок, слишком мало посетителей и слишком слабое чувство общности среди галеристов. Галереи Condo фактически разделили расходы на инфраструктуру, маркетинг и информационное продвижение, работая около месяца с шестью международными галереями в 15 лондонских пространствах. Плата за участие не взималась.*

*Проект Condo стал ответом на закрытие галерей в художественных центрах по всему миру. Нью-йоркская версия Condo родилась в начале 2017 г., а в 2018 г. были открыты новые кондоминиумы в Шанхае (Condo Shanghai) и Мехико (Yautepec Gallery, ныне BWSMX). Подобные проекты, частично вдохновленные Condo, были реализованы в 2017 г. в других городах: Ruberta в Лос-Анджелесе (Ruberta, Lodos, Galería Agustina Ferreyra, Proyectos Ultravioleta и CARNE), Okey Dokey в Дюссельдорфе и Кельне (Mayer, Laura Henseler at Ginerva Gambino и Jan Kaps).*

Источники: Let's Hang: With Space-Sharing Programs, Galleries Band Together to Battle an Uncertain Market. URL: artnews.com/art-news/news/lets-hang-space-sharing-programs-galleries-band-together-battle-uncertain-market-11044 (дата обращения: 01.07.2021); The Sharing Community. URL: frieze.com/article/sharing-community (дата обращения: 01.07.2021).

3. Содействовать появлению крупных институциональных инвесторов, вкладывающих средства в современное искусство, и значимых корпоративных собраний.
4. Расширить территориальную организацию рынка современного искусства. В частности, петербургские креативные кластеры могут включать проекты с современным искусством в свою деятельность. Хотя активность таких площадок не направлена исключительно на работу с выставками и другими культурными инициативами, часто проекты, связанные с современным искусством, становятся резидентами подобных пространств или организуют там события (выставки, фестивали, перформансы и т. д.).
5. Создавать в городе новые форматы современного искусства: и организационные, и территориальные. Уже сейчас ясно, что образовательно-просветительские проекты становятся точками культурного притяжения, ресурсными базами для студентов и бизнеса. Вокруг вузов и школ в городе появляется все больше стартапов и некоммерческих проектов в этой сфере. С 2015 г. работает частная школа Masters, которая делает программы по истории искусств, запускает издательство и активно сотрудничает с современными художниками; проект «Бенуа 1890» регулярно проводит лекции в своем кластере; часто организует встречи, посвященные современному искусству, молодой проект bigcity.art и т. д.

*«Что касается “Бенуа 1890” и вопроса, почему девелоперы выбирают сотрудничество с культурой, с искусством, скажу сразу, что, наверное, это самый эффективный и красивый способ продвижения девелоперского проекта: это показывает мировая практика, мировые тренды. <...> Из экономических эффектов можно отметить, что буквально после того, как мы стали проводить эти выставки, и благодаря тому, что были восстановлены архитектурные объекты, недвижимость вокруг сада Бенуа подорожала на 30 %».*

**Елена Плахтий,  
генеральный директор  
общественного  
пространства  
«Бенуа 1890»**

# 5

## КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЕКТЫ В УНИВЕРСИТЕТСКИХ КАМПУСАХ

Университетские кампусы в Санкт-Петербурге, традиционно закрытые, в последнее время стремятся стать новыми точками культурного процесса в городе, открывая двери для широкой аудитории. В 2014 г. стартовал проект Агентства стратегических инициатив (АСИ) «Точка кипения» — по созданию пространств коллективной работы, предназначенных для ученых, бизнесменов, госслужащих, общественников, студентов. Многие из «точек» организованы на базе различных вузов. Так, в Петербурге на данный момент открыты пять «точек кипения» (три непосредственно в вузах и две на других территориях). На базе этих площадок можно провести мероприятие — лекцию, семинар, презентацию. Студентам также доступны удобные коворкинги и залы для семинаров и другой совместной работы.

Во многих вузах появляются открытые городу и широкой аудитории площадки. Как постоянно действующие проекты работают: в Университете ИТМО — AIR (Art.ITMO.Residency), гибридное трансформируемое пространство, совмещающее в себе галерею, мастерскую и резиденцию в области art & science; в Институте философии человека РГПУ им. А. И. Герцена — «Пространство на Малой Посадской» — выставочное пространство-лекторий в действующей аудитории 101 (проект курируется студенческим объединением «Эстетика: арт-бизнес»). Отдельные публичные городские события тоже периодически проходят на университетских территориях. Можно отметить такие проекты последних лет, как «Реюнион: большой фестиваль науки и культуры» (2019), гостями которого стали не только выпускники СПбГУ; «Музейная линия» (лето 2019) — выставки проекта проходили в том числе в РГПУ им. А. И. Герцена и ГУАП; фестиваль образовательных практик «Педагогические сезоны» в РГПУ им. А. И. Герцена (открытие в 2019); выставочные проекты 2-го Кураторского форума в 2020 г. разместились на территориях трех вузов Петербурга; студенческий совет СПбГУПТД проводит ежегодный фестиваль современного искусства «6 стен» (2019, 2020).

**Рис. 2-13.**  
**Персональная выставка**  
**Алексея Таруца, созданная**  
**специально для Готиче-**  
**ского зала Музея СПГХПА**  
**им. А. Л. Штиглица, 2020**

Источник:  
 ГЦСИ Санкт-Петербург  
 Куратор: Анна Заведий  
 Спецпроект  
 2-го Кураторского форума  
 в РГПУ им. А.И. Герцена при  
 поддержке ФПИМИ  
 Фото: Иван Сорокин



**Рис. 2-14.**  
**Екатерина Соколовская.**  
**«Глаза» из проекта**  
**«Легкие касания», 2020**

Источник:  
 ГЦСИ Санкт-Петербург  
 Куратор: Анна Заведий  
 Спецпроект  
 2-го Кураторского форума  
 в РГПУ им. А.И. Герцена при  
 поддержке ФПИМИ  
 Фото: Иван Сорокин







**Рис. 2-15.**  
**Ян Посадский и Олег Сороко.**  
**«Термен», 2020**

Источник:  
 ГЦСИ Санкт-Петербург  
 Куратор: Анна Заведий

Спецпроект  
 2-го Кураторского форума  
 в РГПУ им. А.И. Герцена при  
 поддержке ФПИМИ  
 Год: 2020  
 Фото: Иван Сорокин



## ОПЫТ РФ, МОСКВЫ, ФИНЛЯНДИИ, ЭСТОНИИ. ВОЗМОЖНЫЕ ПРОЕКТНЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

*«Ситуация Петербурга в некотором смысле уникальна — Петербург давно утратил идентичность культурной столицы, но эту идентичность не утратили его горожане. С одной стороны, город не может пожаловаться на полное отсутствие крупных культурных брендов, а с другой — Петербург — город с невероятно низкой институционализацией, значение которой не хотелось бы преувеличивать, но и не хотелось бы преуменьшать. Отсутствие институций не сможет остановить актуальный культурный процесс, однако акторы этого процесса остаются если не в маргинальном поле, то в его узком профессиональном сегменте, и мы этих акторов неминуемо будем терять. Ни для кого не секрет, что вектор профессионального роста специалистов в области культуры направлен на Москву. И художники, и кураторы, и технические специалисты, и уж тем более продюсеры стремятся туда, где есть возможности для формирования разного рода партнерских отношений».*

**Лиза Савина,  
куратор, арт-критик,  
учредитель Фонда  
культурных инициатив  
Sparta**

На уровне РФ (вне Москвы и Петербурга) заметны разные проекты, работающие с современным искусством: «Арсенал» в Нижнем Новгороде (филиал ГМИИ им. А. С. Пушкина), Государственный музей современного искусства PERMM (Пермь), ЦСИ «Типография» в Краснодаре, Уральская индустриальная биеннале и Ельцин-центр в Екатеринбурге, арт-резиденция в Выксе, музей «Площадь Мира» в Красноярске и др. Уральская индустриальная биеннале входит в Международную ассоциацию биеннале и регулярно привозит в Екатеринбург мировых звезд искусства. В 2019 г. музей «Площадь Мира» стал одним из четырех финалистов премии Европейской музейной академии (ЕМА) и получил премию Луиджи Микелетти, которая вручается инновационным музеям в сфере современной истории, промышленности и науки.

