



АРТ-МЕНЕДЖЕР В СПЕКТРЕ РИСКОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

УДК 005 : 7 : 004.5

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-102-108>

Т. Н. Сумина

Московский государственный институт культуры, Химки, Московская область, Россия

e-mail: tsuminova@yandex.ru

Аннотация: Впервые арт-менеджер и специфика его деятельности представлены в спектре рисков информационной цивилизации. Обозначены значимые качества и навыки арт-менеджера как гармонично развитой креативной личности для достижения устойчивого стратегического развития политики и солидарной экономики России. Рассмотрены проблемы взаимодействия человека и машины как естественного и искусственного интеллекта в процессе управления проектами в сфере искусств и культуры в условиях Нового гуманизма эпохи «Нового Ренессанса».

Ключевые слова: арт-менеджер, риски информационной цивилизации, антропологический кризис, символическая продукция, навыки гармонично развитой креативной личности, солидарная экономика, нравственная экономика, Новый гуманизм, Новый Ренессанс.

Для цитирования: Сумина Т.Н. Арт-менеджер в спектре рисков информационной цивилизации // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. №3 (107). С. 102-108. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-102-108>

ART MANAGER IN THE SPECTRUM OF RISKS OF INFORMATION CIVILIZATION

Tatyana N. Suminova

Moscow State Institute of Culture, Khimki City, Moscow Region, Russian Federation

e-mail: tsuminova@yandex.ru

Abstract: For the first time, an art manager and the specifics of his activity are presented in the spectrum of risks of an information civilization. Significant qualities and skills of an art manager as a harmoniously developed creative personality to achieve the strategic sustainable development of politics and the solidarity economy of Russia are indicated. The problems of human-machine interaction as natural and artificial intelligence in the process of managing projects in the sphere of arts and culture under the conditions of the New Humanism of the era of the “New Renaissance” are considered.

СУМИНОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА – доктор философских наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности, директор Издательского центра Московского государственного института культуры

SUMINOVA TATYANA NIKOLAEVNA – Full Doctor of Philosophy, Professor of the Department of Social and Cultural Activities, Director of the Publishing Center of the Moscow State Institute of Culture

© Сумина Т.Н., 2022



Keywords: art manager, risks of information civilization, anthropological crisis, symbolic production, skills of a harmoniously developed creative personality, solidarity economy, moral economy, New Humanism, New Renaissance.

For citation: Suminova T.N. Art-manager in the spectrum of risks of information civilization. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2022, no. 3 (107), pp. 102-108. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-102-108>

В информационной цивилизации как «галактике Маркони» (М. Маклюэн) со спектром современных и грядущих рисков актуальна преобразующая/трансформирующая деятельность, креатив, инноватика, самостоятельной/суверенной личности арт-менеджера, применяющей в своей активности спектр теоретико-методологических оснований (парадигмы, концепции, принципы, подходы, методы), что способствует рациональному осуществлению проектной деятельности (в данном случае – в сфере искусств и культуры) для достижения стратегического устойчивого развития политики и солидарной экономики России.

Одна из ключевых проблем современности – это антропологический кризис, связанный с «уничтожением человеческого в человеке» (Ю. А. Шрейдер), в данном случае – в арт-менеджере как «коммерсанта от искусства». В качестве решения данной проблемы может стать антропологическая революция, к которой еще в 1970-е годы призывал Аурелио Печчеи, создатель Римского клуба как гуманистической организации по исследованию будущего. Суть таковой революции состоит в генерации Нового гуманизма, влияющего на самотрансформацию человека изнутри и поднятию такового на качественно новый уровень бытия/развития/жизнедеятельности, соответствующий современной уникальной VUCA-реальности. Творческий и убедительный Новый гуманизм приведет к появлению новых «духовных, философских, этических, социальных, эстетических и художественных» ценностей и мотиваций [7, с. 215], реанимации в человеке высших потребностей (любовь, дружба, взаимопонимание, солидарность,

жертвенность, сосуществование), благ, приоритета духовности.

