

УДК 7.067

DOI 10.21661/r-508841

А.Г. Каратеева, Т.Н. Адамецкая

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО В КОНТЕКСТЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: статья посвящена рассмотрению состояния современного искусства в контексте массовой культуры. Характеризуются явления массового и элитарного искусства, определяются связи и взаимовлияния различных факторов массового искусства, выявляется значение коммерческого аспекта в развитии современного искусства.

Ключевые слова: современное искусство, массовая культура, массовое и элитарное искусство, коммерциализация искусства, арт-рынок.

A.G. Karateeva, T.N. Adametskaya

MODERN ART IN THE CONTEXT OF MASS CULTURE

Abstract: the primary purpose of this article is to analyze the state of contemporary art in the context of mass culture: the phenomena of mass and elite art are characterized, the relationships between and mutual influences of various factors of mass art are determined, and the significance of the commercial aspect in the development of contemporary art is revealed.

Keywords: contemporary art, mass culture, mass and elitist art, commercialization of art, art market.

Формирование феномена массовой и элитарной культуры принято относить к XVII–XVIII веку, когда в Западной Европе происходит промышленная революция, начинает складываться индустриальное общество. Осознание данного явления в рамках научных исследований произошло уже в конце XIX начале XX в. Одним из первых подробно описал явление массовой культуры испанский философ Х. Ортега-и-Гассет. Понятие «массы» он раскрывает через ряд характеристик: «Масса – [совокупность лиц] не выделенных ничем... «средний

человек» ... в той мере, в какой он не отличается от остальных и повторяет общий тип» [4, с. 45]. Отечественный исследователь О.А. Митрошенков также пишет о массе и, в частности, о массовом человеке: «авторитарен; скользит по поверхности, принимая за открытие и истину первую родившуюся мысль; ... свобода [взяла верх] над необходимостью и ответственностью» [3].

В сфере искусства феномен массовой и элитарной культуры получает свое закономерное развитие. При этом элитарное искусство понимается как результат созидательного труда, как явление содержательно богатое, ориентированное на проблемный характер творчества и поиски глубинных смыслов. Именно поэтому, произведения элитарного искусства могут быть адекватно восприняты и интерпретированы только подготовленным реципиентом. Они понятны далеко не каждому и предназначены не для всех. А на среднего человека, человека массы ориентируется массовое искусство, которое менее требовательно и избирательно к темам, характеру художественных образов и средствам выражения. Формируется своего рода порочный круг: массовая культура является отражением массового человека, так как ориентируется на него и, в то же время, формирует его потребности и мировоззрение. Основным каналом, транслирующим массовую культуру, являются средства массовой информации, которые наиболее активно развиваются в эпоху постиндустриального общества. По мнению немецкого и американского философа Герберта Маркузе «контроль над информацией, поглощение индивида повседневностью приводят к упадку сознания, дозированной и ограниченности знания», что является характерным для массового человека [2, с. 94].

Отечественный исследователь, эстетик В.В. Бычкова дает такую характеристику массового искусства: «оперирует предельно простой, отработанной предшествующей культурой техникой», «традиционна и консервативна», «ориентирована на среднюю языковую семиотическую норму, на простую прагматику» [1, с. 286]. Основная цель такого искусства – заработок. При этом «валюта» может иметь не только денежный эквивалент, но выражаться посредством

обретения славы и популярности, высоких рейтингов и т. д. В контексте такого понимания творчества, зритель становится лишь потребителем.

Данная ситуация начала складываться еще в XIX веке, но в полной мере ее механизмы и опасности были осознаны только во второй половине XX века, когда коммерческая составляющая творческой деятельности становится доминантой. К концу XX началу XXI века коммерциализация захватывает не только массовое искусство, но постепенно подключает к этому процессу и искусство элитарное. О тотальной коммерциализации современного искусства можно судить по состоянию арт-рынка. В качестве примера можно выделить несколько актуальных аспектов, определяющих стоимость того или иного произведения – это мода на имя автора, стиль и период его творчества; заинтересованность коллекционеров в продвижении творчества именно этого художника; социальный статус владельца, который поддерживает возможность обладания произведением и т. д. В таком контексте художественная ценность произведения искусства рассматривается как второстепенная.

Современные художники вносят свой вклад в развитие и популяризацию ценностей массового искусства и делают это разными способами. Одни используют художественный язык массового искусства, стремясь обрести популярность и общественное признание, «войти в историю». И здесь они либо ориентируются на запросы массы в своем творчестве, либо уходят в область тренда, либо регулярно совершают абсурдные эксперименты, имеющие своей конечной целью лишь привлечение внимания публики. Другие создают произведения массового искусства как протест его существованию, то есть обозначают проблему современного общества, доводя такое искусство до логического предела. Однако в живом процессе творческой деятельности все эти способы находятся во взаимосвязи и чаще всего современные художники используют несколько способов одновременно.