Среди городов РФ по количеству качественных культурных площадок лидирует Москва: ММСИ, МАММ, музей «Гараж», фонд V-A-C, Фонд Смирнова и Сорокина, Фонд Аксенова, фонд Cosmocosm и многочисленные галереи, которые осуществляют не только и не столько функцию по продаже произведений искусства, сколько занимаются продвижением художников и выступают инициаторами музейных выставочных проектов современных художников в России и за рубежом.

В 2020 г. в Москве были основаны Ассоциация галерей современного искусства и Союз креативных кластеров. Правительство Москвы способствует развитию креативной индустрии, внедряя и реализуя формы поддержки культурных и креативных организаций.

## КЕЙС 2-7

**Опыт Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы: субсидии для предпринимателей**

Департамент предпринимательства и инновационного развития города Москвы в целях стимуляции развития экономики и повышения конкурентоспособности московских предпринимателей предлагает субсидии для предпринимателей на возмещение средств за участие в бизнес-выставках, форумах и салонах в России:

- субсидирование расходов на экспорт — возмещение до 3 млн руб. на транспортировку, сертификацию, адаптацию, патентование, до 500 тыс. руб. — на сертификацию систем менеджмента качества;
- субсидирование расходов на участие в конгрессно-выставочных мероприятиях — возмещение 50 % затрат на регистрационный взнос, аренду площади и застройку стенда на выставке, до 350 тыс. руб. для российских и до 700 тыс. руб. для зарубежных выставок;
- субсидирование расходов на продвижение продукции через маркетплейсы — до 700 тыс. руб.;
- субсидирование расходов на обучение персонала — возмещение до 95 % от понесенных затрат, до 120 тыс. руб. на сотрудника, до 10 млн руб. на одну организацию;
- субсидирование расходов на оборудование, коммунальные услуги и проценты по кредитам организациям, работающим по договорам концессии, — возмещение 25 % от стоимости иностранного оборудования, 35 % от стоимости отечественного оборудования, 50 % паушального взноса, 100 % роялти, 70 % на оплату коммунальных услуг, до 1 млн руб.;
- субсидирование расходов на оборудование резидентам технопарков и Московского инновационного кластера, компаниям в сфере образования и досуга, социальным предпринимателям — возмещение 25 % от стоимости иностранного оборудования, 35 % от стоимости отечественного оборудования, до 10 млн руб.;
- предоставляется гарантийная поддержка для получения кредитов — под поручительство Фонда содействия кредитованию малого бизнеса Москвы до 70 % от суммы обязательств, до 100 млн руб.

В части организации мероприятий, направленных на популяризацию и развитие креативной индустрии:

- с 2019 г. в рамках программы *Created in Moscow* представители креативных индустрий бесплатно участвуют в зарубежных выставках и ярмарках, среди которых — кинорынок EFM в Берлине и *American Film Market* в Санта-Монике, где состоялись деловые встречи кинокомпаний и анимационных студий с потенциальными байерами в формате *matchmaking*, проводились презентации проектов и подписывались соглашения о сотрудничестве;
- в июне 2020 г. Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы создано АНО «Агентство креативных индустрий». К его задачам относятся формирование условий для развития бизнеса и создание рабочих мест, продвижение креативных индустрий Москвы на международном уровне, развитие городских территорий и кросс-инноваций, а также цифровизация творческих индустрий<sup>93</sup>.
- с 10 по 13 сентября 2020 г. Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы был организован стенд *Created in Moscow* в рамках Международной ярмарки современного искусства *Cosmoscow*: в выставке приняли бесплатное участие 20 столичных галерей, которые смогли реализовать продажи художественных работ. Деловая программа стенда стала платформой для обмена опытом и укрепления связей в профессиональной среде;

Кроме больших публичных проектов для широкой аудитории, в Москве с 2019 г. организована Российская креативная неделя для развития международного профессионального сотрудничества. Ее цель — создание благоприятных условий для включения России в глобальное пространство ведущих креативных мероприятий мира. Первым международным партнером Российской креативной недели стала Неделя дизайнера в Милане (*INTERNI Designer's Week Milano*), в Российской креативной неделе принимали участие куратор *Design Miami* А. Чен, президент Венецианской биеннале Р. Чикутто<sup>94</sup>.

<sup>93</sup> Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов. Материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации (Совет Федерации, 22 октября 2020 года). URL: [council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwtsduLbf10bgYRUj.pdf](https://council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwtsduLbf10bgYRUj.pdf) (дата обращения: 01.07.2021). С. 53.

<sup>94</sup> Российская креативная неделя (*Russian Creative Week*). URL: [creativityweek.ru](https://creativityweek.ru) (дата обращения: 01.07.2021).

Для сравнения важно обратиться к опыту соседних стран в плане государственной поддержки искусства: Эстонии, как страны постсоветского пространства, и Финляндии, которая является важным культурным партнером для Петербурга и, несмотря на схожий депрессивный климат, заняла в 2021 г. (согласно данным из доклада ООН *World Happiness Report*) первое место среди самых счастливых стран в мире.

## КЕЙС 2-8

## Опыт Финляндии: поддержка сферы искусства

Центр содействия искусству Финляндии Taike, агентство при Министерстве образования и культуры, ежегодно выделяет около 35 млн евро в виде грантов и субсидий при годовом бюджете страны порядка 55 млрд евро<sup>95</sup>, т. е. доля грантов и субсидий — около 0,06 % от всего бюджета. Они получают около 14 тыс. заявок каждый год. В 2017 г. они предоставили финансирование 2 868 заявителям<sup>96</sup>.

**95** Budget review 2019. URL: [vm.fi/documents/10623/11706974/VM+2019+5+Budget+review+2019+January.pdf/](http://vm.fi/documents/10623/11706974/VM+2019+5+Budget+review+2019+January.pdf/) (дата обращения: 01.07.2021).

**96** The Arts Promotion Centre Finland (Taike). URL: [taike.fi/en/frontpage](http://taike.fi/en/frontpage) (дата обращения: 01.07.2021).

