

УДК 304.444

**Л. Н. Жуковская**

**С. В. Костылев**

**О. Ф. Морозова**

**Е. А. Ноздренко**

*г. Красноярск, Россия*

## **ПРОБЛЕМЫ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩЕГО ФАКТОРА МИРА КУЛЬТУРЫ**

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена анализу характерных особенностей арт-менеджмента как нового научного направления, способного привести в действие механизмы консолидации и самоорганизации в мире культуры. Авторы утверждают, что арт-менеджмент выполняет системообразующую функцию, направленную на созидание социокультурного единства через внедрение общих целей и ценностей. Задачей арт-менеджера становится активное погружение зрителя в художественный процесс через символику, образы, заключенные в арт-продуктах.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** арт-менеджмент, арт-менеджер, артосфера, культурный код, социокультурное пространство

**L. N. Zhukovskaya**

**S. V. Kostylev**

**O. F. Morozova**

**E. A. Nozdrenko**

*Krasnoyarsk, Russia*

## **PROBLEMS OF CONCEPTUALIZATION OF ART MANAGEMENT AS A SYSTEM-FACTORING FACTOR OF THE WORLD OF CULTURE**

**ABSTRACT.** The article is devoted to the analysis of the characteristic features of art management as a new scientific direction, capable of activating the mechanisms of consolidation and self-organization in the world of culture. The authors argue that art management performs a system-forming function aimed at building sociocultural unity through the introduction of common goals and values. The task of the art manager is the active immersion of the viewer into the artistic process through the symbols, the images enclosed in the art products.

**KEYWORDS:** art-management, art-manager, artosphere, cultural code, sociocultural space

Процессы глобализации вызвали необратимые изменения не только в экономике, политике, но и во всем мире культуры. Усложнение культурных взаимодействий, стирание и видоизменение межкультурных границ и культурных сред, миграционные процессы стали угрожать процессам национальной идентификации и самоидентификации. Приводящие к негативным последствиям проблемы «разрывов» в социокультурном пространстве заставили задуматься над смысловыми основаниями культуры, которые смогли бы

обеспечить стабильность и устойчивость социокультурной системы, привести в действие способы самоорганизации мира культуры.

Противоречия центробежных и центростремительных сил в сфере культуры информационного общества предопределили внимание исследователей ряда научных направлений к феномену «арт-менеджмент». Общение с миром искусства, которое имманентно присуще человечеству на всех этапах его развития, приобретает принципиально новые черты. Кон-

статация факта, что современный арт-менеджмент ориентирован на осуществление оперативного, тактического и стратегического управления трансформациями социокультурной сферы всех уровней в интересах общества и личности породила потребность переосмысления сущности данного феномена и его функционального статуса в мире культуры

Традиционным и оправданным является восприятие арт-менеджмента как технологии управления, как управленческой деятельности в арт-сфере как элементе мира культуры, практической ориентации арт-менеджмента посвящаются публикации международного журнала IJAM [7]. Вместе с тем приобретающая все большую значимость в современном обществе информационная и интеллектуальная доминанта подвели к идее обратиться к арт-менеджменту с иных позиций.

Нам в этом плане представляется актуальным исследование исторического движения человечества к когитосфере, которую Т. Н. Суминова образно назвала космической проекцией концептуально-мыслительной деятельности человека и её продуктов, полем духовности, охватывающем собой Землю и околоземное пространство и взаимодействующем со всеми другими сферами [7, с. 119]. При концептуализации арт-менеджмента мы будем исходить из неразрывного единства практики управления миром культуры и научного осмысления этой практики.

В нашу задачу входит: зафиксировав структурное своеобразие мира культуры, определить роль парадигмальных оснований науки «арт-менеджмент» в его целенаправленном формировании.

Как ответ на вызов информационной эпохи прозвучал вывод Международной ассоциации менеджмента культуры и искусств о возникновении принципиально нового научного направления – «арт-менеджмент». В то же время недостаточная дисциплинарная определенность арт-менеджмента позволяет выявить две тенденции: стремление к обособлению предметно-проблемного поля научной дисципли-

лины и выявление пересечения предметно-проблемных полей арт-менеджмента с социокультурным менеджментом, теорией искусств, культурологией, теорией социально-культурной деятельности и других гуманитарных дисциплин.

