

УДК 7.06

Л.К.Бондаренко

кандидат искусствоведения,

г. Краснодар, Россия

sichaykin@mail.ru

ОСНОВНЫЕ АДАПТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ИСКУССТВОВЕДЕНИИ НА РУБЕЖЕ XX-XXI ВВ.

**[Bondarenko L.K. The adaptation strategies of Russian modern art study
in XX-XXI centuries]**

In this article the processes occurring in the modern art environment are analyzed. Attempt to classify the basis of interdisciplinary definitions of some complex structural processes in the Russian modern art criticism that are considered from the managerial concepts point of view is undertaken. A classification of situational strategy which is aimed at disclosing various communications of modern art criticism in an information society also is given.

Key words: modern art criticism, classification of situational strategy.

Усиление прагматических тенденций в российской художественной жизни 90 гг. как ни парадоксально это звучит, благоприятно повлияло на интенсивное развитие отечественной художественной критики, теории, истории и философии искусства. Адаптивные процессы сформировали к концу 90-х гг. стратегическое и тактическое разнообразие искусствоведческих практик, что обогатило художественную среду и привнесло в российское современное искусствоведение, в сравнении с предыдущим этапом, некоторое концептуальное разнообразие [5, с.67-72]; [6, с. 72-77]. Однако не совсем ясным остается когнитивный аспект современного искусствоведения: 1) практика выявления современным искусствоведением объективных аксиологических критериев современного искусства; 2) практика определения художественных качеств в проектном творчестве современных художников; 3) практика применения современными искусствоведами (кураторами) методических динамичных приемов для существования современного искусства в постнеклассический период. В решении данных глобальных для искусствоведения системных проблем не обойтись без спекуля-

тивного подхода, который позволил бы сосредоточиться на важнейшем аспекте – на методических приемах художественной критики. В связи с этим актуализируется менеджеральная концепция (М. Вебер), которая, на наш взгляд, в отличие от других, носит ярко выраженный оперативный рабочий характер.

Менеджеральная концепция современного искусствоведения [5, с.67-72]; [6, с. 72-77] основана прежде всего на освоении маркетинговых конкурентных стратегий в пространстве современной художественной среды; выработке на их основе сложных (смежных) критериев оценки художественного качества современного искусства. Соответственно, менеджеральная концепция носит динамичный и ситуативный характер, что послужило распространению различных транзитивных, фланговых и центральных художественных и маркетинговых проектов в художественной среде, направленных на развитие праксиологических аспектов возможностей как современного искусства, так и современного искусствоведения. Необъяснимые для широкого понимания особенности языка современного искусства, противоречивые моменты художественного (и маркетингового) процесса, такие как ценообразование продуктов неизобразительного искусства, определение его маркетинговых параметров в соответствии с его художественными качествами (художественными – в буквальном смысле от англ. *fiction* – вымышленными, не существующими) обрели фокальное поле, более того стали объяснимы с прагматических позиций менеджеральной концепции, исходящей из идеи оптимального взаимодействия искусства со средой. Соответственно этому выясняются инструментальные методические возможности современного искусствоведения, раскрывающие его праксиологические функции в информационных условиях.

На основе принципа функциональности выделяются несколько искусствоведческих ситуационных стратегий амбивалентного характера, нацеленных на полноценное взаимодействие искусствознания с современным художественным процессом и другими областями в рыночных условиях. Исходя из этого, по аналогии с уже существующей в маркетинге классификацией [7, с.37-49]; [8, 137-143] в данном исследовании выделяются, следующие адаптированные для искусствоведения стратегии:

- традиционная (априорная) стратегия. Применительно к искусствоведению можно отметить, что она опирается на проецирование классических концепций искусствоведения на традиционные формы изобразительного

искусства. Данная стратегия носит самый распространенный характер, имеет давние традиции взаимодействия искусства с обществом и поэтому эффективно функционирует как во внутренней художественной среде, так и во внешней медийной и рыночной среде. Специфической стороной данной искусствоведческой стратегии является иерархичность понятий, традиционность эстетических категорий, в некоторых случаях инертность и предсказуемость исследовательских концепций. Однако та же предсказуемость исследовательских результатов позволяет искусствоведам в реальном процессе манипулировать традиционными устойчивыми (стереотипными) художественными смыслами;

