

УДК 7.036; 316.77

В. М. Ривліна

Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара

РОЛЬ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА ЯК ОСОБЛИВОГО ТИПУ КОМУНІКАНТА

Розглянуто специфіку сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта. Охарактеризовано існуючі наукові підходи до комунікативної складової сучасного мистецтва, виявлено особливості передачі соціальної інформації його засобами. Окреслено позитивні та негативні моменти розвитку сучасного мистецтва як певного виду міжкультурної комунікації.

Сучасне мистецтво, соціальна комунікація, масова культура, поп-арт, актуальне мистецтво

Сучасне мистецтво являє собою величезний сегмент розвитку культури, є віддзеркаленням бачення творцями нинішньої соціальної ситуації, універсальним механізмом передачі інформації засобами живопису, фотографії, музики театру тощо.

Сьогодні проблемам розвитку сучасного мистецтва присвячено багато наукових досліджень у галузі культурології та соціології. Проте не всі вони розкривають функції сучасного мистецтва як комуніканта на культурному та соціальному рівнях. Комунікативна функція мистецтва, з нашої точки зору, полягає в передачі первісного творчого образу в соціальний простір з приділенням уваги актуальним проблемам і загальному стану розвитку суспільства. Безумовно, сучасне мистецтво не позбавлене економічного та соціально-економічного підґрунтя, має певні риси «ринковості», мусить задовольняти або формувати попит на певні течії, створювати нові галузі творчості.

На наш погляд, нині актуальним є аналіз сучасного мистецтва саме з позиції його комунікативної функції, виявлення механізмів і засобів комунікативного впливу мистецтва та соціуму, переваг і недоліків сучасного мистецтва як комуніканта.

Метою даної статті є визначення ролі сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта.

Аналіз наукової літератури дає можливість виділити декілька концептуальних підходів до визначення мистецтва: філософсько-культурологічний (А.І. Арнольдov, І.Г. Гердер, П.С. Гуревич, М.С. Каган, П. Козловські, А. Кребер, К. Клакхон, В.І. Поліщук, Е. Тайлор, Е.С. Маркарян, В.М. Межуєв, Т.М. Ойзерман, Є.Ф. Попов, О.В. Резасєв, Е.В. Соколов, Е.М. Фаустова, Л.А. Уайт), соціо-

логічний (В.І. Бегінін, Ю.Л. Давидов, Г.В. Дильнов, В.А. Ліствін, В.П. Стьопін, Я. Щепанський), психолого-педагогічний (В.І. Андрєєв, О.С. Газман, Н.Б. Крилова, О.О. Вербицький, С.І. Гессен, В.С. Грєхнєв, В.А. Кан-Калик, А.В. Мудрик, О.М. Фаустова, О.О. Леонтєв), лінгвістичний (В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, А.М. Гвоздьов, Б.А. Головін, В.Є. Гольдін, С.І. Ожегов, Л.В. Щєрба, М.О. Фасєнова), управлінський (Альвесон, Шакман, Снайдер, Вілкінс та ін.).

З погляду філософсько-культурологічного підходу, у найбільш широкому і первісному значенні мистецтво є щось, створене людиною: передбачає використання, удосконалення, свідоме виділення того, що людина знаходить стихійно виниклим у навколишній природі, суспільних відносинах, у собі. У такому розумінні мистецтва відображаються його сутнісні риси.

Мистецтво часто розглядається як компонент соціального життя, що відбивається в мові, поведінці, ритуалах і міфах тієї або іншої групи людей. Таке розуміння зародилося в антропології, яка вивчає історично зумовлені особливості народів, що відрізняють їх від інших, передусім спосіб мислення і ціннісні орієнтації, системи символів, традиції й ритуали. Такої ж думки в розумінні мистецтва дотримується І. С. Лінник, який вважає його «особливим специфічним способом людської діяльності, єдністю різноманіття історично вироблених форм діяльності, що відображають ступінь «олюднення» природи і міру саморозвитку людини» [4, с. 51]. Оскільки людську поведінку неможливо розглядати поза діяльністю, доречно процитувати В.І. Андрєєва, який розмірковує, що «мистецтво характеризує ступінь оволодіння тією діяльністю, про культуру якої йде мова».