- Правительство не предоставляет напрямую мастерские (или временные мастерские в формате арт-резиденций) художникам. Тем не менее организации могут получить финансирование на резидентские программы.
- Национальные художественные советы присуждают художникам гранты на пять лет, три, один и полгода.
- 11 млн евро ежегодно выплачивается в виде грантов художникам.
- Более 600 художников в год работают на основе гранта. Приблизительно каждый 10-й претендент получает грант. По состоянию на 1 апреля 2019 г. сумма ежемесячных субсидий для художников составляет 1 733,37 евро в месяц.
- Гранты не облагаются налогами, должны использоваться только по назначению — для покрытия расходов, указанных в заявке. Расходы должны быть по существу, разумно обоснованными. В процессе подачи заявки заявитель должен обосновать необходимость гранта и использовать его соответствующим образом. Грант считается надлежаще использованным, если сумма приемлемых расходов по крайней мере равна сумме гранта.



КЕЙС 2–9

Опыт Эстонии: система финансирования культуры и искусства

Эстонская система финансирования культуры и искусства имеет две ступени:

**1** Министерство культуры.

**2** Акцизный фонд от алкоголя и табака на литературу, визуальную культуру, спорт, дизайн, архитектуру, с меняющимся и демократичным жюри (представители от Союза художников, независимые художники, представители музеев разных поколений).

Реализуются ряд проектов:

- Проект «Эстонская культура за границей»:
  - Два раза в год — субсидия от 6 тыс. евро на проект. Условия: 20 % — самофинансирование проекта. Критерии: оценка visibility для художника, организации, страны.
  - Четыре раза в год — субсидии для художников. Условия: самофинансирование 20 %, подробная смета и ТЗ, на поездки от 500 до 15 тыс. евро, поддерживаются публикации и гонорары.
  - Раз в год — гранты для галерей на участие в ярмарках. Покрытие от 50 до 80 % расходов. Критерии: продвижение молодых художников, качественная международная репрезентация.
- Проект «Искусство в публичные места», или «Закон 1%»: 1% от стоимости строительства общественного пространства идет на создание произведения искусства. Жюри: представители компании-застройщика, архитекторы, художники и представители музейного сообщества.
- Проект «Художественная зарплата». Стипендии/зарплаты художникам на три года на конкурсной основе. Художники предоставляют план работы и развития. Минимальная зарплата выплачивается в размере 700 евро.
- Работают несколько центров развития современного искусства, например Estonian Contemporary Art Development Center. Данная организация способствует закупкам произведений искусства для институций: например, коллекционеры приобретают произведения для Tate (Великобритания) и других важных галерей и музеев.
- Обучение за границей по программам обмена: курсы для галеристов раз в два года (40 чел.), где преподают профессионалы мирового уровня, по итогу участники проходят практику за границей — на международных ярмарках, в галереях, музеях. Это способствует росту и развитию малого бизнеса в сфере искусства.

# 7 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОЛИТИКЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ЭКСПЕРТАМИ В ХОДЕ УГЛУБЛЕННОГО ИНТЕРВЬЮ (2021 Г.)

Чтобы обеспечить качественный скачок развития сектора современного искусства в Санкт-Петербурге, необходимо параллельное движение по нескольким направлениям: поддержка, стимулирование и масштабирование уже существующих проектов, поддержка образования в данной сфере (как вузовских программ, так и частных), и, конечно, городу нужно инициировать и поддерживать крупные международные проекты, заметные для международного профессионального сообщества (мегапроекты).

Крупные формы культурных проектов, благодаря которым происходят мощные инфраструктурные улучшения сектора: музей современного искусства, ярмарка современного искусства, биеннале современного искусства. Реализация подобных мегапроектов послужит для города сильным аттрактором туристических потоков и магнитом для креативного класса. Разработка и воплощение подобных инициатив требуют многовекторных усилий по формированию стратегии и поиску инвесторов, сотрудничества с международными профессиональными партнерами, прессой, аудиторией, а также формирования репутации среди уже существующих лидеров сектора.

*При этом встает вопрос: должен ли город инициировать подобные проекты и управлять ими самостоятельно или имеет смысл реализовывать их в партнерстве с крупными институциями, усиливая существующие проекты? Или следует привлекать в город международные бренды, как это было с Manifesta 10?*

**Музея современного искусства** с современными залами, собирающего коллекцию и имеющего международный статус, в Петербурге нет. Какие требования предъявляют профессиональное сообщество и широкая аудитория к таким проектам?

- Сильная и актуальная выставочная стратегия: сочетание проектов по развитию локальной художественной среды, т. е. реализации персональных и групповых выставок российских художников, и работы с крупными иностранными художниками и кураторами.
- Форма, соответствующая содержанию: современная архитектура и дизайн здания музея (построенного специально под проект; или ревитализация архитектурного памятника — с многофункциональным наполнением) с инженерными и технологическими решениями, позволяющими работать со звуковыми, видеоинсталляциями, трансформировать пространство и предлагать аудитории разнообразный сервис для комфортного пребывания.
- Архитектура и программа музея должны быть инклюзивными: от инженерных решений до образовательных и выставочных программ; музей должен думать о том, как работать с разными категориями посетителей.
- Просветительская деятельность. Музей в современном мире становится важным местом для развития: образовательные секции для детей и подростков, лекции для взрослой аудитории, концерты, кинопоказы, встречи с известными деятелями культуры<sup>97</sup>.
- «Музеи существуют не ради прибыли. Их деятельность основана на принципах партиципации и прозрачности и строится вокруг активного сотрудничества с различными сообществами. Работая во имя человеческого достоинства, социальной справедливости, глобального равенства и благополучия в масштабах планеты, музеи аккумулируют, хранят, изучают, интерпретируют и экспонируют самые разные представления о мире»<sup>98</sup>.

<sup>97</sup> Музеи теперь не те, что прежде. URL: [theartnews.ru/posts/7192](https://theartnews.ru/posts/7192) (дата обращения: 01.07.2021).

<sup>98</sup> Там же.

**Потенциальным проектам биеннале современного искусства, как и ярмарки современного искусства, в Петербурге потребуется выдержать серьезную конкуренцию с брендами, уже существующими в России и в соседних западных городах.** Это Уральская индустриальная биеннале (Екатеринбург; единственная, входящая/входящая в Международную ассоциацию биеннале), Московская международная биеннале молодого искусства, Московская биеннале современного искусства; новый, но очень значимый игрок — Триеннале современного российского искусства (Москва), организованная музеем «Гараж». Одновременно с этим в России проходят Красноярская биеннале, Ширяевская биеннале и (с 2021) Северная биеннале. На территории, соседствующей с Петербургом, это Хельсинкская биеннале современного искусства (Helsinki Biennial), Рижская биеннале современного искусства (RIBOCA), Балтийская триеннале.

По официальным данным Международной ассоциации биеннале, в мире насчитывается более 320 биеннале<sup>99</sup> и порядка 270 ярмарок современного искусства разного уровня<sup>100</sup>. Это колоссальная конкуренция проектов, заполняющих почти весь календарный год. Причем эксперты отмечают, что изначально более коммерческие ярмарки в последнее время не уступают биеннале по качеству выставочной программы и содержанию<sup>101</sup>.

**Что Петербург может предложить отличного от остальных 590 проектов, чтобы попасть в двадцатку лидеров?** Требования к временным, но регулярным проектам будут такими же, как к музею современного искусства, для реализации же нужны вовлеченность и лояльность администрации города, которые мы наблюдаем на футбольных чемпионатах.