Неслучайно арт-менеджер, как и любой человек в современных условиях, обращает внимание на самотождественность, задавая себе вопрос: «Кто я?» Осуществляя поиск ответов на данный вопрос, человек обращается в недра «Я» как некоей отправной точки роста, что способствует его самоидентификации, постижению своей сущности, генерированию целостной картины мира/«образа мира» как коммуникативной системы координат, осознанию собственного места в таковой, встраивания себя в эту целостность для реализации потенциала.

Пребывание арт-менеджера в информационной/диджитальной/машинной/роботизированной цивилизации актуализирует постановку одного из философских вопросов о взаимодействии/взаимопонимании человека/естественного интеллекта и машины/искусственного интеллекта [5]. Программисты, робототехники, нейробиологи, компьютерные дизайнеры справедливо утверждают, что в настоящее время искусственный интеллект вторгся и категорически изменил пространство/реальность/повседневность/«образ мира»/профессиональную деятельность.

Арт-менеджер как современный цивилизованный человек осознает, что прошлое уже не вернется. Поэтому необходимо быть пластичным и находить собственное новое адекватное место под информационным «солнцем». В этой связи логично трактовать искусственный интеллект, информационные технологии исключительно в качестве средства для реализации различных идей. Однако в некоторых случаях возникает вопрос: мож-

но ли воспринимать цифровые машины как партнеров по бизнесу в качестве значимых элементов для осуществления предпринимательской деятельности в том или ином виде искусства? Конкретный ответ на этот философский вопрос человечество может получить и получит, вероятно, в течение ближайшего или через незначительный период времени. И всё-таки в условиях нового мирового диджитального порядка при соблюдении этического равновесия возможно мирное и эффективное сосуществование человека/естественного интеллекта и машины/искусственного интеллекта [4]. В целом обязательно и даже неизбежно наступят времена, когда люди и машины сфокусируются в единой глобальной открытой информационной матрице [3] с колоссальной динамикой потока, увлекающего Мир, в том числе сферы искусств и культуры, в воронку кодов/символов/смыслов.

В условиях агрессивного и сверхпродуктивного влияния «эпохи машин» (К. Руз) / «второй эры машин» (Э. Бриньолфсон, Э. Макафи) на реальность, на сферу искусств и культуры, безусловно, возможно появление «бесполезного класса» (Ю. Н. Харари), или «лишних людей» (Ф. М. Достоевский), которые вытесняются информационными технологиями, искусственным интеллектом и становятся невостребованными в любых индустриях, в том числе, в креативных. Чтобы противодействовать такой ситуации, арт-менеджеру важно быть устойчивым с различных позиций не только к настоящему, но и к будущему.

Следствием этого является актуальность развития ключевых навыков будущего, адекватных современным трендам, оказывающих существенное влияние на бытие и динамику развития арт-менеджмента, креативных индустрий того или иного вида искусства. Так, согласно исследованию «Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире», суммирующему многолетнюю совместную работу Global Education Futures и WorldSkills Russia по определению образа рабочих мест в экономике будущего [6], на формирование

экономической ситуации в наступившем будущем оказывают влияние технологические (цифровизация всех сфер жизни, автоматизация и роботизация), техносоциальные (глобализация (экономическая, технологическая, культурная), экологизация), социальные (демографические изменения, становление сетевого общества) тренды.

Метатренд, связанный со скоростью происходящих изменений [6, с. 7], способствует ускорению обновления окружающей реальности, в том числе в сфере искусств и культуры. Вследствие этого значимыми для современного деятельного управленца проектами в том или ином виде искусства, как креативной индустрии, являются следующие навыки: концентрация и управление вниманием; эмоциональная грамотность, в том числе эмпатия, что важно для осуществления грамотных коммуникаций и развития антропоцентричной экономики; цифровая грамотность, информационная гигиена; творчество и креативность, что объясняется изменчивостью социокультурной реальности; экологическое мышление; кросскультурность; способность к (само)обучению [6, с. 75], выбору собственной стратегии и траектории образования/развития.

В наше время – в начале третьего тысячелетия – любому грамотному человеку, а тем более арт-менеджеру, кроме умения читать, писать и считать, необходимы следующие «4К» грамотности – критическое мышление, коммуникация, командная работа и креативность, или в оригинале – «Four Cs of 21st century learning: critical thinking, communication, collaboration, and creativity».