- патентно (нишевая) стратегия [7, с. 37-49]. Суть данной стратегии заключается в обеспечении представителями неклассического – ситуативного искусствоведения в конкурентных условиях сильных долгосрочных прагматических преимуществ каких-либо курируемых ими художественных проектов или программ. Это выразилось в тенденции создания совместно с художниками единичного, ограниченного, уникального, эксклюзивного информационного продукта – события с целью формирования в определенной общественной группе потребности в эксклюзивных ощущениях, являющихся на современном этапе одной из ликвидных ценностей [8, 137-143]; [10, с.178]. Данная тенденция позволяет современному искусству довольно успешно конкурировать в турбулентных условиях. Поэтому представители современного искусства стремятся к созданию этих особых экзистенциальных условий, например, начиная от своего выразительного языка до своего артистического медийного образа.

Особая ценность нишевой стратегии заключается:

- в действенном активном характере, она полезна для художников и искусствоведов в процессе создания и поддержания медийного образа с целью эффективного функционирования современного искусства в информационном пространстве. В силу её динамичного характера она способна адаптироваться в кризисных (идеологических) условиях, приводящих к исчерпанности художественных средств
- данная стратегия отличается амбивалентным характером, что неопределимо для концептуального развития современного искусствоведения. В связи с этим следует отметить эвристическую направленность страте-

гии, ее авангардный характер в процессе сосуществования внутренней художественной среды с внешним миром, готовность формировать новые «эксклюзивные» художественные и рыночные ценности, приходящие на смену быстро информационно устаревающим;

В ряду распространенных адаптированных искусствоведческих стратегий мы отмечаем:

- апостериорную стратегию, которая также имеет действенный характер. Она сочетает в своем рабочем арсенале особенности нишевой и априорной стратегий. Основываясь на сочетании конъюнктурных информационных техник и традиционных изобразительных видовых ценностей, она обладает широкими адаптационными качествами, что позволяет современному искусствоведению осуществлять эффективную коммуникацию с рыночным окружением. Основной целью этой стратегии является определение современным искусствоведением наиболее важных стратегических тенденций в современном художественном процессе [1, с.83-87], которые составляют основу современной художественной жизни.

Помимо выше обозначенных стратегий в современной художественной среде применяются:

- гипотетические стратегии. Применительно к искусствоведению они нацелены на вариативное разрешение различных неявных, но в недалеком будущем актуальных ситуаций в пространстве современного искусства. Специфической особенностью этих искусствоведческих стратегий является их межотраслевой характер, что придает им фьючерсные и эвристические черты. Поэтому гипотетические стратегии обладают прагматическим потенциалом в большей степени, чем другие стратегии, и главным образом используются профессиональными промоуторами и брендистами в условиях усилившейся конкуренции во внутренней художественной среде [2]; [9, с.188-196]; [8, с.137-143]; [11, с.86].

В российской художественной среде существуют и другие прагматического плана стратегии более локального характера, которые направлены на формирование многообразных общественных связей в современной художественной культуре [3]; [12, с. 16-26]; [9, с.188-196].

Так, согласно менеджеральной концепции, оперативно реагирующей на условия информационного общества, любая частная (не институциональная)

искусствоведческая исследовательская программа, обладающая эмпирической базой, способна создать рабочую исследовательскую версию, что и мейнстримовская концепция. Это способствовало преодолению в современном российском искусствоведении на рубеже веков «трендового искусствоведения». («Трендовое искусствоведение» – рабочее определение настоящего исследования, характеризуется отсутствием значительного разнообразия искусствоведческих концепций; небольшим диапазоном исследовательских тем; превалированием аксиоматических и описательных методик исследования)