М. Ю. Платонов склонен определять арт-менеджмент как «новое пространство для распространения теории менеджмента в контексте управления организациями сферы культуры и искусств» [6, с. 62]. В результате арт-менеджмент представлен как комплекс знаний об управлении организациями сферы культуры и искусств, является «поддисциплиной общего менеджмента в отраслевом разрезе». Признавая наличие некоторых оснований для подобного утверждения, мы считаем необходимым возразить автору в том плане, что определение статуса арт-менеджмента как «поддисциплины» значительно обедняет и делает незаслуженно узкой предметную область арт-менеджмента.

Сегодня мы находимся на одной из начальных ступеней формирования структурной единицы науки, которая должна своими механизмами саморегуляции обеспечить коллективную исследовательскую деятельность арт-менеджеров, систематизацию эмпирического и теоретического материала о мире культуры, коммуникацию ученых и воспроизводство интеллектуального ресурса практиков, а так же способствовать системообразованию мира культуры.

Компоненты сертификата науки, свидетельствующие о степени её зрелости, уже присутствуют. Это: наличие объекта, предметно-проблемного поля, терминологической определенности, методологических оснований, собран фактологический материал, но в то же время названные компоненты становятся проектными для дальнейшего её становления и развития. Мы обращаем внимание на своеобразие эволюции арт-менеджмента как научного направления: если традиционно науки проходили достаточно долгий путь от накопления эмпирических фактов, через их систематизацию и обобщение к зрелой

теории, включающей парадигмальные основания, то арт-менеджмент в течение достаточного краткого временного промежутка, при опоре на достигнутый опыт формирования научного знания, приобретает черты науки, способной к саморефлексии и парадигмальному оформлению [1; 5].

Как концептуальная схема, парадигма включает в себя выявление статуса теоретического объекта, отраженного в категориальном аппарате, введение новых предметных областей науки, идейно-смысловое ядро, когнитивно-ценностные критерии.

Статус теоретического объекта отражен в определении. Существующие определения арт-менеджмента, безусловно, обладают теоретической значимостью, без них невозможно было бы решать задачи организации и самоорганизации мира культуры. Здесь мы присоединяемся к мнению авторов, которые не согласны с «узким» пониманием арт-менеджмента как артистического менеджмента, как профессионального управления процессами создания и продвижения материальных и духовных ценностей в отдельных, пусть даже таких достаточно развитых социокультурных практиках как шоу-бизнес.

Мы не оспариваем утверждение, что объектом науки «арт-менеджмент» является арт-сфера. Многообразие современных социокультурных практик позволяет определить арт-сферу как космическую проекцию художественно-творческой деятельности или как «своего рода «мостик» от социосферы (космической проекции деятельности людей, создающей как оппозицию «человек-природа», так и рукотворную «вторую природу»)» [7, с.119]. В то же время, признавая заслуги сферного подхода к анализу социокультурного пространства, мы должны внести некоторое уточнение: арт-сфера, с одной стороны есть сфера особая, но с другой – она не является отдельной, а становится проникающей во все области мира культуры. Происходит «артизация» пространства жизнедеятельности, наблюдает-

ся устойчивая потребность населения окружать себя предметами искусства не только в быту, но и в других областях.

Ф. Колбер и Ф. Эввар отмечают, что кризис в определении искусства связан с его местом в современном мире культуры. Место искусства в обществе как мире культуры рассматривается с трех позиций: религия, образование и развлечение [4], а «ближайшими соседями» арт-менеджмента выступают области, связь которых с арт-сферой не изучена: туризм, спорт, коммуникации. Можно отметить так же факт, что современные креативные и культурные индустрии, включая рынок арт-индустрий, способствуют экономическому и социокультурному развитию территорий. Не случайно, Т. Н. Суминова пишет о возможности восприятия арт-менеджмента и как искусства, и особой субкультуры, наполненной своими ценностями, нормами и законами [7, с. 12].

