

# ПЛЮРАЛИЗМ ТЕНДЕНЦИЙ РУССКОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА XXI ВЕКА

## PLURALISM OF TRENDS RUSSIAN ART OF THE XXI CENTURY

*Mu Ke*

*Summary.* the subject of the study in this article is the pluralism of trends in contemporary art in Russia in the context of the development of world art culture. Also, attention is focused on the features of the directions of the domestic modern fine arts with the specificity of pluralistic views of artists in the early XXI century.

The aim of the work was the need to expand the existing knowledge of pluralism as a philosophical direction in contemporary Russian art, projecting its view on the challenges of globalization, sociocultural problems of society, philosophy, semiotics of culture and art, the development of new technologies, the Internet.

*Keywords:* Pluralism, contemporary art, Russia, XXI century, pop art, exhibitions, art scene, social art, artist-designer, mass information.

*Mu Kэ*

*Аспирант, Московский государственный академический художественный институт имени В. И. Сурикова  
Ke.mu@yahoo.com*

*Аннотация.* Предметом исследования в настоящей статье является плюрализм тенденций современного изобразительного искусства России в контексте развития мировой художественной культуры. Также внимание сосредоточено на особенностях направлений отечественного современного изобразительного искусства со спецификой плюралистических взглядов художников в начале XXI столетия.

Целью работы стала необходимость расширить существующие знания о плюрализме как философском направлении в современном российском изобразительном искусстве, проектируя свой взгляд на вызовы глобализации, социокультурные проблем общества, философию, семиотику культуры и искусства, развитие новых технологий, интернет.

*Ключевые слова:* Плюрализм, современное искусство, Россия, XXI век, поп-арт, выставки, арт-сцена, социальное искусство, художник-дизайнер, массовая информация.

**И**зобразительное искусство России XXI века тесно связано с развивающимися направлениями творческой практики, научными исследованиями и публикациями, что делают его невероятно динамичной областью обучения. В новом тысячелетии резонировали многие важные темы и «вдохновляли новые мыслительные и научные дискуссии, например, касающиеся критической теории, известной как реляционная эстетика» [3]. Другие темы, широко обсуждаемые в конце XX века и также «подтверждающие плюрализм тенденций развития русского изобразительного искусства, остаются жизненно важными для анализа искусства и визуальной культуры XXI века» [1, с. 150–151]. В том числе обозначенное касается семиотики искусства, постмодернизма и феминизма.

Изобразительное искусство XXI века выходит из самых разных материалов и средств. К ним относятся новейшие электронные технологии, такие как цифровая визуализация и Интернет; знакомые жанры с давней историей, которые продолжают практиковаться с большой силой (например, живопись); материалы и процессы, когда-то связанные, прежде всего, с ремеслами, вновь возрождаемые для выражения новых творческих концепций.

Многие художники регулярно и свободно смешивают средства массовой информации и художественные формы (например, в рекламе) [6], делая выбор, который наи-

лучшим образом соответствует их концепциям и целям. Их деятельность варьируется от впечатляющих проектов, выполненных с огромными бюджетами и необычайными производственными ценностями, до скромных усилий, которые подчеркивают творческий процесс, опыт и подходы. «Понятие влияния искусства на культуру также трансформировалось в связи с изменениями в коммуникациях и технологиях» [7, с. 373–374].

Как известно, еще 1950–1960-х годах активно разрабатывались новые стратегии и идеи касательно возможности увеличения эффективности рекламных кампаний. Для создания успешной креативной рекламы начали применять творческий подход, вследствие чего вырос ее творческий потенциал, а рост конкуренции на рекламном рынке заставил создателей рекламного продукта разрабатывать все более изощренные способы его актуализации. Поп-арт, например, дал рекламе очень многое. Самое главное — появление нового ощущения бренда, торговой марки, он также задал тон в понимании того, что именно имя и торговая марка являются самой важной ценностью продукта. Она является более важной, чем само качество продукта, поэтому именно марку, лейбл нужно делать узнаваемой и популярной.

Эта идея является основной в поп-арте и сегодня, так как большая часть продуктов массового потребления,

которые используются в картинах данного направления, не близки. Они принадлежат к продукции конкретной компании.

Между художественным стилем поп-арт и самой рекламой существует неразрывная связь, несмотря на то, что у представителей поп-арта нет прямой цели продать товар. Поп-художники могли и могут сейчас иронизировать по поводу рекламных образов. Очень часто они их видоизменяют, даже делают пугающими и отталкивающими. Тем не менее, именно образы рекламы лежат в основе эстетики и философии поп-арта.

