

Н. К. Анохина²,
О. П. Бабицкая³

О ТРАНСФОРМАЦИИ ЦЕННОСТНОГО И СМЫСЛОВОГО ПРОСТРАНСТВА В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ

Приходится констатировать, что мы опять живем в эпоху стирания граней, теперь уже между высокой культурой и масскультурой. Многие понятия культуры и даже само понятие «культура» изменяют ценностное содержание.

Из существующих более двухсот определений слова «культура» большинство носит возвышенный, духовный характер. Но сегодня прежнее, романтическое понятие «культура» эволюционировало. К 1990-м годам идея о том, что высокая культура является некой высшей реальностью, а люди, которые ее создают, — высшими существами, изжила себя. Старое значение слова «культура» — нечто ортодоксальное, доминирующее и возвышенное — уступило место антропологическому, в духе К. Леви-Строса значению: характерная деятельность любой группы людей (культура электронной почты, культура спора, культура рэпа). Все эти культуры не имеют при этом ничего общего с высокими ценностями цивилизованного мира⁴.

² Заведующая кафедрой социологии, политологии и права Сибирского государственного индустриального университета, доктор культурологии, кандидат технических наук, доцент, почетный работник высшего профессионального образования РФ. Автор более 150 научных публикаций, в т. ч.: «Наука в интерьере культуры», «Научно-культурная демаркация: проблема и предпосылки ее решения», «Применение структурно-функционального анализа при исследовании проблем модернизации экономики РФ», «Вопросы образования и науки современной высшей школы», «Особенности языка в современном социокультурном пространстве и личностном измерении» и др. Член редакционного совета журнала «Культура и цивилизация».

³ Доцент кафедры иностранных языков Сибирского государственного индустриального университета. Автор 30 научных публикаций, в т. ч.: «Феномен креативности в наукоискусстве» (в соавт.); «Культурологический анализ особенностей и динамики процессов в области языкознания» (в соавт.), «Глобализация как состояние современной культуры» (в соавт.), «Сравнительный анализ содержания понятий и механизм трансляции их культурных смыслов в разные сферы человеческой деятельности», «Особенности языка в современном социокультурном пространстве и личностном измерении» (в соавт.)

⁴ Молчанова Г. Г. Синергия как основной типобразующий параметр современных языковых и межкультурных инноваций // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. № 4. С. 11.

Доказано, что ценности представляют собой центральную категорию культуры. Дж. Сибрук первым отметил, что «старые культурные арбитры, задача которых была в том, чтобы определить, что “хорошо” в смысле “имеет ценность”, заменялись новыми, для которых “хорошо” означало “популярно”... Мощный тектонический сдвиг произошел в понятии культуры как статуса — от аристократической иерархии “высокого” (highbrow) и “низкого” (lowbrow) к масскультурной модели “ноубрау”. Сегодня мы наблюдаем стирание граней между “высоким” и “низким”, между highbrow и lowbrow. Приход культуры nobrow означает, что старые различия между высокой культурой аристократии и коммерческой культурой масс уничтожены и на их месте возникла иерархия “модности”.

Ноубрау не является культурой, лишенной иерархии, но... в ней своя элитарность — иерархия того, что модно⁵.

Ценности, состоявшие в том, чтобы избежать низших форм коммерческой культуры, были заменены на другие: идти на разумный компромисс с этой культурой. Писать на коммерческие злободневные темы, стараться привлечь внимание публики, создавать скандалы, пытаться увеличить тираж любой ценой стало теперь нормой. Массовый рынок, бывший когда-то врагом художника, начал приобретать некую целостность, став подлинно народным выражением предпочтений аудитории. В мире относительных вкусов популярный хит обладал тем, чем идеалы качества не обладали. «Этому во многом способствует то, что уже выросло и сформировалось новое поколение, новая аудитория, для которой разницы между рынком и культурой практически не существует... Это поколение, выросшее на кабельном телевидении и новых фильмах, кормили культурой, которая была в большей степени ориентирована на рынок, чем культура старших поколений. Сегодня маркетолог сидит у молодых внутри... Они делают свое искусство, имея внутри некий маркетинговый барометр. Художник превратился в маркетолога,

⁵ Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М., 2005.

артист — в чиновника: крайняя форма вертикальной интеграции»¹. Дух творчества начинает бесследно исчезать.

Исторически переход от противопоставления «высокой» (highbrow) и «низкой» (lowbrow) культур к культуре *poprow* объективно закономерен, как закономерна смена культурных парадигм от моностилистической к полистилистической. Как показывают исследования многих авторов, исторически моностилистическая культура постепенно сменяется полистилистической, на уровне познавательной деятельности это коррелирует со сменой «эволюционной» парадигмы парадигмой «плюралистической» (Т. Кун), на коммуникативном уровне — сменой «гуманитарной» культуры культурой «мозаичной» (А. Моль), на культурологическом — переходом от противопоставления культур *highbrow/lowbrow* к культуре *poprow* Дж. Сибрука. При этом наиболее характерной приметой полистилистической культуры становится не «исключение», а «включение» в себя всевозможных культурных феноменов, что можно обозначить как установку на «культурную терпимость»². А толерантность крайне востребована в современном социуме.

Рассматривая искусство в системе культуры, следует обратить внимание на присущее ему множество свойств, качеств, черт, сторон, функций, которые составляют совокупность отличительных признаков искусства от других сфер культуры, то есть его специфику. Искусство как специфическое общественное явление представляет собой сложную систему, структура которой характеризуется единством принадлежащих ему функций. Благодаря этим функциям искусство выступает и как средство общения людей, и как источник эстетического наслаждения, и как способ воспитания индивида на основе той или иной системы ценностей. Кроме этого, ценности — это определяемое социальными обстоятельствами многоаспектное явление, имеющее четко заданный культурный смысл, включающий позитивную или негативную оценку мира в его широком значении³. Ценности общества включают ценности идеологической, политической, духовной направленности. По содержанию это господствующие в обществе идеи, идеалы, нормы, требования, являющиеся для большинства граждан предпочитаемыми и обязательными.

