Марина Александровна Бережная

Центральный парк культуры и отдыха им. С. М. Кирова (Санкт-Петербург)

[marina.funkysound@gmail.com](mailto:marina.funkysound@gmail.com)

Алина Алексеевна Зоря

Музей «Невская застава» (Санкт-Петербург)

[marina.funkysound@gmail.com](mailto:marina.funkysound@gmail.com)

**Креативные индустрии, музеи, современные художники: коммуникативная синергетическая стратегия**

Авторами рассматривается коммуникативная стратегия продвижения современного художника стрит-арта. Стрит-арт – часть креативных индустрий, которая сегодня находится в состоянии перехода от уличного хаотичного искусства к персонализированному искусству и активно развивается в России. Художники «уличной волны» изучаются и осмысляются. Продвижение этого вида искусства требует персонального брендинга и нейминга.

Ключевые слова: креативные индустрии, коммуникативные стратегии, PR в сфере искусства и культуры, современные художники, уличное искусство.

Коммуникативная модель по продвижению художника, представленная в данных тезисах, призвана как продвинуть художника на рынке, так и открыть имя уже известного в западном мире российского художника на российском рынке, сформировать его имя как успешный продукт креативной индустрии посредством формирования паблицитного капитала.

Данная коммуникативная модель является синергетической, так как построена на использовании как искусствознания, так и массовых коммуникаций наряду с PR- и рекламными технологиями. Задачей является открытие художника стрит-арта Саши Труна (Саша Trun), продвижение и капитализация его имени. Коммуникативная модель строится следующим образом. Базисом служит описание стилей и техник, в которых работает Трун, формирование профессиональной искусствоведческой доказательной базы для последующего роста паблицитного капитала художника. В связи с этим в коммуникативной стратегии задействованы искусствоведческие исследования и рассуждения по теме нейминга его авторского художественного направления. Здесь мы приведем некоторые моменты исследовательской работы для формирования терминологии стилей и эстетики граффити-райтера.

В 2016 г. на 7-й международной конференции «Актуальные проблемы теории и истории искусства» в СПбГУ был озвучен доклад «Актуальная маргинальность. “Уличная волна” как объект искусствоведческого исследования». Тогда впервые авторами (А. Зоря, М. Астахов) была обозначена необходимость систематического изучения различных форм уличного искусства и проведения некоторых терминологических «водоразделов», которые разграничили бы так называемых «contemporary art художников» и тех, кто был воспитан эстетикой и идеологией уличного искусства. Авторами доклада было предложено понятие «искусство уличной волны», которое, безусловно, требовало серьезного обсуждения в среде ученых и профессионалов.

В упомянутом докладе также был заявлен тезис о необходимости определения стилистических особенностей граффити-райтеров, отличающих их станковые практики и от других актуальных художников, и от их же уличных работ. Терминологический аппарат вокруг граффити-культуры так и не сложился, хотя запрос сохраняется.

В процессе подготовки персональной выставки Саши Труна в Санкт-Петербурге мы поставили перед собой задачу осмыслить творчество автора, его творческий метод и стиль. За 20 лет творческой деятельности художником были выделены лишь несколько терминов, которые сам автор использует как в своих уличных, так и студийных работах – это first lines, fill in и freestyle.

Студийные работы художника – это пример руины граффити-леттеринга, тотальной деконструкции тега. Однако такие произведения нельзя назвать абстрактными, поскольку в их основе остаются обломки уличной культуры, создавая новое целое. В целях описания такого творческого метода М. Астаховым было предложено понятие canvas lettering, которое следует воспринимать как определение творческого метода, но в полной мере оно всё же не отражает его сути. Авторы предлагают использовать понятие граффити-деконструкции, которое бы могло более точно описать авторский творческий метод.

Коллекции художника выставляются в нескольких галереях и, что очень важно, в государственных музеях. Ввиду того, что работы Саши Труна исследуются современными искусствоведами и способны быть приняты для выставок в государственных музеях, возникает возможность публикаций в ведущих профильных изданиях России на правах информационного повода (многие издания, например The Art Newspaper Russia, достаточно претенциозны и консервативны для редакторских статей). Выход на массовую информационную арену дает возможность еще большего количества выставок в государственных музеях и известных частных галереях. Данная модель сейчас апробируется в Музейно-досуговом комплексе ЦПКиО им. С. М .Кирова, где в рамках проекта музей и парк являются публичным пространством для диалога с аудиторией и ведущими СМИ посредством практик современного кураторства.