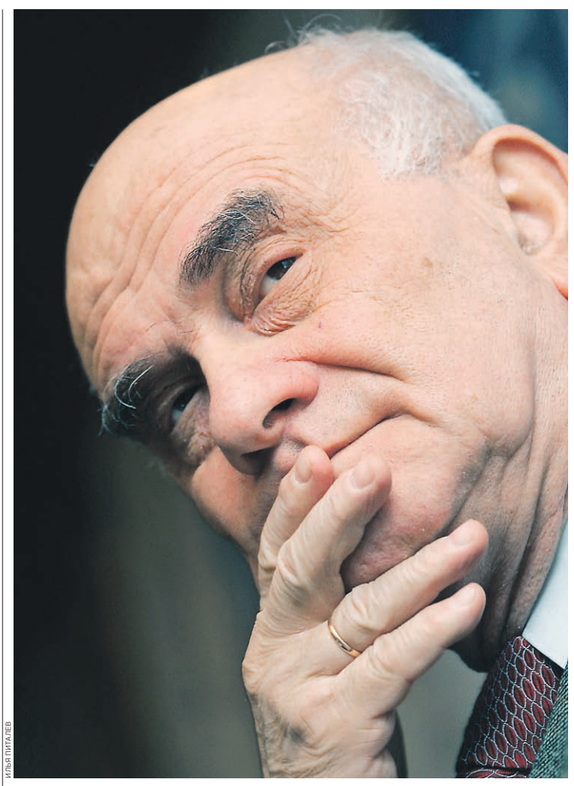
review НОВАЯ ЭКОНОМИКА И КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА

Вызов России

Мировой кризис положил конец нефтяному процветанию России, которое в общем-то и позволило поднять страну после трансформационного кризиса и вернуться на уровень 1990 года.



ИЛЬЯ ПИТАЛЕВ

Следует признать, что в означенный период нефтяного процветания не состоялось серьезных институциональных реформ, кроме, может быть, налоговой, и всерьез не проходила модернизация. Выражалось это, в частности, в увеличении роли сырьевого сектора и отсутствии тех модернизационных процессов, которые должны были бы вызвать появление на мировом рынке новых российских брендов, новых, в том числе инновационных, продуктов.

Между тем в мире происходили очень серьезные изменения. На самом деле они начались еще в 1973 году, когда произошло первое повышение цен на нефть. Уже тогда стало ясно, что эра индустриализации закончилась и закончились высокие темпы экономического роста, которые привязаны к нарастающему вовлечению в хозяйственный оборот минеральных природных ресурсов.

В сущности, все инновации ориентированы были именно на то, чтобы придумать применение каких-то новых ресурсов на пользу человечества. Встал вопрос о том, за счет чего мировая экономика будет развиваться дальше. Если разговор о Китае, Индии и других странах третьего мира мог вестись относительно того, что они могут освоить уже разработанные технологии, что у них изобилие дешевой рабочей силы, то про развитые страны этого сказать было нельзя. Для развитых стран оставался один-единственный фактор — инновации, ориентированные на повышение эффективности и производительности, на предоставление новых услуг, не связанные с вовлечением дополнительных ресурсов. Это, можно сказать, картина, характерная для всего мира.

Лично я считаю, что новую эру можно назвать стадией инновационного развития или стадией инновационной экономики.

Развитые страны осуществляют переход к инновационной экономике, сталкиваясь с определенными проблемами, в том числе с тем, что традиционные отрасли переселяются в развивающиеся страны. Развивающиеся страны добиваются высоких темпов роста, и пока у них есть рабочая сила, кажется, что они опережают Запад, хотя в действительности они просто ликвидируют отставание, поэтому по темпам роста они вроде бы опережают, но по уровню технологической культуры, по уровню образованности они еще далеко.

Вопрос в том, какова позиция России. Пройдя период трансформационного кризиса, в течение которого, по сути, происходило преобразование тупиковой плановой экономики в нормальную рыночную, мы, собственно, вернулись на мировую арену, вошли, хотя еще и не до конца, в мировую экономику и стали жить общей жизнью. Мы обнаружили, что то, что мы делали раньше, в значительной степени не годится, оно должно как-то быть модернизировано. После того как мы, опираясь на то, на что опираются Китай и Индия, то есть на те технологии, которые уже разработаны, модернизируем экономику, встанет вопрос — что мы предложим миру? Можем ли мы предложить продукты массового производства, как Китай, которые будут иметь то преимущество, что они дешевы? Нет, не можем. Можем ли мы предложить миру, как Запад, новые продукты? Новые услуги, новые технологии? В принципе можем, но для этого мы должны еще догнать эти страны.