**Проекты поддержки, стимулирования и масштабирования уже существующих и новых лидеров рынка подробно и предметно представлены ниже, в табл. 2-2–2-5.** Лидерами рынка могут быть как небольшие компании, частные предприниматели, отдельные личности (художники, кураторы), так и НКО, АНО, государственные организации. Реализация данных мер будет эффективна при соблюдении определенных условий:

1. Регулярность предоставления поддержки.
2. Прозрачность конкурсной процедуры, в том числе высокий уровень экспертности и неангажированность жюри.
3. Информационная доступность конкурсных процедур: заблаговременный анонс, проведение вебинаров, предоставленные в открытом доступе инструкция по заполнению заявки и рекомендации по подготовке бюджета проекта<sup>102</sup>.
4. Дружелюбный интерфейс и цифровизация конкурсной системы поддержки.
5. Оценка лидеров рынка по качественным и количественным критериям.

**Качественные критерии:**

- государственные и частные профессиональные премии,
- письма поддержки от профессионального сообщества,
- наличие профессиональных публикаций,
- наличие сайта проекта,
- долгосрочность стратегии развития,
- социальные эффекты проекта,
- статус проекта федерального масштаба: вовлеченность экспертов и участников из других городов РФ,
- статус международного проекта: вовлеченность экспертов и участников из других стран.

**Количественные критерии:**

- объем постоянной аудитории проекта и организации (как проверяемые Yandex- и Google-метрикой сайта, так и аудитория в социальных сетях),
- оценка объема потенциальной новой аудитории,
- оценка объема вовлеченных профильных специалистов,
- количество публикаций о проекте, если он был реализован ранее, в российской прессе,
- количество публикаций о проекте, если он был реализован ранее, в иностранной прессе.

**99** Туризм Судного дня: что происходило с биеннале современного искусства в 2010-е годы. URL: [spectate.ru/2010-biennale](http://spectate.ru/2010-biennale) (дата обращения: 01.07.2021).

**100** Как устроена ярмарка современного искусства Cosmospow? URL: [republic.ru/posts/56105](http://republic.ru/posts/56105) (дата обращения: 01.07.2021).

**101** «Высококачественные выставки секторов Unlimited и Meridians ярмарки Art Basel с сопутствующими им программами дискуссий и перформансов больше не уступают в качестве программ ведущим мировым биеннале» (URL: [spectate.ru/2010-biennale](http://spectate.ru/2010-biennale) (дата обращения: 01.07.2021)).

**102** Президентский грант. Методические материалы. Инструкция по заполнению заявки и рекомендации по подготовке бюджета проекта (URL: [xn--80afcdbalict6af0oklqi5o.xn--p1ai/public/home/about/methodic-materials](http://xn--80afcdbalict6af0oklqi5o.xn--p1ai/public/home/about/methodic-materials) (дата обращения: 01.07.2021)).

<b>ВОЗМОЖНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ РЕШЕНИЯ: ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО</b>		
<b>ПРОГРАММА (БЕЗ УЧЕТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГШТАТА)</b>	<b>АУДИТОРИЯ</b>	<b>ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЭФФЕКТ</b>
<b>1.1. Создание системы грантов — на участие в международных ярмарках — для галерей Субсидирование участия профессиональных галерей в международных ярмарках</b>	Галереи, художники, иностранная аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Популяризация российской культуры в мире</li> <li>→ Стимулирование развития международного галерейного бизнеса</li> <li>→ Развитие международных связей для российских деятелей культуры</li> </ul>
<b>1.2. Ежегодная поддержка нескольких крупных конгрессно-выставочных и ярмарочных событий в сфере креативного бизнеса: ярмарка современного искусства</b>	Горожане, туристы, профессиональное сообщество	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Увеличение событийности для регуляции круглогодичного туристического потока</li> <li>→ Распределение туристического потока по новым локациям</li> <li>→ Международные интеллектуальные инфоповоды</li> </ul>
<b>1.3. Позиционирование отдельных городских локаций как арт-кварталов, в том числе вокруг петербургских вузов</b>	Горожане, туристы, профессиональное сообщество, бизнес	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Увеличение событийности для регуляции круглогодичного туристического потока</li> <li>→ Распределение туристического потока по новым локациям</li> <li>→ Стимулирование развития бизнеса — увеличение количества компаний в креативном секторе</li> </ul>
<b>1.4. Обеспечение адекватной доступности информации о государственной (городской) поддержке проектов в сфере креативного предпринимательства, кластеров, туризма, высшей школы, культуры. Популяризация различных инструментов поддержки культурных инициатив в Петербурге (по разным направлениям). Распространение анонсов не менее чем за два месяца до окончания срока подачи заявки, проведение консультаций по подаче заявки</b>	Профессиональное сообщество	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Создание прозрачных условий распределения государственных субсидий</li> <li>→ Развитие гражданского общества</li> <li>→ Повышение лояльности к государственным структурам управления</li> </ul>

Табл. 2-2.  
Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: экономика и предпринимательство



<b>ВОЗМОЖНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ РЕШЕНИЯ: ВЫСШАЯ ШКОЛА</b>		
<b>ПРОГРАММА (БЕЗ УЧЕТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГШТАТА)</b>	<b>АУДИТОРИЯ</b>	<b>ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЭФФЕКТ</b>
<b>2.1. Гранты на поездки сотрудникам и студентам вузовских факультетов культуры и искусства на основании ежегодного открытого конкурса. 30 грантов в год</b>	Сотрудники вузов, студенты	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Развитие международных связей российских деятелей культуры</li> <li>→ Социальная поддержка для работников современной культуры</li> </ul>
<b>2.2. Паблик-арт в вузах и школах. Гранты НКО, государственным организациям, ИП, ООО. 10 грантов в год</b>	Молодежь: студенты, школьники	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Создание дружелюбной визуальной среды в образовательных учреждениях</li> <li>→ Поддержка художников</li> <li>→ Публикации в СМИ</li> </ul>
<b>2.3. Создание и поддержка международных образовательных событий (симпозиумов, форумов) в сфере дизайна и современного искусства на базе СПГХПА им. А. Л. Штиглица и других вузов, ведущих подготовку по направлениям «арт» и «дизайн»</b>	Профессионалы, туристы	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Популяризация вузов Петербурга</li> <li>→ Развитие имиджа Петербурга как современного образовательного, культурного и дизайн-хаба</li> <li>→ Реализация третьей миссии вузов</li> </ul>
<b>2.4. Организация краткосрочных образовательных программ, в том числе на базе вузов (для иностранных туристов и туристов из регионов РФ), летних школ. Предоставление грантов для создания устойчивых образовательных программ в Петербурге на базе вузов и НКО</b>	Профессионалы, туристы	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Увеличение потока образовательного туризма</li> <li>→ Развитие имиджа Петербурга как современного образовательного, культурного и дизайн-хаба</li> <li>→ Увеличение срока пребывания туристов (более недели)</li> </ul>