Отметим, что ценности искусства в разные эпохи были и есть различные. В эпоху Возрождения — это новое понимание природы и окружающего мира, культ разума и знаний, представления о новой роли человеческой личности, идеи благородства и добродетели, новое понимание любви и красоты и т. д. Не случайно поэтому в XIV–XV веках появляется идеал — универсальный человек, высокоодаренный в разных областях творчества.

Что касается современных художников, то их уже не интересует ни содержание, ни материалы и прочее,

поэтому в традиционную живопись художники поп-культуры начинают внедрять инородные элементы — обломки гипсовых изображений, детали машин и т. д. Появляются поп-скульптуры, объекты, ассамбляжи, инсталляции, в которых используются самые разные материалы, в том числе и в большом количестве вещи, бывшие в употреблении, то есть содержимое мусорных ящиков, помоек и свалок. Часто создаются композиции из упаковочного картона, тары потребительских товаров и тому подобных материалов. Творцы поп-арта не ограничиваются только двумерными или статическими произведениями, они создают энвайронменты (поп-арт-пространства) и поп-артистические действия — перформансы, хэппенинги и т. д. Последние особенно характерны для представителей американского поп-арта.

По своему духу и внутренней ориентации поп-арт вошел в историю культуры все-таки как продукт американской индустриально-потребительской цивилизации. Именно в США он достиг необычайного размаха и был признан в художественных кругах в качестве влиятельного движения в искусстве второй половины XX века, хотя по манере исполнения и типам артефактов художники сильно отличаются друг от друга, что демонстрирует их глубинную принадлежность к пестрой и стандартизированной повседневности массового общества, в котором все ориентировано на массовое потребление...⁴

Сегодня традиционные искусства (включая такие молодые, как фотография и кино) практически исчерпали свои изобразительно-выразительные возможности. Здесь практикуют теперь бесконечные повторы, модификации, музейно-обывательские интерпретации, коммерческое тиражирование и тому подобное, новые (вероятнее всего, это будут уже искусства, основанные на электронных носителях) еще не сформировались или находятся в зачаточном состоянии. Пока более-менее отчетливо видны три основные сферы, в которые трансформируются традиционные искусства под влиянием научно-технического прогресса: 1) организация всеобъемлющей среды обитания человека; 2) шоу-бизнес; 3) виртуальное искусство в сетях электронных коммуникаций. В каждой из них они утрачивают свою новоевропейскую сущность «изящных искусств», то есть более-менее автономных видов искусств «станкового» характера, обладающих в первую очередь эстетической функцией, образно-символической организацией и ориентированных на возведение реципиента (как правило, индивидуального) к некоему первообразу (идеальному или материальному). Новые сферы культуры, возникающие на основе трансформации (или замены) традиционных искусств, идут по пути объединения или даже синтеза всевозможных элементов психоэмоционального воздействия на «массового» человека, то есть на индивида, включаемого актом восприятия (или соучастия) в определенную психомоторную систему массовой коммуникации⁵.

¹ Сибрук Дж. Указ. соч. С. 131.

² Лотман Ю. М., Успенский Б. А. Роль дуальных моделей в динамике русской культуры (до конца XIX века) // Учен. зап. Тартуского гос. ун-та. 1977. Вып. 414. С. 36.

³ Мартыненко Н. Д. Специфика искусства и его социализирующее воздействие на личность // Вопросы культурологии. 2007. № 7. С. 48.

⁴ Анохина Н. К. Наука в интерьере культуры. Кемерово, 2006. С. 151.

⁵ Бычков В. В. К историософии современного искусства (Дескриптивно-лексикографический срез) // Пространства жизни: К 85-летию Б. В. Раушенбаха. М., 1999. С. 364.

Самые эффектные образцы science-art, которые сейчас «модны», можно обнаружить в био-арте, в который, кроме биологии и микробиологии, входят художественные эксперименты в области генетики и экологии, проекты с использованием растений и животных, а также различные медицинские манипуляции с человеческим телом. В качестве примера можно привести известный проект Стеларка «Третье ухо», в рамках которого художник осуществил пересадку дополнительного уха в собственное правое предплечье. Конечно, слышать это ухо не может, но с имплантированной гарнитурой Bluetooth у него появляются другие, неожиданные для этого органа функции. Технология вживления в тело по принципу симбиоза порождает новые смыслы и толкования, новые приемы исследований, которые прежде были неприемлемы или непостижимы одним только

воображением¹. Подобные «модные» произведения формируют соответствующие ценности.

Заметим, что знакомство с высокохудожественным произведением искусства нередко приводит к более глубокому пониманию устройства мира. Возможно, эмоциональное состояние человека при просмотре такого произведения делает его чувство, а следовательно, и мысль более сильной и высокой, а творческую идею — менее субъективной, формируя соответствующие ценности. А некоторые произведения современного искусства, которые сейчас «модны» (например, science-art, поп-арт), вряд ли способны выполнять гедонистическую или воспитательную функции, поскольку в их предназначении лежит маркетинговое начало, а следовательно, и соответствующие ценности, то есть другая деятельность порождает другие смыслы.

¹ Булатов Д. Наука — последнее табу в современном искусстве // Искусство. 2009. № 4–5. С. 56.