Я полагаю, что Россия в действительности оказалась перед серьезнейшим вызовом в своей истории. Не потому, что это задача неразрешимая, а потому, что для ее решения нужно менять институты и культуру. Менять ценности — вот что самое трудное. Ведь на самом деле это те изменения, которые касаются каждого человека, которые заставляют людей быть более организованными, более рациональными и одновременно сохранять какие-то традиции. Скажем, японцы, с одной стороны, усвоили демократические процедуры, но с другой, одновременно распространили японские традиции, японскую кухню на весь мир. Они пережили культурную революцию. К сожалению, выяснилось, что они тоже попали в полосу кризиса, потому что культурные изменения происходят медленно, довольно мучительно и проч.

Ситуация в России сегодня, после того как мы пережили подъем, связанный с быстрым ростом цен на нефть, и дошли до уровня 90-го года, состоит в том, что мы должны выйти в инновационную фазу, причем выйти со стартовой площадки, которая находится далеко позади большинства развитых стран. Нам очень важно осознать это обстоятельство.

О чем сегодня говорят руководители государства, правительства и т. д.? Они, в общем, говорят правильные вещи, что нам нужна модернизация, нам нужна инновационная экономика — все это совершенно справедливо. Но только надо понять: как это все будет происходить? Если вы рассчитываете, что вы выделите большие деньги на «Сколково», построите там какие-то предприятия, пригласите нобелевских лауреатов и сразу дело у вас пойдет на лад, боюсь, что это не решит проблемы. Даже десяток «Сколково» не решит проблемы. Кремниевая долина в Пало-Альто возникла на почве университетов и свободного движения студентов, которые чувствовали себя людьми, свободными от каких бы то ни было ограничений, которые боролись за то, чтобы Америка ушла из Вьетнама и т. д. и т. п. Это был настоящий порыв. Там свободная, демократическая страна. Там действовали институты, которые обеспечивали защиту прав собственности, обеспечивали условия для развития конкуренции, обеспечивали конкуренцию не только экономическую, но и политическую и, главное, под покровительством верховенства закона. Там закон был и остается важнее личности начальника, вождя. Собственно, успехи Европы и успехи стран англосаксонской культуры привязаны к этим основным институтам.

Можно говорить о национальных традициях, но те, кто хочет добиться позиции в мировой экономике и выводить свои национальные бренды на мировые рынки, они должны обязательно освоить эти институты.

Думаю, что просто развитие человечества — это не национальные особенности англосаксов, французов или немцев, это особенности европейской культуры, которые появились в ней в результате инновационного развития. Разделение властей — это не то, что мы обязательно должны заимствовать, у нас это вызывает раздражение, потому что это не родилось на нашей почве. Это инновация, которая была придумана для того, чтобы не появлялись тираны, и она освоена западным миром. Но если мы хотим, чтобы у нас человек больше не подавлялся, был свободным и был бы готов занимать свои мозги инновациями, значит, мы должны решить эти проблемы, тем самым демократизация становится важнейшей частью модернизации.

Что касается практических рекомендаций. Я начитался самой разнообразной литературы и могу сказать, что я не знаю и никто не знает. Одно из возможных направлений — это изменение облика российских городов с целью создания культурной среды.

Для того чтобы развивались культура и гражданское общество, у них должно быть какое-то место. Это не просто здание школы или здание университета, это определенный облик городов.