«Поп-арт — первый и единственный стиль, который пользовался языком рекламы для создания художественных произведений» [13, с. 12–13]. Художественно-оформительская работа также может стимулировать эмоции. Например, цвет мотивирует потребителей к разным действиям в зависимости от их культурного уровня и личного опыта. Поп-арт помогает рекламе убеждать, мотивировать людей к определенному действию или выработке отношения к рекламной компании, создающей новые мифы и героев. Креативная история или персонаж придавали продукту уникальную идентичность в коллективном сознании, что обеспечивало востребованность товара. «Соединяя высокое и низкое, эlegantное и небрежное, элитарное и массовое, величественное и приземленное, поп-арт навсегда изменил современное искусство» [10].

В контексте выше озвученного, возникает необходимость в перспективе изучить роль дизайнера в процессе дизайн-проектирования современного рекламного плаката. Профессиональный дизайнер должен владеть творческими способностями, потому что ручная графика способна сделать маркетинговый плакат наиболее живым и выразительным. Их изюминка также заключается в том, что растровая графика позволяет сделать изображение хоть какой трудности с возможностью использования обычных средств графики и живописи (кисть, карандаш, краски, пастель, акварель и тому подобное), использовать разные эффекты и редактировать различные изображения, в том числе и фото.

В каждой стране по всему миру существуют творческие личности, которые отвечают за сохранение традиций местных географических регионов и истории, а также за влияние глобальной визуальной культуры на национальную культуру и, в частности, изобразительное искусство. Ключевой особенностью арт-сцены в XXI веке (и многих секторов жизни в третьем тысячелетии) является влияние глобализации — ускоряющаяся взаимосвязь человеческой деятельности и информации во времени и пространстве [13, с. 37].

Благодаря интернету и средствам массовой информации, осознание жизненной силы современного искусства в населенных пунктах земного шара возросло. Любой, кто имеет доступ в Интернет, может следить за творческими событиями в любой точке мира. Одновременно увеличилось движение художников через границы и океаны, что усилило процесс смешения творческих взаимовлияний и художественной терминологии. Ученые, в свою очередь, объясняют смысл и последствия глобализации для развития русского изобразительного искусства [11].

Что касается непосредственно взаимосвязи глобализации и искусства, то практика деятельности в России, Азии, Африке, на Ближнем Востоке и в других местах бросает вызов традиционным предположениям и оценочным суждениям, которые лежат в основе национального канона [8, с. 72–76]. Возникают также вопросы о том, прослеживается ли переосмысление этого национального канона представителями как творческой, так и научной среды? Как кураторские выставки, посвященные темам глобализации, представляют художников из разных уголков мира? [8, с. 74].

При этом уже можно констатировать, что расширяющийся арт-рынок и распространение биеннале и арт-ярмарок помогли избранной группе художников со всех континентов получить международное признание. Но в этом случае необходимо изучить, изменилась ли бы структура и ценности арт-рынка? [8, с. 75].

Что касается визуальной культуры, то необходимо отметить, что в XXI веке визуальная культура выросла как признанная междисциплинарная область обучения, применяя многогранный подход к пониманию того, как изображения всех типов соединяются и участвуют в построении отношений идентичности, пола, класса, власти. Медицина, наука, политика, потребительская культура, религия и духовность — это некоторые из тех областей, которые изучают визуальную культуру наряду с искусством. Исследователи визуальной культуры анализируют фильм, телевидение, графические работы, дизайн одежды и другие формы популярной культуры в дополнение к установленным средствам изобразительного искусства, таким как живопись. При этом они используют множество методологий и теорий, включая семиотику, социологию, психоанализ.

Подобно тому, как ученые по визуальной культуре изучают изображения и средства массовой информации всех типов, художники XXI века рисуют вдохновение, образы, материалы и концепции из разных областей культуры, выходят за рамки влияния истории изобразительного искусства и дизайна.

Большинство современных художников не изображают жестких различий между высоким искусством и популяр-

ной культурой. Например, ряд современных художников используют традиционные методы волоконного искусства, но используют их для создания неортодоксальных форм или решения текущих социальных и политических проблем.

Многие художники XXI века глубоко вовлечены в процесс погружения в глобальную визуальную культуру, которая теперь ярко проявляется через сети Интернета. Многие художники поддерживают персональный сайт, а некоторые создают искусство для распространения через социальные сети. Как всегда, новые технологии предоставляют новые возможности. И в данном случае необходимо отметить, что эти возможности очень удобны и полезны.