Табл. 2-3.  
Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: высшая школа

<b>ВОЗМОЖНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ РЕШЕНИЯ: КУЛЬТУРА</b>		
<b>ПРОГРАММА (БЕЗ УЧЕТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГШТАТА)</b>	<b>АУДИТОРИЯ</b>	<b>ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЭФФЕКТ</b>
<b>3.1. Школы, акселерационные программы для культурных менеджеров. Два раза в год — обучающая программа для работников культуры: по фандрайзингу, маркетингу, пиару, GR и работе с посетителями</b>	Профессиональное сообщество  Бенефициары: посетители культурных мероприятий	→ Более эффективное расходование государственных субсидий в культурных организациях → Повышение престижа работы в культурных организациях → Повышение квалификации сотрудников учреждений культуры
<b>3.2. Ежегодная поддержка нескольких крупных сетевых городских событий в сфере современного искусства: фестивали, форумы</b>	Горожане, туристы, профессиональное сообщество	→ Увеличение событийности для регулирования круглогодичного туристического потока → Распределение туристического потока по новым локациям → Международные инфоповоды
<b>3.3. Открытые мастерские для художников и выставочное пространство</b>	Горожане, туристы, профессиональное сообщество	→ Поддержка художников → Публикации в СМИ
<b>3.4. Гранты на поездки сотрудникам организаций культуры и искусства на основании ежегодного открытого конкурса. 30 грантов в год</b>	Сотрудники музеев, НКО, независимые кураторы, исследователи, художники	→ Развитие международных связей в сфере культуры → Социальная поддержка для работников современной культуры

Табл. 2-4.  
Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: культура

<b>ВОЗМОЖНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ РЕШЕНИЯ: ТУРИЗМ</b>		
<b>ПРОГРАММА (БЕЗ УЧЕТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГШТАТА)</b>	<b>АУДИТОРИЯ</b>	<b>ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЭФФЕКТ</b>
<b>4.1. Пресс-туры.</b> Организация (два раза в год) пресс-туров по НКГ для анонсирования ежегодных фестивалей, а также мест современной культуры и досуга в Петербурге. 50 журналистов / три дня	Пресса	→ Публикации о НКГ в иностранных, федеральных СМИ и/или СМИ иных регионов → Улучшение имиджа города
<b>4.2. Современный информационный ресурс для широкой аудитории про культурную жизнь города</b>	Горожане, туристы	→ Качественное информирование горожан и туристов о культурном досуге → Содействие развитию НКГ Петербурга
<b>4.3. Туристские карты-гиды с включением площадок новой культурной географии. Печать и распространение туристских карт НКГ и ТКГ</b>	Туристы, объекты НКГ	→ Изменение географии туристического потока → Качественное информирование туристской аудитории
<b>4.4. Развитие арт-туров по НКГ на городском уровне. Создание базы компаний, организующих арт-туры, презентация компаний и туров ассоциации туроператоров. Не менее 10 компаний и арт-туров каждый год</b>	Туристы, туристический бизнес	→ Развитие образовательного туризма → Изменение географии туристического потока → Увеличение срока пребывания туристов (более недели)
<b>4.4. Амбассадоры современной культуры.</b> Обеспечить участие амбассадоров в международных культурных форумах по всему миру. Необходимо ежегодная ротация списка амбассадоров. Выбор будет осуществлять экспертное жюри путем голосования	Профессиональное сообщество	→ Популяризация российской культуры и искусства в мире → Развитие международных связей в сфере культуры

Табл. 2-5.  
Поддержка и стимулирование развития существующих и новых лидеров рынка. Возможные программные решения: туризм

«Современная городская среда сама по себе является платформой для развития культуры и искусства. К этой идее так или иначе приходят все крупные города и мегаполисы, которые думают о создании комфортной среды для жителей. Если говорить о современных тенденциях и направлениях, которые я замечаяю, это стремление культурных институций выходить из рамок привычной консервативной парадигмы и создавать новые открытые платформы. Современные институции не должны однозначно устанавливать свои границы и формы. Они должны следовать за интересами современной аудитории, которая готова к новым идеям и экспериментам в пространстве культуры и искусства. В этом направлении движется современный мир, новые способы коммуникации и новая аудитория.

Я всегда приветствую появление любых новых событий и форм, которые возникают на один день, на один месяц или навсегда, маленькие или большие проекты. Потому что именно из множественного разнообразия удачных и неудачных (это все равно оценочные суждения) проектов и рождается в конечном счете культурная среда, которая интересна аудитории».

**Павел Пригара,**  
директор  
ЦВЗ «Манеж»

«Необходимы гранты от городской администрации для молодых менеджеров, кураторов и музейных сотрудников — для работы со странами Северного региона. Мы знаем, что такие гранты предлагаются в Норвегии и других странах. Такое включение в мировую практику и политику позволит создать среду, где профессионалы из Петербурга будут отлично знать международный контекст и работать с коллегами из Хельсинки, Осло и других городов. Так мы не потеряем свою исключительность, сохраним свое культурное богатство, но одновременно мы включимся в живой процесс, потому что живой процесс — это жить во всем мире».

**Олеся Туркина,**  
ведущий научный  
сотрудник отдела  
новейших течений  
Государственного  
Русского музея,  
доцент СПбГУ

«Говоря о перспективах выхода петербургских галерей на международный рынок, хотелось бы иметь поддержку в виде софинансирования — от города — участия в той или иной ярмарке. Это нужно для того, чтобы давать возможность международной аудитории знакомиться с искусством, с которым мы здесь работаем. Причем я хочу отметить, что на сегодняшний день в Москве такая практика есть. Я считаю, это большое упущение — у нас в городе активно работающих галерей, которые ездят на российские и международные ярмарки, всего четыре штуки. И мне кажется, что если бы у города была возможность финансировать, например, одну российскую хотя бы, одну зарубежную ярмарку для каждой из галерей, то это было бы большим движением в сторону нашего развития. Ведь многие не принимают участия исключительно исходя из того, что просто неоткуда взять эти 15–20 тысяч евро, чтобы принять участие, оплатить всю команду, художников, доставку и прочее».

**Ольга Профатило,**  
галерист

«Необходимы “лаборатории”, такие инфраструктурные места, в которых будут осуществляться культурные процессы. У художников должна быть возможность работать с новыми материалами, открытыми печатными, скульптурными студиями и т. п. Например, в зарубежных европейских университетах все это включено в инфраструктуру. Хотя бы на год было бы хорошим стартом для развития среды сделать такую ресурсную городскую площадку для художников любых направлений».

**Надежда Шереметова,**  
куратор, директор  
«ФотоДепартамента»,  
сооснователь фести-  
валя «Присутствие»  
и образовательной  
онлайн-платформы  
«Проекция»

Надо отметить, что в фокусе внимания Правительства Российской Федерации (на уровне Министерства культуры), отдельных регионов и Совета Федерации ведется работа по выстраиванию правовых норм и благоприятных условий для стимулирования креативного сектора экономики. Курс развития страны в данном секторе определен Указом Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»: возможности для самореализации и развития талантов; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация. Внимание к креативному сектору является общемировым трендом: ООН объявила 2021-й Международным годом креативной экономики.

В 2018 г. в «Стратегии-2035» были обозначены векторы его развития в направлении «открытого города», «комфортного города», частью которого названо и современное искусство. Необходимы меры по поддержке и совершенствованию уже существующих самых разнообразных культурных проектов и стимуляции запуска новых. Очень важно инициировать инфраструктурные, образовательные проекты, развивающие лидерство. Такие меры формируют кадровый резерв, развивают профессиональное сообщество, а также воспитывают и увеличивают лояльную аудиторию. Небольшие проекты дают возможность протестировать различные новаторские форматы и выстраивают развитую экосистему современной культурной жизни города, а крупные проекты (мегапроекты) дают стабильное развитие профессиональной и туристской инфраструктуры и репутации города в международном масштабе.