Современный мир культуры мозаичен. Однако в нем присутствуют синергетические механизмы самоорганизации, превращающие «хаос» в определенный «культур-порядок», а наука «арт-менеджмент» выявляет эти механизмы и тем самым способна превратиться в способствующий самоорганизации мира культуры фактор.

Самоорганизация мира культуры имеет вполне реальный фокус – культурный код. Сегодня глобализация, активные межкультурные диалоги, видоизменение культурных границ и культурных сред порождают опасность потери идейно-смыслового ядра мира культуры. Культурный код – это феномен, который концентрирует культурные особенности, передаваемые из поколения в поколение, это информация, позволяющая идентифицировать конкретный мир культуры. Исследование культурного кода позволит проникнуть на новый, глубинный, смысловой уровень целенаправленного формирования социокультурного пространства.

Арт-менеджмент выполняет системообразующую функцию, «работая» в нескольких направлениях. Задачей арт-

менеджера-практика становится созданием социокультурного единства через внедрение общих целей и ценностей. Через символику, образы, заключенные в арт-продуктах, формируются принципы миропонимания, образуется понятийная сетка картины мира. С помощью этой сетки удерживается устойчивое и традиционное в мире культуры.

Призванное «раскрывать истину в чувственной форме» [2], искусство отражает имманентное стремление человека духовно осознать как внешний, так и внутренний мир человека, что очень важно для восприятия целостности многообразия мира культуры.

Особым направлением системообразования становится единство реципиента-потребителя и творца-создателя произведения искусства. Мы подчеркиваем интерактивный и иммерсивный характер арт-практик, активное включение и погружение зрителя в художественный процесс.

Деятельность арт-менеджера «распадается» при этом на два направления: первое – он ориентируется на создание качественного арт-продукта, выступая в роли искусствоведа-знатока, искусствоведа-исследователя и искусствоведа-майевтика. Знаточеские качества проявляются в зна-

нии материала архитектуры, скульптуры, живописи, способности отличить оригинал от подделки, определить состояние, возраст арт-продукта [3, с. 438-482], а так же умения предвидеть последствия воздействия арт-продукта на зрителя. Как исследователь, арт-менеджер анализирует сущность арт-продукта, проникая в «умозрительную суть художественного образа», решает какую роль будет играть арт-продукт в функционировании мира культуры. Как майевтик, арт-менеджер налаживает творческий диалог между потребителем и творцом, он - методолог, психолог, педагог, наставник. Второе – арт-менеджер способствует превращению произведения искусства из «вещи-в-себе» в «вещь-для-реципиента». Его усилиями зритель становится наблюдателем, собеседником, со-творцом [3, с. 141-156].

Таким образом, арт-менеджмент как новое научное направление третьего тысячелетия, отражая сущностные арт-сферы как компонента мира культуры на парадигмальном уровне, находит возможность привести в действие еще неосмысленные, но практически значимые механизмы консолидации, системообразования, самоорганизации в мире культуры.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Арт-менеджмент: учеб. пособие. / Л. Н. Жуковская, С. В. Костылев, В. С. Лузан, О. Ф. Морозова, Е. А. Ноздренко. – Красноярск: СФУ, 2016. – 185 с.
2. Гегель Г. В. Ф. Эстетика: М: Искусство, 1969. - Т. 3. - 621 с.
3. Жуковский В. И. Теория изобразительного искусства. – СПб: Алетейя, 2011. – 496 с.
4. Колбер Ф., Эврар И. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия. // Арт-менеджер. – 2002. – № 3. – С. 3-10.
5. Менеджмент и арт-менеджмент: грани концептуального взаимодействия / О. Ф. Морозова, Е. А. Ноздренко, Л. Н. Жуковская, С. В. Костылев // Економічний часопис-XXI. – 2016. – Т. 158. – № 3-4. – С. 61-65.
6. Платонов М. Ю. Арт-менеджмент: предмет и границы дисциплины // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 6. – С. 61-68.
7. Суминова Т. Н. Арт-менеджмент как социокультурный концепт. // Вестник МГУКИ. – 2011. – № 3. – С.117-123.