Американські культурологи А. Кребер і К. Клакхон у своєму фундаментальному дослідженні, суттю якого був критичний огляд концепцій і визначень мистецтва, відзначили зростаючий інтерес до цього поняття. Перша дефініція мистецтва належить видатному англійському етнографу Едуардові Тайлору, який у 1871 р. охарактеризував її як «сукупність знань, мистецтв, моралі, права, звичаїв й інших особливостей, властивих людині як члену суспільства». За підрахунками А. Кребера і К. Клакхона, з 1871 по 1919 р. було запропоновано лише 7 визначень мистецтва, а з 1920 по 1950 р. у різних авторів вони нарахували 157 формулювань цього поняття [12, с. 58].

Науковець Н.Ю. Чупрінова вивчала механізми культурного розвитку особистості. Вона підкреслює, що особистісне мистецтво формується у всебічній діяльності: «повнота розвитку і самовизначення особистості обумовлена широтою діапазонів і змістом діяльності, а рівень мистецтва – якістю діяльності і спілкування на основі того, як практично освоєні норми спілкування, як співвідносяться ці норми з реальною повсякденною поведінкою і діяльністю в людському співтоваристві». Дослідниця відзначає, що звернення до мистецтва як якісної характеристики особистості не випадкове [11].

Сучасне мистецтво як комунікація – це процес передачі–прийняття інформації. За змістом розрізняють три типи інформації: когнітивну, що пов'язана з фактичним значенням висловлювань; індексальну, яка повідомляє

про психологічний склад комунікатора, його особистість, якості характеру, нахили, емоційний стан і тим самим дає можливість визначити його ставлення до себе та інших; регулятивну – відомості про хід взаємодії, необхідні для початку, продовження і закінчення спілкування [5, с. 25].

У структурі комунікативного процесу виділяють наступні елементи: комунікатор – суб'єкт, що передає інформацію; комунікант – суб'єкт, який приймає та інтерпретує інформацію; комунікативне поле – ситуація в цілому; власне інформація про комунікативне поле; канали комунікації – засоби передачі інформації.

Деякі дослідники розглядають комунікативний процес як послідовність комунікативних актів, кожен з яких виконує певну функцію в інформаційному обміні й лінгвістично оформляється у вигляді висловлювання [4].

Передача інформації реалізується оповідальними висловлюваннями, причому залежно від ставлення комунікатора до повідомлення (наприклад, вважає він її повністю достовірною чи ні). Висловлювання може здійснюватись у формі твердження, переконування, припущення тощо. Комунікативна дія може виконувати функцію спонукання до дії, регуляції потоку інформації, вираження наміру тощо.

Аналізуючи специфіку сучасного вокального виконавства, І.О. Трифонова відмічає що, «характеризувати діяльність вокального виконавця можна як вираження себе (своєї індивідуальності) за допомогою себе ж (власного голосу). Голосова функція як комунікативна за своєю природою може бути використана як музичний інструмент. Голосове виконання вимагає певного навчання і підготовки – самопізнання і самоусвідомлення. Але усвідомлення професійних можливостей у вокальному середовищі незмінно супроводжується їх розкриттям і розвитком: звідси саморозкриття, саморозвиток, самотворення і самовдосконалення. Мало творити себе як музичний інструмент – для сучасного творця необхідні розвиток і збагачення емоційного світу, здатність передати вигадане переживання («над вигадкою сльозами обіллюся»). Голос не може приховати справжню емоцію, але може висловити непережиту» [10]. Грунтуючись на визначенні художньої природи співу як форми творчого самовираження, автор пов'язує даний вираз з емоційним станом співака. Розвиток цієї думки підводить до можливості вираження сутності людини за допомогою вокального мистецтва. На нашу думку, цей висновок актуальний і для всього різноманіття сучасного мистецтва як феномену комунікації.