# БИБЛИОГРАФИЯ

- Beschorner T. Perspektiven einer kulturwissenschaftlichen Theorie der Unternehmung – zur Heranführung / T. Beschorner, D. Fischer, R. Pfriem, G. Ulrich // Forschungsgruppe Unternehmen und gesellschaftliche Organisation (FUGO) (Hrsg.): Perspektiven einer kulturwissenschaftlichen Theorie der Unternehmung. – Marburg: Metropolis, 2004.
- Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре / Дорис Бахманн-Медик. – М.: Новое литературное обозрение, 2017.
- Rogoff I. Turning // E-flux journal. 2008. T. 1. С. E1-E10.
- Graham J., Graziano V., Kelly S. The educational turn in art: Rewriting the hidden curriculum // Performance Research. 2016. T. 21. №. 6. С. 29–35.
- Янов А. Первичный крик. М.: АСТ, 2009.
- Консул рассказал, сколько китайские туристы тратят в Петербурге. URL: spbdnevnik.ru/news/2019-09-11/konsul-rasskazal-skolko-kitayskie-turisty-tratyat-v-peterburge (дата обращения: 01.07.2021).
- Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад Маргинем, 2005.
- Атлас креативных индустрий Российской Федерации. М.: ЦГК АСИ, 2020.
- Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Т8 RUGRAM, 2021.
- Creative Industries Employment. URL: worldcitiescultureforum.com/data/creative-industries-employment (дата обращения: 01.07.2021).
- ЮНЕСКО: сектор культуры пострадал от пандемии гораздо серьезнее, чем предполагалось. URL: news.un.org/ru/story/2020/12/1392922 (дата обращения: 01.07.2021).
- Культура в условиях пандемии COVID-19. URL: ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-culture.pdf (дата обращения: 01.07.2021).
- Где людям искусства искать помощь. URL: theartnewspaper.ru/posts/8001 (дата обращения: 01.07.2021).
- Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры в Санкт-Петербурге» за 2020 год. URL: gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2021/04/23/53/OT\_KЭПИСП\_08\_1\_Культура\_01.04.2020.pdf (дата обращения: 01.07.2021).
- Онлайн-концерция «Музеи в эпоху пандемии: границы и возможности». URL: spb.energy/events/online-konferenciya-muzei-v-epoxy-pandemii-granicy-i-vozmozhnosti (дата обращения: 01.07.2021).
- Галерея David Zwirner предоставила нью-йоркским галереям свои виртуальные просмотровые залы. URL: artguide.com/news/7102 (дата обращения: 01.07.2021).
- Мировой рынок искусства сократился почти на четверть за время пандемии. URL: theartnewspaper.ru/posts/8903 (дата обращения: 01.07.2021).
- Non-fungible token. URL: en.wikipedia.org/wiki/Non-fungible\_token (дата обращения: 01.07.2021).
- Mixed Use & Retail Centers. URL: gensler.com/expertise/mixed-use-retail-centers (дата обращения: 01.07.2021).
- Culture Segments. URL: mhminsight.com/en-us/culture-segments (дата обращения: 01.07.2021).
- Carlino G. A., Saiz A. Beautiful City: Leisure Amenities and Urban Growth // Journal of Regional Science. 2019. Vol. 50. Issue 3.
- Петербург вошел в топ-50 самых красивых городов мира по версии канадского туристического ресурса. URL: visit-petersburg.ru/ru/news/3425 (дата обращения: 01.07.2021).
- Кубатура общества. Площадь креативных пространств в Петербурге выросла в 2 раза. URL: dp.ru/a/2020/03/15/Kubatura-obshhestva (дата обращения: 01.07.2021).
- Armstrong H. et al. Experimental culture: a horizon scan commissioned by Arts Council England. 2018.
- Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии. Теории и практики. М.: Классика-XXI, 2010.
- Характеристика системы высшего образования. URL: monitoring.miccedu.ru/iam/2019/\_vpo/material.php?type=2&id=10201 (дата обращения: 01.07.2021).
- Итоги выборочного обследования рабочей силы. URL: rosstat.gov.ru/compendium/document/13265 (дата обращения: 01.07.2021).
- Журавлева Т., Токарев И., Ярмошук Я. Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера. М.: ООО «Флакон Икс», 2020.
- Штиглиц М. С., Лелина В. И., Гордеева М. А., Кириков Б. М. Памятники промышленной архитектуры Санкт-Петербурга. СПб.: Северный паломник, 2020.
- Preis B., Janakiraman A., Bob A., Steil J. Mapping Gentrification and Displacement Pressure: An Exploration of Four Distinct Methodologies // Urban Studies. 2020. Vol. 58. Issue 2.
- Lukens D. Configurations of gentrification and displacement: chronic displacement as an effect of redevelopment in Seoul, South Korea // Urban Geography. 2020. С. 1–21.
- Sequera J., Nofre J. Shaken, Not Stirred. New Debates on Touristification and the Limits of Gentrification // City. Analysis of Urban Change, Theory, Action. 2018. Vol. 22. Issue 5–6.
- Dodds R., Butler R. (ed.). Overtourism: Issues, realities and solutions. – Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2019.
- Ribeiro de Almeida C. et al. (ed.). Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism. – IGI Global, 2020.
- Bourlessas P., Cenere S., Vanolo A. The Work of Foodification: An Analysis of Food Gentrification in Turin, Italy // Urban Geography. 2021.
- Hancox D. The “Street Food” Swindle: Fake Diversity, Privatised Space – and Such Small Portions! URL: theguardian.com/commentisfree/2020/feb/23/street-food-swindle-fake-diversity-privatised-space-small-portions (дата обращения: 01.07.2021).
- Loda M., Bonati S., Puttilli M. History to Eat. The Foodification of the Historic Centre of Florence // Cities. 2020. Vol. 103.
- Weber R. Selling City Futures: The Financialization of Urban Redevelopment Policy // Economic Geography. 2010. Vol. 86. Issue 3.
- Hall S., Leyshon A. Financialization, Space and Place // Regional Studies. 2013. Vol. 47. Issue 6.
- Fields D. Contesting the Financialization of Urban Space: Community Organizations and the Struggle to Preserve Affordable Rental Housing in New York City // Journal of Urban Affairs. 2015. Vol. 37. Issue 2.
- Хезмондалл Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом ВШЭ, 2018.
- Вайсман Дж. Времени в обрез: ускорение жизни при цифровом капитализме. М.: Дело, 2019.
- Свернуть с проторенной тропы. URL: spb.plus.rbc.ru/news/5e4559797a8aa9c9cbca1cf24 (дата обращения: 01.07.2021).
- Растет спрос на российские музеи. URL: sberindex.ru/ru/researches/rastet-spros-na-rossiiskie-muzei (дата обращения: 01.07.2021).
- В центре Петербурга появились новые ресторанные улицы. URL: rbc.ru/spb\_sz/05/08/2019/5d4823fa9a7947ac17875545 (дата обращения: 01.07.2021).
- Миллионы на Невском: готов ли Петербург к резкому росту турпотока. URL: www.rbc.ru/spb\_sz/30/07/2019/5d400d369a79403fc45aa10 (дата обращения: 01.07.2021).
- Под Петербургом открылись парки, усадьбы и крепости. URL: rbc.ru/spb\_sz/30/05/2020/5ed20a0b9a7947c82b78e5f5 (дата обращения: 01.07.2021).
- Ballas D. What Makes a “Happy City”? // Cities. 2013. Vol. 32.
- Смит Т. Осмысляя современное кураторство. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.
- Люббе Г. В ногу со временем. Сокращенное пребывание в настоящем. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2016.