У меня в памяти следующий пример. Однажды во второй половине воскресенья мы с друзьями приехали в финский городок Иматра, в прошлом это территория Российской империи, там есть знаменитый водопад, около которого находилась, по-моему, императорская резиденция, но не это меня поразило. Очень уютный маленький городок, на площадях полно народу, все кафе рядом, буквально площадка в несколько кварталов, забиты людьми, все они сидят, о чем-то болтают, кто пьет пиво, кто — кофе. Говорят, что это связано с образом жизни финского крестьянина, ведь они в большинстве своем живут на хуторах и общаются редко, поэтому специально приезжают в воскресенье в город, а там уже некий форум, дискуссия, обмен мнениями. Но, главное, это не просто выпивка, а именно такая гражданская жизнь. И практически все европейские города имеют такие центры, где очень приятная для людей обстановка, где можно спокойно посидеть и поговорить. Согласитесь, даже в крупнейших российских городах этого нет, так, чтобы это было доступно всем слоям населения. Начать создавать что-то подобное очень важно. Сейчас на Венецианской выставке российские архитекторы представляют проект центра Вышнего Волочка, который, в сущности, ставит ту же самую задачу — выращивание культуры, новой культуры, создание в российских городах доступных центров общения.

Евгений Ясин, научный руководитель Высшей школы экономики

Поколение медиа

Слово «медиа», которым обозначается возникшее в середине XX века многообразие средств массовой коммуникации, в русском языке появилось позже, чем, скажем, в английском. И смысл его ограничен: в пяти буквах умещаются «советская печать», «российское телевидение» и, наверное, «музыкальное радио». С приходом интернета как платформы распространения информации появился термин «новые медиа» — как нечто отделяющее понятные старые издания и телеканалы от непривычных, нематериальных, несистемных, «испорченных».

ДМИТРИЙ ЛЕКАЙ

В полноценном понимании «медиа» — это просто способ коммуникации и форма коммуникатора. За этим стоит природа человека, а не — как мы предпочитаем считать для простоты — бумага, бизнес СМИ, политика или теле- или радиочастота. Медиа — распространитель всего, что человек хочет сообщить другим людям. Наша цивилизация и культура рождались в результате коммуникативных актов. Наша культура есть сообщение, и она же есть медиум, то есть посредник при передаче сообщения от человека к человеку.

Одна из сессий Пермского форума будет посвящена медиа и их отношениям с культурным слоем России, с культурными кодами, которыми обмениваются люди в современном мире. Люди, которых собирает Пермский форум для медиадискуссии,— специалисты в «старых» и «новых» СМИ, теоретики и практики, носители уникальной экспертизы и возмутители спокойствия, журналисты и менеджеры — готовы обсудить и продемонстрировать, что распад единства культуры и посредника ее распространения можно остановить.

Счастливое детство цивилизации демонстрировало нам абсолютное единство культуры и средства массовой информации: античный театр соединял в себе обе функции, работая генератором-передатчиком культурного кода и распространителем знаний, нарративов, ценностей и моделей поведения. Заезжий торговец увозил новости и их интерпретацию (равно как и содержание пьесы, увиденной в театре, или проповеди, услышанной в церкви) в соседний город и становился «послом культуры». Личный фильтр его памяти, его собственные культурные коды могли трансформировать сообщение, придать ему эмоцию, иногда прямо противоположную задуманной. Однако сообщение и записанная в нем культура распространялись — пусть медленно, но от человека к человеку.

Изобретение книгопечатания, «революция Гуттенберга» и последующий интеллектуальный взрыв Европы, с одной стороны, сделали медиа бумажными и, следовательно, лишенными вкуса, радости, интимности человеческого общения. Но, с другой стороны, именно Гуттенберг сделал медиум массовым, обеспечив неискаженное распространение от одного (автора, носителя определенной личной версии культуры) ко многим, почти бесчисленным, читателям. Реформация не случилась бы, не будь печатного станка — «95 тезисов» Мартина Лютера стали популярным полиграфическим произведением так быстро, что сам папа Римский был вынужден вступить в спор с клириком малозначительного диоцеза.

Современные медиа — что старые, что новые — несут в себе как семена вечных ценностей, исходного, базового культурного кода, так и вирус этих симулякров. Они полны противоречий, как и большинство живых творений человека и человеческого общества. Участники эпохи великих революций, средства массовой информации заслужили право на миссию, на статус общественного института (недаром их иногда, льстя, называют «четвертой властью») со всеми вытекающими последствиями — от особых прав до особого культурного статуса. Написанное в газете или журнале, обнародованное по радио и телевидению обретает — именно благодаря прошлым заслугам перед обществами — особый статус. Люди приучены внимательнее относиться к сообщениям СМИ. Но СМИ, в свою очередь, далеко не всегда ответственны за тех, кого они приручили.