Таким образом, когнитивный аспект современного искусствоведения раскрывался посредством выявления практического содержания основных ситуативных методик современного искусствоведения, нацеленных на адаптацию современного искусства и вместе с ним современного искусствоведения в толерантных условиях. В ситуации релятивности объективных аксиологических критериев современного искусства данные ситуативные стратегии являются адекватным искусствоведческим методическим инструментарием, который необходим в проектном творчестве современных художников. Практика применения современными искусствоведами (кураторами) этих условно выделенных (по аналогии) методических динамичных приемов для существования современного искусства в постнеклассический период. Предложенный спекулятивный подход позволил сосредоточиться на самых проблемных сторонах современной художественной критики, в которой неизбежны менеджеральные тенденции концепция (М. Вебер).

Исходя из вышеизложенного отметим следующее:

1. ситуационное искусствоведение является одним из рабочих концепций современного искусствоведения;
2. основными стратегиями ситуативного искусствоведения являются: априорная, аксиоматическая, пациентно (нишевая) и гипотетические стратегии, согласующиеся с менеджеральной концепцией современного искусствоведения, направленной на интеграцию современного искусствоведения в информационных рыночных условиях.
3. обогащенное адаптивными методиками ситуативное искусствоведение способствовало преодолению в современном российском искусствоведении в первом десятилетии XXI в. «трендового искусствоведения».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бекетов Н.В.* Понятие конкурентоспособности и его эволюция // Маркетинг. 2007. № 6 (62).
2. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999.
3. *Бодриар Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
4. *Бондаренко Л.К.* Основные тенденции в российском современном искусстве на рубеже веков XX-XXI вв. (1991-2011 гг.). LAP LAMBERT Academic Publishin, 2013. ISBN 978-3-659-25939-5
5. *Бондаренко Л.К.* Ситуационное искусствоведение как одна из стратегий современного искусствоведения // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2010. № 1.
6. *Бондаренко Л.К.* Современное искусствоведение в новой системе знаний // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 6.
7. *Боровских Н.* Конкурентные стратегии: методология формирования и развития // Маркетинг. 2005. № 2(81).
8. *Грей К.Ф., Ларсон Э.У.* Управление проектами // Менеджмент в России и за рубежом М., 2007. № 5.
9. *Джемисон Фр.* Культурная логика позднего капитализма. Проектinternational 06, 14. 1991.
10. *Добберштайн Т.* Танцующая под микс маркетинга. М., 2006. № 14.
11. *Кравцова М.* Как стать влиятельной арт-персоной // Артхроника. 2007. № 10.
12. *Новик Д.* Рыночное искусство: живые и мертвые // НОМИ. 2007. 3/56

REFERENCES

1. *Beketov N.V.* The notion of competitiveness and its evolution // Marketing. 2007. № 6 (62).
2. *Bell D.* The coming post-industrial society. M., 1999.
3. *Baudrillard J.* Consumer Society. Its myths and structures. M., 2006.

4. *Bondarenko L.K.* Major trends in the Russian contemporary art at the turn of the century XX-XXI centuries. (1991-2011 gg.). LAP LAMBERT Academic Publishin, 2013. ISBN 978-3-659-25939-5
5. *Bondarenko L.K.* Case art history as one of the strategies of contemporary art history // Humanities and socio- economic sciences. 2010. № 1.
6. *Bondarenko L.K.* Modern art history in the new system of knowledge // Humanities and socio-economic sciences. 2009. № 6.
7. *Borovskikh N.* Competitive Strategy : Methodology of formation and development // Marketing. 2005. № 2 (81).
8. *Gray K.F., Larson E.W.* Project Management // Management in Russia and abroad, M., 2007. № 5.
9. *Jamison Fr.* Cultural logic of late capitalism. Proektinternational 06, 14. 1,991.
10. *Dobbershtayn T.* Dancing under the marketing mix. M., 2006. № 14.
11. *Kravtsov M.* How to become an influential art persona // ArtChronika. 2007. № 10.
12. *Novick D.* Marketplace art : live and dead // NOMI. 2007. 3/56

16 марта 2014 г.