51. Stallabrass J. Contemporary Art: A Very Short Introduction. Oxford : Oxford University Press, 2020.
52. Постановление Правительства Москвы от 10 июля 2019 г. № 868-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных технопарков». URL: docs.cntd.ru/document/560661961 (дата обращения: 01.07.2021).
53. «Серый пояс. Преобразование». Результаты. URL: old.kgainfo.spb.ru/greybelt/main.html (дата обращения: 01.07.2021).
54. FutureFest. URL: futurefest.org (дата обращения: 01.07.2021).
55. The museums map: Mapping access to England's museums. URL: nesta.org.uk/blog/the-museums-map-mapping-access-to-englands-museums (дата обращения: 01.07.2021).
56. Interactive map of the geography of creativity in the UK. URL: nesta.org.uk/blog/interactive-map-of-the-geography-of-creativity-in-the-uk (дата обращения: 01.07.2021).
57. A Map of the UK Games Industry. URL: nesta.org.uk/report/a-map-of-the-uk-games-industry (дата обращения: 01.07.2021).
58. The clubbing map: What has happened to London nightlife? URL: nesta.org.uk/blog/the-clubbing-map-what-has-happened-to-london-nightlife (дата обращения: 01.07.2021).
59. The Emerge Festival. URL: emergefestival.co.uk (дата обращения: 01.07.2021).
60. ArtFix. URL: nesta.org.uk/feature/arts-impact-fund-portfolio/artfix (дата обращения: 01.07.2021).
61. Culture Juice: Edinburgh's Cultural Quarter. URL: nesta.org.uk/archive-pages/culture-juice-edinburghs-cultural-quarter (дата обращения: 01.07.2021).
62. The Creative Economy. URL: comptroller.nyc.gov/reports/the-creative-economy (дата обращения: 01.07.2021).
63. World Cities Culture Forum. Data. URL: worldcitiescultureforum.com/data (дата обращения: 01.07.2021).
64. Дизайн. Всемирная история / гл. ред. Э. Уилхьюд. М. : Магма, 2017.
65. What's Next for Art in the 2020s. URL: artsy.net/series/decade-art/artsy-editorial-art-2020s (дата обращения: 01.07.2021).
66. Contemporary Art: Emerging Trends and Predictions for the Future. URL: t2conline.com/contemporary-art-emerging-trends-and-predictions-for-the-future/ (дата обращения: 01.07.2021).
67. The 10 Moments That Defined Art in the 2010s. URL: artsy.net/series/decade-art/artsy-editorial-10-moments-defined-art-2010s (дата обращения: 01.07.2021).
68. Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии. URL: artguide.com/posts/2147 (дата обращения: 01.07.2021).
69. Hansen S., Flynn D. "This Is Not a Banksy!": Street Art as Aesthetic Protest // Continuum. 2015. Vol. 29. Issue 6.
70. Perera P. Urban Art Scene in Madrid "How Can a Contemporary Art Be Used for Tourism?" // Advances in Economics and Business. 2019. Vol. 7. Issue 2.
71. Ross J. I., Lennon J. F., Kramer R. Moving Beyond Banksy and Fairey: Interrogating the Co-optation and Commodification of Modern Graffiti and Street Art // Visual Inquiry: Learning & Teaching Art. 2020. Vol. 9. Nos 1–2.
72. Art & Finance Report 2019. 6th ed. / Deloitte & ArtTactic. Luxembourg, 2019.
73. The Art Market 2020: A Year in Review / ArtTactic. London, 2021.
74. McAndrew C., The Art Market 2021: An Art Basel & UBS Report. Basel ; Zurich : Art Basel, UBS, 2021.
75. Tang Y. The Young Generation of Chinese Artists and Their Ambitions: Master's Thesis, 2016. URL: scholarworks.calstate.edu/concern/theses/hq37vq75z (дата обращения: 01.07.2021).
76. Рынок современного искусства 2000–2020: обзор Artprice в разгар пандемии. URL: artguide.com/posts/2147 (дата обращения: 01.07.2021).
77. İşıtman Ö. Producers of Contemporary Art: X, Y, Z Generations // Global Journal of Arts Education. 2017. Vol. 7. Issue 2.
78. Meschini A. Temporary or Permanent? The Duration of Works of Street Art: Between Intentions and Techniques // DISEGNARECON. 2020. Vol. 13. No. 24.
79. Chou M., Busbridge R. Culture Wars, Local Government, and the Australia Day Controversy: Insights from Urban Politics Research // Urban Policy and Research. 2019. Vol. 37. Issue 3.
80. Proctor W., Kies B. Editors' Introduction: On Toxic Fan Practices and the New Culture Wars // Participations. 2018. Vol. 15. Issue 1.
81. Волкова Т. Арт-активизм сейчас будет только расцветать // The Art Magazine. 2012. № 3.
82. Акунина Ю. А. Арт-активизм как актуальная форма протеста: социокультурный анализ // Вестник МГУКИ. 2014. № 1 (57).
83. Эпштейн А. Д. Между подвалами, судами и эмиграцией: арт-активизм времени всеобщей мобилизации // Неприкосновенный запас. 2015. № 6.
84. «Акции российских художников замыкаются на самих себе»: Швейцарский теоретик медиа Кристоф Бруннер в разговоре с Ольгой Мамаевой, 2016. URL: colta.ru/articles/swiss\_made/9961-aktsii-rossiyskih-hudozhnikov-zamykayutsya-na-samih-sebe (дата обращения: 01.07.2021).
85. Number of visitors to the Biennale International Art Exhibition in Venice in Italy from 2015 to 2019. URL: statista.com/statistics/1087849/number-of-visitors-to-the-biennale-international-art-exhibition-in-venice (дата обращения: 01.07.2021).
86. Art Basel. URL: fair-point.com/event/art-basel (дата обращения: 01.07.2021).
87. Итоги Cosmocoscow 2019. URL: cosmocoscow.ru/news/new/50 (дата обращения: 01.07.2021).
88. Cosmocoscow подводит итоги галерейных продаж в 2018 году. URL: st.cosmocoscow.com/media/press/пресс-релиз\_CosmoscowForbesInArt.pdf (дата обращения: 01.07.2021).
89. Documenta 14 Reports Record Attendance [Updated]. URL: artnews.com/art-news/market/documenta-14-reports-record-attendance-9007 (дата обращения: 01.07.2021).
90. Documenta 13 Draws 860,000 Visitors, Record Number. URL: observer.com/2012/09/documenta-13-sets-draws-860000-visitors-record-number/ (дата обращения: 01.07.2021).
91. Уральскую биеннале посетили около 115 тысяч человек. URL: kommersant.ru/doc/4179250 (дата обращения: 01.07.2021).
92. Уральская грамота. URL: rg.ru/2017/07/13/reg-urfo/uralskaia-industrialnaia-biennale-podgotovila-59-ekskursij-po-27-gorodam.html (дата обращения: 01.07.2021).
93. Миф о «культурном Петербурге» работает против Петербурга. URL: strelkamag.com/ru/article/mif-okulturnom-peterburge-rabotaet-protiv-peterburga (дата обращения: 01.07.2021).
94. Итоги года: Пермь культурнее, чем Питер, а про бизнес больше всего говорят в Новосибирске. URL: strelkamag.com/ru/article/v-moskve-i-peterburge-bolshe-vsego-sobytiy-dazhe-esli-uchityvat-raznicu-v-kolichestve-zhitelei (дата обращения: 01.07.2021).
95. Городской социолог — о том, почему Петербургу не стоит быть культурной столицей. URL: the-village.ru/city/people-about/178085-gorodskoy-sotsiolog-sravnivaet-peterburg-s-amsterdamom (дата обращения: 01.07.2021).
96. Где искать современное искусство в Санкт-Петербурге — Арт-гид — Искусство — OpenSpace.ru. URL: os.colta.ru/art/projects/181/details/2919/page3/ (дата обращения: 01.07.2021).
97. 2016's most popular exhibitions by genre and city. URL: theartnewspaper.com/news/2016s-most-popular-exhibitions-by-genre-and-city (дата обращения: 01.07.2021).
98. The world's most popular exhibition? Ancient sculptures in Tokyo versus Modern masters in Paris. URL: theartnewspaper.com/analysis/ancient-buddhist-sculptures-triumph-over-modern-masters (дата обращения: 01.07.2021).