Для осуществления в условиях цифровизации эффективного и конкурентоспособного управления проектами, персоналом и различными бизнес-процессами в том или ином виде искусства арт-менеджерам необходимо использовать синтез возможностей/ресурсов и человека, и машины. Данный подход требует от руководителей и сотрудников конкретных учреждений/организаций/институций креативных индустрий гибкости, пластичности,



адаптивности, открытости для неизбежных трансформаций, а также – применения следующих интегрированных действий: постоянное переосмысление деятельности, создание совместных решений, ответственная стандартизация, взаимное обучение, разработка ментальных моделей, регуманизация времени, расширение возможностей с помощью ботов, умное запрашивание для решения ряда проблем [2].

К трендам современной информационной цивилизации как особым вызовам и проблемам относятся «снижение темпов роста экономики, увеличение безработицы, усиление социального неравенства, проблемы экологии, достижение целей устойчивого развития» [12]. Отсюда значимой для нового поколения лидеров системы управления проектами в различных видах искусства и культуры становится новая стратегическая повестка, отражающая «корпоративные принципы устойчивого развития – ESG: environment (ответственное отношение к окружающей среде), social (социальное благополучие сотрудников), governance (высокое качество корпоративного управления).

В этой связи для бизнес-деятелей и топ-менеджеров в сфере искусств и культуры важна не столько максимизация прибыли, сколько экологическая проблематика и приложение усилий для генерации всеобщего блага во внутренней и внешней среде учреждений/организаций/институций, а также осознание новой миссии и нового предназначения структуры в условиях происходящих изменений реальности.

В эпоху «цифровой трансформации» (Т. Сибел) с облачными вычислениями, IoT, big data и искусственным интеллектом, арт-менеджерам важно прочувствовать то состояние, в котором находятся их структуры/организации/учреждения, а также понять, каким образом и в каком направлении необходимо двигаться, эффективно используя современные технологии, чтобы достичь значимого уровня в профессиональной активности для динамики развития собственного дела и экономики отрасли.

Для успешного арт-менеджмента в той или иной структуре/организации/учреждении актуальной видится «трансформация культурной ДНК» (Г. Пизано) с акцентом исключительно на креативного созидающего лидера как гармоничную личность.

В условиях информационной цивилизации арт-менеджеру необходимо быть неординарным, социальным, непредсказуемым, исключительным, неожиданным, не позволять гаджетам управлять собой и своим личным пространством, сопротивляться машинному дрейфу, говорить «нет» цифровой диктатуре [10], а также разрабатывать такие продукты и программы, которые будут не заменять, а лишь расширять способности *homo sapiens sapiens*.

Арт-менеджер сегодня – это «*homo informaticus*» [8], образованная и креативная личность, управляющая проектами в сфере искусств и культуры, не столько заглядывает в будущее, сколько самостоятельно генерирует таковое.

Ярчайших представителей российского арт-менеджмента отличает уникальная индивидуальность, яркий ум и темперамент, энциклопедическая образованность, утонченность натуры, предприимчивость, чувство собственного достоинства, целеустремленность, энергия, сила воли, пассионарность (Л. Н. Гумилев). Данные грани личности были обозначены еще в эпоху Возрождения.

Для успешной реализации проектного управления в сфере искусств и культуры, или в конкретном виде искусства, арт-менеджеры используют широчайший спектр технологий – художественно-творческие, организационно-управленческие (в том числе психологические), финансово-экономические, маркетинговые, нормативно-правовые.

Сегодня важно восприятие оцифрованных знаний и информации (произведения различных видов искусства) в качестве ключевого фактора производства, информационных сетей – носителя востребованной информации как символической продукции, информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) – движущей силы производи-



тельности и оптимизации структуры цифровой экономики [11], которая есть новый вариант бытия арт-менеджеров в информационной цивилизации и креативном бизнесе.

К очередным проблемам арт-менеджмента в креативных индустриях в условиях цифровой эпохи относятся и проблемы, связанные как с защитой интеллектуальной собственности, авторского права, смежных прав, так и с борьбой с пиратством [9].

В целях реализации государственной культурной политики важным является и финансовая обеспеченность проектов, а тем более – в условиях диджитализации. К актуальным технологиям как вариантам решения данной проблемы относится, например, краудсорсинг, генерирующий пространство «викиномики» (Д. Тапскотт, Э. Д. Уильямс), и краудфандинг.