Дослідження, проведене О.О.Лебедевим, спрямоване на аналіз виставки сучасного британського мистецтва «Newspeak: Британське мистецтво зараз», що функціонувала з жовтня 2009-го по січень 2010 року в Ермітажі. Дослідником детально розглянуто візуальний ряд виставки й особливості її експозиційного рішення, виконано образний і стилістичний аналіз ряду виставлених художніх творів. У результаті зроблено висновок, що виставка надала глядачеві унікальну можливість побачити актуальні тенденції та перспективи розвитку сучасного мистецтва. Грунтовний аналіз робіт британських митців доводить,

що сучасне мистецтво направлене на розширення міжкультурного діалогу, багато тем і проблем, окреслених у роботах зарубіжних творців, часто знаходять відображення і у вітчизняних творах, котрі, в свою чергу, також виконують певну функцію міжкультурного комуніканта [3].

Слід відмітити роботу А.Н. Тимербасвої, згідно з якою «з середини ХХ ст. художники все частіше стали створювати не твори мистецтва, а арт-об'єкти, тобто об'єкти мистецтва, речі, які являють собою не тільки цінність матеріальну, а й художню. Це творіння, в які автор вклав свої переживання, думки. Художники модернізму виводять арт-об'єкти за рамки традиційних видів і жанрів, за межі власне мистецтва в традиційному розумінні, руйнують кордони між мистецтвом і навколишньою дійсністю... У творах використовуються: парадокси; абсурдні ходи; алогічні поєднання на перший погляд неподєднаних елементів; прийоми, виконані методом складання на основі колажу – монтажу часто з далеких від традиційних для мистецтва матеріалів. Вони покликані активізувати фантазію і сприйняття найширших мас. Тому одним з головних і потужних напрямків у цей період, безсумнівно, був поп-арт (англ. *popular art* – популярне мистецтво)» [9].

Дослідження, проведене А.В. Вальковським [2], спрямоване на визначення питання актуального мистецтва як соціокультурного феномену. Науковець відмічає, що актуальне мистецтво поміщає глядача в особливу ситуацію, котра передбачає появу мистецтва, акцент якого зміщується на індивідуальний, унікальний та неповторний особистий досвід, і фізично активний і зацікавлений на відміну від класичного мистецтва характер рецепції. Активне залучення глядача в актуальному мистецтві свідчить про те, що сучасний реципієнт стає інтегральною системоутворювальною частиною твору сучасного мистецтва, його медіумом – засобом у середині роботи, без якого немислиме саме існування творів сучасного мистецтва.

А.В. Вальковським виділено кілька стратегій залучення глядача в актуальному мистецтві:

- інтерактивність – припускає взаємодію людини й арт-об'єкта;
- апропріація реципієнта – перетворення глядача в арт-об'єкт і об'єкт художніх маніпуляцій;
- співучасть – модифікація старих і поява нових соціокультурних функцій в актуальному мистецтві.

У своєму дослідженні К.Ю. Бохоров [1] аналізує проблеми співвідношення сучасного мистецтва та глобалізації. З нашої точки зору, цікавою є думка щодо взаємного впливу сучасного мистецтва та глобалізаційних процесів у світі. Автор відмічає, що сучасне мистецтво – це інструмент критичного аналізу, соціальної та політичної рефлексії, стимулюючий виникнення нових ідей, який просуває різні неконвенціональні форми, бореться з відсталістю структур зсередини, змінює різні, пануючі в суспільстві культурні стереотипи. Хоча з економічної точки зору ця діяльність не приносить підтримуючим її структурам прямого прибутку, тим не менш вона необхідна як свого роду маркетингова

стратегія, що стимулює розвиток ринку. Подібну функцію виконує політична опозиція в умовах демократії, що не допускає надмірного посилення влади й захоплення якого-небудь сегмента національного ринку та його стримування.