99. Art's Most Popular: here are 2018's most visited shows and museums. URL: [theartnewspaper.com/analysis/fashion-provides-winning-formula](http://theartnewspaper.com/analysis/fashion-provides-winning-formula) (дата обращения: 01.07.2021).
100. Art's Most Popular: here are 2019's most visited exhibitions and museums in the world. URL: [theartnewspaper.com/analysis/art-s-most-popular-here-are-2019-s-most-visited-shows-and-museums](http://theartnewspaper.com/analysis/art-s-most-popular-here-are-2019-s-most-visited-shows-and-museums) (дата обращения: 01.07.2021).
101. И вновь продолжается бум: самые посещаемые выставки России. URL: [theartnewspaper.ru/posts/5617](http://theartnewspaper.ru/posts/5617) (дата обращения: 01.07.2021).
102. Рейтинг музеев – 2019: все как было, только гораздо лучше. URL: [theartnewspaper.ru/posts/6931](http://theartnewspaper.ru/posts/6931) (дата обращения: 01.07.2021).
103. Рейтинг российских выставок — 2020: небо не без алмазов. URL: [theartnewspaper.ru/posts/8051](http://theartnewspaper.ru/posts/8051) (дата обращения: 01.07.2021).
104. Masters on Masters: When the Biennale Goes Meta (Russian Pavilion; Kriss Ravetto-Biagioli). URL: [artmargins.com/masters-on-masters-when-the-biennale-goes-meta-russian-pavilion](http://artmargins.com/masters-on-masters-when-the-biennale-goes-meta-russian-pavilion) (дата обращения: 01.07.2021).
105. Vitamin P2 — New Perspectives in Painting. Barry Schwabsky. URL: [phaidon.com/store/art/vitamin-p2-9780714869421](http://phaidon.com/store/art/vitamin-p2-9780714869421) (дата обращения: 01.07.2021).
106. Ice Cream: Contemporary Art in Culture. URL: [amazon.com/Ice-Cream-Contemporary-Art-Culture/dp/0714846805](http://amazon.com/Ice-Cream-Contemporary-Art-Culture/dp/0714846805) (дата обращения: 01.07.2021).
107. CoBo Perspectives: Dominance of Mega Galleries. URL: [cobosocial.com/dossiers/cobo-perspectives-dominance-of-mega-galleries/](http://cobosocial.com/dossiers/cobo-perspectives-dominance-of-mega-galleries/) (дата обращения: 01.07.2021).
108. McAndrew C., The Art Market 2021: An Art Basel & UBS Report. Basel; Zurich: Art Basel, UBS, 2021.
109. Small Dealers Are Squeezed by the Auction House Giants. URL: [theartnewspaper.com/archive/small-dealers-are-squeezed-by-the-auction-house-giants](http://theartnewspaper.com/archive/small-dealers-are-squeezed-by-the-auction-house-giants) (дата обращения: 01.07.2021).
110. Which Mega-Gallery Took on the Most Artists over the Past Three Years? URL: [artnews.com/art-news/market/megagalleries-biggest-artist-rosters-12610/](http://artnews.com/art-news/market/megagalleries-biggest-artist-rosters-12610/) (дата обращения: 01.07.2021).
111. Opinion | A New Art Season, a New Test of Survival. URL: [nytimes.com/2018/09/18/opinion/art-fairs-are-hurting-the-art-world.html](http://nytimes.com/2018/09/18/opinion/art-fairs-are-hurting-the-art-world.html) (дата обращения: 01.07.2021).
112. Let's Hang: With Space-Sharing Programs, Galleries Band Together to Battle an Uncertain Market. URL: [artnews.com/art-news/news/lets-hang-space-sharing-programs-galleries-band-together-battle-uncertain-market-11044](http://artnews.com/art-news/news/lets-hang-space-sharing-programs-galleries-band-together-battle-uncertain-market-11044) (дата обращения: 01.07.2021).
113. The Sharing Community. URL: [frieze.com/article/sharing-community](http://frieze.com/article/sharing-community) (дата обращения: 01.07.2021).
114. Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов. Материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации (Совет Федерации, 22 октября 2020 года). URL: [council.gov.ru/media/files/cArZsEj5uEzf7rYuwTSduLBfI0bgYRUj.pdf](http://council.gov.ru/media/files/cArZsEj5uEzf7rYuwTSduLBfI0bgYRUj.pdf) (дата обращения: 01.07.2021).
115. Российская креативная неделя (Russian Creative Week). URL: [creativityweek.ru](http://creativityweek.ru) (дата обращения: 01.07.2021).
116. Budget review 2019. URL: [vm.fi/documents/10623/11706974/VM+2019+5+Budget+review+2019+January.pdf](http://vm.fi/documents/10623/11706974/VM+2019+5+Budget+review+2019+January.pdf) (дата обращения: 01.07.2021).
117. The Arts Promotion Centre Finland (Taike). URL: [taike.fi/en/frontpage](http://taike.fi/en/frontpage) (дата обращения: 01.07.2021).
118. Музеи теперь не те, что прежде. URL: [theartnewspaper.ru/posts/7192](http://theartnewspaper.ru/posts/7192) (дата обращения: 01.07.2021).
119. Туризм Судного дня: что происходило с биеннале современного искусства в 2010-е годы. URL: [spectate.ru/2010-biennale](http://spectate.ru/2010-biennale) (дата обращения: 01.07.2021).
120. Как устроена ярмарка современного искусства Cosmoscov? URL: [republic.ru/posts/56105](http://republic.ru/posts/56105) (дата обращения: 01.07.2021).
121. Высококачественные выставки секторов Unlimited и Meridians ярмарки Art Basel с сопутствующими им программами дискуссий и перформансов больше не уступают в качестве программ ведущим мировым биеннале. URL: [spectate.ru/2010-biennale](http://spectate.ru/2010-biennale) (дата обращения: 01.07.2021).
122. Президентский грант. Методические материалы. Инструкция по заполнению заявки и рекомендации по подготовке бюджета проекта. URL: [xn--80afcdbalict6afooklqj5o.xn--p1ai/public/home/about/methodic-materials](http://xn--80afcdbalict6afooklqj5o.xn--p1ai/public/home/about/methodic-materials) (дата обращения: 01.07.2021).

ISBN 978-5-9909736-9-5