Интерес вызывают также публичное и коллективное искусство [9]. Общественное искусство было устоявшимся жанром уже к концу XX века, привлекая внимание как традиционных, так и экспериментальных практиков. Общественное искусство в XXI веке расширилось еще больше как область деятельности, в которой могут проводиться творческие исследования. В дополнение к постоянным знакомым формам, таким как памятники, фрески, граффити и сотрудничество между художниками, инженерами и архитекторами, общественное искусство включает в себя новые цели, формы и места, учитывая новые художественные магазины, уличные парады и онлайн-игры проекты.

Явная тенденция в XXI веке — это искусство, которое является основополагающим, в котором социальное взаимодействие, вызванное работой, становится его содержанием [5, с. 37–42]. Часто называемое реляционным искусством, произведение буквально привлекает общественность каким-то образом. Например, Карстен Хёллер установил гигантские слайды в музеях, чтобы посетители могли спуститься вниз, а Риркрит Тиравани приготовил тайскую еду и подал ее в галерею.

Художники, привлеченные непосредственностью и связностью всемирно сетевых медиа, часто создают онлайн-проекты, которые приглашают к социальному взаимодействию. Реляционная эстетика развивалась (и оспаривалась) как критическая теория для анализа и оценки таких начинаний. Ключевым вопросом в этой дискуссии является вопрос: в какой степени физические произведения реляционного искусства (например, такие как слайды Хёллера [14]) оцениваются с эстетической, а также социальной точки зрения.

Ценности и направленность русского изобразительного искусства XXI века пока что находятся в начальной стадии. Пока только видны отголоски постмодернистской традиции, а художественное течение подчеркивает развитие методов по форме и оригинальность в технике испол-

нения. Но есть также уникальные характеристики XXI века, такие как растущая художественная значимость социально-политического сознания и последствия глобализации для искусства.

Современное художественное проектирование представляет собой многослойный процесс включения искусства в социальную жизнь общества. В прежние времена представление о художественном творчестве имело, в основном, прикладной смысл. Это означало, что искусство было направлено на определенные слои общества, которые и формировали его ценность, качество и социальную значимость. Например, декоративное искусство обычно связывали с ремесленными мастерскими, с традициями этих мастерских, опытом и символикой, вырабатываемых поколениями династий, связанных цеховым братством. Живопись, создаваемая на заказ, являлась уникальным продуктом творчества единственного мастера, который учитывал вкусы заказчиков, то есть работал в области элитарного искусства. Для среднего слоя потребителей искусства существовали менее именитые художники, а также печатники и фотографы, способные предложить не слишком дорогой продукт. Идеи продвижения искусства в массы получили социальную окраску в середине XIX века, когда группа художников Передвижников предложила свое творчество в виде передвижной выставки в разных уголках России.

В современном информационном обществе такая акция, как выставка Передвижников, потерялась бы в массе разнообразных реальных и виртуальных проектов. Обладая интернациональным языком, искусство отрабатывает семантику ощущений окружающего мира, подчас лишая этот процесс необходимости вербальной интерпретации. В искусстве постепенно исчезает идея социального расщепления, напротив, стало более важным формировать некие универсальные художественные коды, которые могли бы быть расшифрованы так же, как считываются жаргоны в блогах. Эта визуальная «аббревиатура», сопровождаемая шлейфом ассоциаций, включает в себя массу социальных штампов, которые усваиваются современными художниками с таким же пристрастием, с каким дизайнеры, работающие в рекламе, отслаивают наиболее типологические и емкие социальные образы.

Это не значит, что все искусство живет по одному сценарию. В нем продолжают существовать жанры, виды и направления. Однако все чаще художники стремятся разрушить традиционное академическое деление на жанры, которое приковывало их жесткими рамками к тому или иному цеху.

Ценность художественного мышления возрастает, когда художники становятся соавторами ученым в чисто научных проектах. Там, где требуется неординарное ху-

дожественное мышление, оно способно сложную и неповоротливую научную идею направить в парадоксальное русло, предложив ей некое социальное применение или просто оригинальный облегченный контекст. Опыт сотрудничества ученых и художников обрел новую актуальность в середине XX века, когда процесс исследования новых технологий был делом исключительно закрытых научных лабораторий.

Человеческая открытость искусству является по-настоящему уникальной. Художественное восприятие, талант, чувство обязательно отзывается в человеке, отвечает на сокровенные запросы. Так срабатывает стремление к совершенству, являющееся побуждением человеческого саморазвития, выраженного, по мнению И. Г. Хангельдиевой, также и в эстетической природе искусства [12, с. 19–32].