Цифровые/информационные технологии, в том числе блокчейн как «машина правды» (П. Винья, М. Кейси), воспринимаются как локомотив развития и роста цифровой экономики (Н. Негропonte, Д. Тэпскотт), «энерджайзер» информационной цивилизации для дальнейшего развития различных сфер жизнедеятельности социума, в том числе сферы искусств и культуры.

Деятельность арт-менеджера в современном нелинейном сингулярном VUCA-мире требует доверия, креативности, вовлеченности, вдохновения, гибкости, «эстетического интеллекта», или «альтернативного интеллекта» (П. Браун), быстроты выполнения задач, использования небольшими проектными коллективами концепции «быстро и вовремя», а также – создания новой культуры организации, и т. п. [1].

В условиях «нового цифрового мира» (Э Шмидт, Д. Коэн), где практически все переведено в диджитал, действует «закон ускорения отдачи». Суть такового состоит в том, что, если «технология – это продолжение эволюции другими средствами, следовательно, это эволюционный процесс» [13]. Вот почему в арт-проектировании в процессе обмена знаниями и творческой энергией, безус-

ловно, происходит экспоненциальный рост коллективной выгоды, а отсюда возникает и экономическая прибыль, значимая для этого «дивного, дивного, дивного Мира» проектного менеджмента в сфере искусств и культуры.

Арт-менеджмент имеет отношение и к ритейлу, связанному с трансграничной торговлей музыкальными инструментами, картинами, книгами и т. п. В процессе «онлайфикации» (В. Йонген) с отсутствием грани между онлайн и офлайн-торговлей, для эффективности деятельности структуры учитывают несколько элементов, т. е. вариантов бытия экономики, а именно: цикличную, совместного потребления (шеринг-экономика), умную, экономику. И действительно, в клиентоориентированном/антропоцентричном мире это приводит к сверхположительной и успешной динамике продаж продукции конечным потребителям.

Информационные технологии – это важнейший ресурс, значимый не столько для экономики потребительской/экономики впечатлений/«оранжевой» экономики, сколько для «экономики нравственной» (М. Форд), в основе которой – не удовлетворение спектра в большей степени материальных потребностей, а духовная и нравственная составляющая современного человека – создателя и потребителя различных художественных произведений (картина, выставка, роман, опера, фильм и т. д.) того или иного вида искусства как символической продукции в информационной цивилизации.

Арт-менеджеру, эффективно осуществляющему профессиональную деятельность в условиях великого Маркетинга как Хозяина Мира, необходимо содействовать ревитализации в потребителе результатов проектной деятельности в сфере искусства и культуры аксиологической составляющей, духовных и нравственных ценностей, внимания к культурному наследию, к Просвещению, к Красоте и Прекрасному!

Трансформации различных мировоззренческих концепций/установок предшествующих времен/эпох/систем привели к генерации ценностно-смысловой матрицы Текста культу-



ры современного информационного социума (Й. Масуда), постиндустриального социума (Д. Белл), цифровой/информационной эпохи (М. Кастельс), посттехногенной цивилизации. Одним из ключевых элементов данной матрицы является восприятие и трактовка Человека как гармонично развитой созидательной/креативной личности, функционирующей в условиях «оранжевой» экономики/ экономики впечатлений/ экономики символического обмена/ экономики счастья/ цифровой экономики.

В уникальную «эпоху открытий» как эпоху «Нового Ренессанса», или «Второго Ренес-

санса» (Й. Голдин, К. Кутарна) с приоритетом гражданственности, подвижничества, креативности, гениальности, таланта и способности арт-менеджера к риску, ответственности, предпринимательству, инновациям появляется необходимость противостоять возникающим и существующим вызовам/проблемам/кризисам информационной цивилизации, генерировать и реализовывать безумные идеи и трансформировать – не столько сегодня, сколько завтра – Мир искусств и культуры, Мир экономики, Мир нового Человека третьего тысячелетия.