Для России это особенная проблема. Годы советской эксплуатации медиа как транслятора одной «всесильной, потому что верной» идеологии сменились не столько годами свободы, сколько годами искушения — искушения прежде всего тем самым симулякром, порожденным обществом потребления.

Впрочем, не все так беспросветно и ужасно. Счастливое стечение обстоятельств дало нам, как и бывает в драмах (а жанр России, безусловно, драматический), неожиданный шанс на хоть какую-то «развязку» сюжета. Кризис традиционных, прежде всего печатных, СМИ совпал с рождением нового сверхмедиума — интернета, который всеяден в смысле способа доставки: ему все равно, текст ли это, аудио или видео. Интернет обеспечивает потребителя продукции СМИ невероятным уровнем контроля и обратной связью с источником сообщения, которое доставляется или доступно всем, мгновенно. Но столь же мгновенной оказывается и реакция: от внимания до ответа и обмена в том числе культурным кодом.

Российский интернет неожиданно стал местом, где рождаются и новые социальные явления, и «новые медиа», в которых фактор «сообщества заинтересованных» значительно сильнее, чем в вещательных СМИ прошлого. Общение, коммуникация становятся, как бы возвращаясь к описанному выше средневековому странницу по рыночным площадям, персонализированными, отмеченными культурным кодом личности, донесшей до тебя информацию дальнего и не всегда знакомого сообщества.

Культурная миссия Перми с самого начала была принята этим «новым медиумом». Ей восхищались и восхищаются, ее ругали, на нее писали доносы и воспринимали как руководство к действию. Когда-нибудь все точно подсчитают и разложат по полочкам, сколько пользы (или вреда) принесли проекту «традиционные СМИ», а сколько — «новые». Однако мне, пусть субъективно, очевидно, что именно в новых каналах, в LiveJournal и Facebook, в «Слоне» и OpenSpace, через специально созданную «Соль» и на сайте «Афиши», Пермский культурный проект находил единомышленников. Людей, которые понимают и разделяют мысль, культурный код этой деятельности. И без людей (а не газет и телеканалов), без их душ, без их личного вклада не может состояться успех проекта. Ведь в пространстве культуры нет роботов, нет «потребителей ради потребления», нет денег ради денег — только люди и среда их обитания.

Василий Гатов, вице-президент ГИПП

прямая речь

Сможет ли культурная политика повлиять на экономику?

(Продолжение. Начало на стр. 17)

Сергей Савосин, *генеральный директор страховой группы МСК:*
— Я разделяю мнение Олега Чиркунова. Повышение уровня культуры населения ведет к укреплению общечеловеческих ценностей, что позволяет более эффективно взаимодействовать и людям, и компаниям. Я считаю, что изменения повлияют на экономику косвенно, позитивно. Наше правительство осознает всю важность повышения культурного уровня россиян и сохранения традиций. В России с 2006 года действует федеральная целевая программа «Культура России», в рамках которой проводятся работы по сохранению и реставрации объектов культурного наследия, музейных ценностей, архивных документов, библиотечных фондов. В кризисный для российской экономики период усилилось социальное расслоение общества, истощились межнациональные и межрегиональные связи. Это привело к сокращению устоявшихся культурных уз, ослаблению традиций и замене социальных ориентиров и ценностей. Изменения в культурной среде приведут к установлению цивилизованных правил поведения во всех сферах общества, в том числе и в экономике, так как культура влияет на приоритеты людей, рациональность, возможность анализа и прогнозирования, в том числе и на бытовом уровне.

Игорь Юргенс, *председатель правления ИНСОР, вице-президент РСПП:*
— Взаимосвязь культуры и экономики очевидна. Модернизация — это осовременивание. А осовременивание означает жить более цивилизованно и культурно. Чем больше театров, тем меньше тюрем. Чем меньше тюрем, тем больше квалифицированной рабочей силы и хороших инженеров. Именно поэтому я полностью согласен с общей идеей губернатора Чиркунова.

Владимир Кехман, *генеральный директор Михайловского театра:*
— Привязывать культуру к экономике — это, на мой взгляд, самое большое заблуждение. Я против самого этого посыла. Культура — это основа развития общества и государства, а не какая-то дополнительная подпорка. В моем понимании, статус любой страны, любого города в первую очередь определяется их культурным потенциалом. Есть ли там симфонический оркестр, входящий в число лучших мировых коллективов, или театр, куда стремятся театралы со всего света, или музей с выдающейся коллекцией, происходят ли там крупные культурные события — вот что важно. Сам я в Перми никогда не был и теперь с интересом еду туда на форум, чтобы своими глазами увидеть, на чем основаны претензии Перми на звание культурной столицы.