В мире художественного, как считает Ю. Б. Борев, «где над человеком не властны обстоятельства жизни, эстетическая природа искусства по-настоящему расправляет крылья, получая возможность свободной реализации» [2]. Следовательно, погружаясь в воображаемую действительность, где реальные жизненные коллизии превращаются в другой род бытия, она мобилизует все свои внутренние силы — от эмоционально-мотивационных к действенно-волевым. И в этом случае, подтверждает В. В. Бычков,

«переход действительного в воображаемое с его последующей трансформацией в составляющую личного бытия осуществляется благодаря художественному образу — посреднику между двумя мирами: художественным и реальным» [4].

Сегодня художники продолжают привлекать ученых инженеров к своим проектам тогда, когда сами не могут справиться с идеями, требующими сложного программирования и программного обеспечения, которым художники не обладают. При этом работа в области медиа технологий дает художникам специфические знания, позволяющие им воплощать в творчестве многослойные идеи. Эти идеи включают ту самую сенсорную «аббревиатуру», воспринимаемую из окружающего мира, которая воплощается в художественные образы, способные нести, кроме того, глубокую эстетическую ценность. Но вопрос о художественных ценностях кажется весьма субъективным, так как каждый человек представляет их по-своему.

Поскольку сегодняшний мир эклектичен, искусство также потеряло единственный стилистический стержень, на который бы «наназывалось» любое художественное явление. Именно этот факт и свидетельствует о плюрализме тенденций развития русского изобразительного искусства XXI века.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодрийяр. — М.: Культурная революция; Республика, 2006. — 269 с. — С. 150–151.
2. Борев Ю. Эстетика / Ю. Б. Борев. — М.: Высшая школа, 2002. — 511 с.
3. Буррио Н. Реляционная эстетика. Постпродукция / Н. Буррио. — М., 2016. — 216 с.
4. Бычков В. Эстетика / В. В. Бычков. — М.: Гардарики, 2002. — 556 с.
5. Виноградова П. Искусство XXI века, как часть модной индустрии / П. Г. Виноградова // Искусство в XXI веке: сб. ст. / С.-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств; под общ. ред. Ю. И. Арутюнян. — СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2012. — 184 с. — (Труды СПбГУКИ; т. 192) (Scientiaartis = Наука искусства; вып. 4). — С. 37–42.
6. Живопись в рекламе [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://videoforme.ru/blog/2013/03/17/zhivopis-v-reklame>; <http://xvastunishka.info/blog/43839740893/ZHivopis-v-reklame> (дата обращения — 5 июня 2017 года)
7. Жевак А. Современное искусство и масскульт: к постановке вопроса [Текст] / А. И. Жевак // VI Российский философский конгресс. Философия в современном мире: диалог мировоззрений. Т. 1. — Нижний Новгород, Изд-во ННГУ. — 2012. — С. 373–374.
8. Жевак А. Современное искусство и масскульт: к постановке вопроса [Текст] / А. И. Жевак // VI Российский философский конгресс. Философия в современном мире: диалог мировоззрений. Т. 1. — Нижний Новгород, Изд-во ННГУ. — 2012. — С. 72–76.
9. Искусство и публичная сфера: МивонКвон о четырех стратегиях паблик-арта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://special.theoryandpractice.ru/miwon-kwon> (дата обращения — 07 июня 2017 года)
10. Поп-арт как стиль в живописи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://artrecept.com/zhivopis/stili/pop-art> (дата обращения — 05 июня 2017 года)
11. Сулова Т. И. Глобализация: к вопросу идентичности русской культуры [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130865/> (дата обращения — 06 июня 2017 года)
12. Хангельдиева И. Расширение эстетического в современной культуре / И. Г. Хангельдиева // Философия современного искусства. Международная конференция VI ОМЭЖ. — Москва: МГУ имени М. В. Ломоносова, ноябрь 2014. — С. 19–32.
13. Хоннеф К. Поп-арт / Клаус Хоннеф; УтаГросеник (ред.); [пер. с нем. Т. А. Граблевской]. — М.: Taschen: АРТ-Родник, 2005. — 95 с. — С. 12–13.
14. 9 самых впечатляющих слайд-гор, прокатиться с которых не против даже взрослые. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.novate.ru/blogs/200217/40166/> (дата обращения — 07 июня 2017 года)