Список литературы

1. Блуммарт Т., Брук С. ван ден. Четвертая промышленная революция и бизнес: как конкурировать в эпоху сингулярности /Пер.с англ. Москва: Альпина Паблишер, 2019. 202 с.: ил., цв. ил.
2. Дозрти П., Уилсон Д. Человек + машина. Новые принципы работы в эпоху искусственного интеллекта / Пер.с англ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2019. 297 с.
3. Келли К. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее /Пер.с англ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 343 с.
4. Ли Кай-Фу. Сверхдержавы искусственного интеллекта: Китай, Кремниевая долина и новый мировой порядок / Пер.с англ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2019. 233 с.
5. Маркофф Д. Номо Roboticus?: люди и машины в поисках взаимопонимания /Пер.с англ. Москва: Альпина нон-фикшн (АНФ), 2017. 404 с.: ил.
6. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире /Е.Лошкарева, П. Лукша, И. Ниенко, И. Смагин, Д. Судаков. Москва, 2017. 93 с.
7. Печчеи А. Человеческие качества /Пер. с англ. 2-е изд. Москва: Прогресс, 1985. 312 с.
8. Соколов А. В. Философия информации: профессионально-мировоззренческое учебное пособие. Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2010. 365 с.
9. Тодд Д. Цифровое пиратство: как пиратство меняет бизнес, общество и культуру /Пер.с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2013. 319 с.: ил.
10. Харари Ю. Н. 21 урок для XXI века /Пер.с англ. Москва: Синдбад, 2019. 412 с.
11. Цифровая трансформация Китая: опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / М. Хуатэн, М. Чжаоли, Я. Дели, В. Хуалей; Пер. с кит. Москва: Альпина паблишер: Интеллектуальная лит., 2019. 249 с.: ил.
12. Шваб К., Ванхэм П. Капитализм всеобщего блага: новая модель мировой экономики /Пер. с англ. Москва: Эксмо, Бомбора, 2022. 348 с.
13. Kurzweil R. The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence. New York: Penguin Books, 1999. 372 p.

References

1. Bloommarth T., Brook S. van den. *The Fourth Industrial Revolution and Business: How to Compete in the Age of the Singularity* / Translated from English. Moscow: Alpina Publisher, 2019. 202 p.: ill., color. ill. (In Russ.)



2. Doherty P., Wilson D. *Man + machine. New principles of work in the era of artificial intelligence* / Translated from English. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2019. 297 p. (In Russ.)
3. Kelly K. *Inevitably. 12 technological trends that determine our future* / Translation from English. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2017. 343 p. (In Russ.)
4. Lee Kai Fu. *Artificial Intelligence Superpowers: China, Silicon Valley and the New World Order* / Translated from English. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2019. 233 p. (In Russ.)
5. Markoff D. *Homo Roboticus?: people and machines in search of mutual understanding* / Transl. from English. Moscow: Alpina non-fiction (ANF), 2017. 404 p.: ill. (In Russ.)
6. *Future skills. What you need to know and be able to in the new complex world* / E. Loshkareva, P. Luksha, I. Ninenko, I. Smagin, D. Sudakov. Moscow, 2017. 93 p. (In Russ.)
7. Peccei A. *Human qualities* / Transl. from English. 2nd ed. Moscow: Progress, 1985. 312 p. (In Russ.)
8. Sokolov A. V. *Philosophy of information: professional and ideological textbook*. St. Petersburg: SPbGUKI, 2010. 365 p. (In Russ.)
9. Todd D. *Digital piracy: how piracy is changing business, society and culture* / Transl. from English. Moscow: Alpina Business Books, 2013. 319 p.: ill. (In Russ.)
10. Harari Yu.N. *21 lessons for the XXI century* / Transl. from English. Moscow: Sinbad, 2019. 412 p. (In Russ.)
11. *China's Digital Transformation: The Experience of Transforming the Infrastructure of the National Economy* / M. Huateng, M. Zhaoli, Ya. Delhi, V. Hualei; Transl. from Chinese Moscow: Alpina publisher: Intellectual lit., 2019. 249 p.: ill. (In Russ.)
12. Schwab K., Vanham P. *Capitalism of the common good: a new model of the world economy* / Transl. from English. Moscow: Eksmo, Bombora, 2022. 348 p. (In Russ.)
13. Kurzweil R. *The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence*. New York: Penguin Books, 1999. 372 p.

*

Поступила в редакцию 09.06.2022