Роман Горюнов, *председатель правления РТС:*
— В целом уровень культуры способен позитивно повлиять на многое. Но все же я убежден, что в плане экономики никаких прямых следствий не будет, потому что уровень культуры не способен повысить объемы продаж! Наверное, здесь подразумевается профессиональный этикет, грамотность, ответственность, своеобразный кодекс правил для сотрудников фирм. А в остальном я даже не знаю, каков будет эффект от подобных инициатив.

Эдуард Бояков, *продюсер, режиссер:*
—Культурная политика — это не миллиарды долларов на реконструкцию императорских театров, не чаепития, на которых премьер обсуждает с народными артистами судьбу уссурийских тигров. Культурная политика — это ответ на вопрос как актуальная художественная культура взаимодействует с ценностями и установками общества.

К примеру, еще в начале двадцатого века в Америке, считающей себя родиной демократии, женщины не имели права голосовать на политических выборах. Не думаю, что бизнесменов и политиков, среди которых, как и сейчас, было подавляющее большинство мужчин, это сильно раздражало. Ситуация менялась под давлением культуры. Ситуацию изменили те, кто имел дело с нерыночными ценностями — художники, социальные активисты.

Культура не просто влияет на экономику, она ее определяет, она создает мотивы, поведенческие паттерны.

Сегодня государство боится актуальной культуры, боится поддержать и создать условия, в которых общество услышит голос художника. Именно независимые художники, а не демагоги-политики способны помочь людям разобраться с картиной мира и реальными проблемами общества — межнациональными и религиозными конфликтами, жизнью маргинальных групп и меньшинств, принятием людьми рыночной идеологии, конфликтом ценностных ориентиров разных поколений.

А экономике просто надо следовать за культурой, а не обслуживать рост потребления, от которого захлебывается наша цивилизация.

(Окончание на стр. 19)

Подписка через редакцию
Консультации персонального менеджера по вопросам обслуживания подписки, предоставление полного пакета бухгалтерской документации (для юридических лиц)

Выбор формы оплаты: пластиковыми картами платежных систем VISA, MASTERCARD, JCB, DINERS CLUB; с помощью платежных систем Яндекс.Деньги и WebMoney; через любое отделение Сбербанка РФ; безналичный расчет; с помощью sms

Чтобы оформить подписку
Оформите счет на оплату для юридических лиц или квитанцию для физических лиц по телефонам: 8 800 200 2556 (бесплатно для всех регионов РФ), (495) 721 2882 или на сайте kommersant.ru в разделе «Подписка»

НОВЫЙ ГОД — С ЛЮБОГО МЕСЯЦА. ГОДОВАЯ ПОДПИСКА 2010

kommersant.ru

Подписываемся под каждым словом. Подпишитесь и вы.

Стоимость подписки указана за 12 календарных месяцев с учетом доставки силами ФГУП «Почта России» до п/я. Доставка журнала «Citizen K» осуществляется заказной бандеролью.

Коммерсантъ
Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ»
Главные новости о событиях в бизнесе, политике и обществе
(пн — пт) 4026 руб.
(пн — сб) 5016 руб.

ВЛАСТЬ
Еженедельный аналитический журнал «Коммерсантъ Власть»
Власть в России и других странах: секреты и технологии
1320 руб.

ДЕНЬГИ
Еженедельный экономический журнал «Коммерсантъ Деньги»
Основные тенденции и проблемы российской и мировой экономики
1650 руб.

Секрет фирмы
Ежемесячный деловой журнал «Коммерсантъ Секрет фирмы»
Реальные примеры ведения бизнеса
660 руб.

ОГОНЁК
Еженедельный общественно-политический журнал «Огонёк»
Любимое чтение многих поколений
1056 руб.

А
Ежемесячный автомобильный журнал «Коммерсантъ Автопилот»
Первый российский журнал о хороших автомобилях
990 руб.

CITIZEN K
Ежеквартальный культовый европейский журнал «Citizen K»
Профессиональный гид в мире стиля, красоты и интересных личностей
924 руб.

реклама