Коммерциализация искусства явление противоречивое. Необходимо отметить и его положительные стороны, заключающиеся в том, что художники начинают в какой-то мере выполнять просветительскую функцию, приобщая людей

к творчеству. Особую популярность сегодня обретают платные и предпринимательские практики художников: мастер-классы, очные и онлайн-курсы, вебинары, видео-уроки, тренинги, лекции, особый вид рекламы (амбассадоры марки, использование определенных художественных материалов в процессе обучения и т. д.). Это такой же рынок услуг, как и любой другой. Здесь есть конкуренция, брэндинг, маркетинг и работа с аудиторией, а значит ориентация художника на массового потребителя неизбежна. Поэтому не всегда, но чаще всего такая деятельность формирует у потребителей лишь иллюзию мастерства (обещание научить создавать что-либо «так же как...»), а как итог – приоткрытая завеса элементарных навыков художественной деятельности.

В качестве примера можно рассмотреть творческую деятельность отечественного художника, иллюстратора Натальи Соловьевой. Наталья создает свои произведения преимущественно по мотивам сказок, в которых волшебными хранителями и символами выступают медведи, пумы, морские котики (рис. 1). Она предпочитает работать акриловыми красками по дереву, создает ночники в виде китов, львов, единорогов. В творчестве Натальи центральной темой является крепкая семья, семейные традиции, семейный очаг. Стиль этого художника и ее картины уникальны – каждая картина создаётся индивидуально для заказчика и не копируется [5].

Наталья нашла себя и в коммерческой деятельности. Она проводит онлайн-курсы и вебинары по рисованию – созданию картин с персонажами ее творческой вселенной. Данный пример можно рассматривать с разных точек зрения: как успешную творческую самореализацию автора, как популяризацию возможностей искусства, как средство получения дополнительного дохода и т. д.

Ярким примером коммерциализации современного массового искусства и превратно понимаемой «просветительской» функции творчества является тренд на тиражирование утилитарных вещей (одежды, предметов быта, посуды и т. д.) с принтами, включающими полное или фрагментированное изображение шедевра живописи, или стилизованными под творческую манеру узнаваемых авторов. Наибольшей популярностью у массового потребителя пользуются изделия

с произведениями таких художников как Клод Моне, Винсент Ван Гог, Густав Климт. Есть своего рода произведения-рекордсмены – это «Подсолнухи» Ван Гога, «Нимфеи» Моне. Одним из таких произведений сегодня стал «Поцелуй» Климта, который используется как принт для всевозможных товаров во всех областях потребления: от канцелярских товаров и посуды – до одежды и даже нижнего белья (рис. 2).

Однако тренд – явление временное: активное повсеместное тиражирование произведений этого художника скоро привело к исчерпанию интереса к нему. С одной стороны, это популяризация творчества Климта, но с другой – бездумная гонка за экономической выгодой и принудительный перевод творчества художника с уровня элитарного искусства на уровень искусства массового.

Таким образом, современное искусство, включающее массового потребителя и художников, стремящихся заработать и обрести популярность в рамках арт-рынка, который диктует «правила» творческой деятельности, в полной мере выражает идеалы, ценности и запросы массовой культуры.



Рис. 1. Соловьёва Н. Без названия. Панно. Кедр, акрил. 125x125.



Рис.2. Принт с фрагментами картины Г. Климта «Поцелуй» на легинсах

Список литературы

1. Бычков В.В. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. / В.В. Бычков. – Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2003. – 607 с.

2. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе. – Москва: АСТ, 2003. – 526 с.

3. Митрошенков О.А. Что придет на смену постмодернизму? / О.А. Митрошенков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://metamodernizm.ru/chto-pridet-na-smenu-postmodernizmu/>

4. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва: Весь мир, 2000. – 704 с.

5. Наталья Соловьева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/picture_sol/?hl=ru/

References

1. Bychkov, V. V. Leksikon nonklassiki. Khudozhestvenno-esteticheskaia kul'tura XX veka., 607.

2. Markuze, G. (2003). Eros i tsivilizatsiia. Odnomernyi chelovek: Issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshchestva., 526. Moskva: AST.

3. Mitroshenkov, O. A. Chto pridet na smenu postmodernizmu?. Retrieved from <http://metamodernizm.ru/chto-pridet-na-smenu-postmodernizmu/>

4. (2000). Ortega-i-Gasset Kh. Izbrannye trudy., 704. Moskva: Ves' mir.

5. Natal'ia Solov'eva. Retrieved from https://www.instagram.com/picture_sol/?hl=ru/

Каратеева Александра Геннадьевна – студентка, ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия.

Karateeva Alexandra Gennadievna – student, FSBEI of HE “Nizhnevartovsk State University”, Nizhnevartovsk, Russia.

Адамецкая Татьяна Николаевна – канд. культурологии, доцент кафедры архитектуры, дизайна и декоративного искусства, ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия.

Adametskaya Tatyana Nikolaevna – candidate of cultural sciences, associate professor, FSBEI of HE “Nizhnevartovsk State University”, Nizhnevartovsk, Russia.