Автор досліджує поняття «арт-системи» як цілого комунікаційного комплексу взаємодії мистецтва та сучасних глобалізаційних процесів. Відмічає, що арт-система – це система інституцій, які забезпечують поширення мистецтва, займаються збереженням художньої спадщини, підтримкою мистецьких ініціатив, фандрайзингом і розподілом фінансування і т. д. У західно-європейському світі це вже свого роду потужна індустрія, котра дозволяє існувати мистецтву, дає йому певне місце в суспільній ієрархії і політичну значимість. Вона володіє лише частковою автономністю, оскільки залежить від дотацій держави, фінансування великих корпорацій і слідує за вектором розвитку політичної ситуації... Ефект від глобалізації передусім позначається у сфері масової культури і полягає в тому, що нехитра, скроєна за певним лекалом розважальна продукція захоплює серце, душу і розум масового споживача, готового по всьому світу до бездумної насолоди голлівудськими бойовиками, мильними операми, музичною попсою, крикливою модою і вульгарним дизайном. Якщо глобальна економічна система забезпечує циркуляцію фінансового капіталу, то поп-культура – циркуляцію масових культурних цінностей. Однак серед завдань культурної глобалізації, крім видовищно-розважальної, велике значення має й інша – критична, за яку відповідає арт-система... В умовах глобалізації арт-система, намагаючись відповідати вимогам часу, підтримує такого роду заходи, мета яких полягає не просто в ознайомленні публіки з новітніми досягненнями в галузі сучасного мистецтва, але й у налагодженні загальнопланетарного діалогу. У такому випадку подібні мегапроекти швидше за все набувають значення вершини, вінця культурно-політичних зусиль в умовах економічної і політичної глобалізації, в яку втягнуто сьогодні все сучасне людство [1, с. 4].

Отже, ми можемо погодитися з думкою дослідника, зазначивши, що сучасне мистецтво виступає певним каталізатором сучасної масової поп-культури, розважальної індустрії, яка сьогодні все більше нагадує ігровий атракціон, ніж певне культурне надбання.

Варто погодитись і з точкою зору Л.О. Соболевої [6], що у сучасному мистецтвознавстві, філософії, а також у звиклому житті людини особливої гостроти набуває проблема взаємодії мистецтва і ринку. До неї зверталось упродовж декількох десятиліть багато дослідників. Існує дві точки зору на дану проблему. Вважається, що галереї, ярмарки, фестивалі – це залучення капіталу, інвестицій у туристичний бізнес, а також частина державної політики. Аби розібратися в цьому питанні, потрібно усвідомити, що таке художній ринок. Художній ринок – це сфера економічних відносин, де твори мистецтва виступають як предмети продажу; це сфера прояву і зіставлення естетичних і художніх цінностей, ідей, проєктів, сміливих фантазій, що відображають прагнення проявитися і втриматися в динамічному середовищі постійно виникаючих ху-

дожніх пропозицій. Ринок – це місце актуалізації відносин творів мистецтва з дійсністю в даний конкретний момент її існування.

Дослідниця зазначає, що художній ринок існував уже в Стародавній Греції, а точніше було два основних елементи – художник і покупець. Зв'язок художника і споживача здійснювався через замовлення. Основні складові системи художнього ринку почали складатися в епоху Відродження. Сформувався художній ринок, де важливу роль відігравав комерційний посередник, а значимість замовлення відійшла на другий план.

Виходячи з вищесказаного, слід зазначити, що сучасне мистецтво теж якоюсь мірою орієнтоване на певний ринок, а звідси – і формування попиту на певні види та напрямки сучасного мистецтва.

Науковець А.А. Солнішкіна [7] зазначає, що одним із напрямків дослідження в сучасній соціології мистецтва є аналіз функцій мистецтва та його впливу на соціальні процеси в суспільстві. При дослідженні функцій сучасного мистецтва необхідно окреслити два ключових моменти:

мистецтво має процесуальні характеристики та виконує функції інтеріоризації, є нібито заданою програмою людського існування;

мистецтво акцентує полюси соціалізації (духовне входження у світ мистецтва) та інкультурації (звикання до цінностей).

Ми погоджуємося з даним твердженням, але вважаємо за потрібне доповнити його функцією комуніканта. Сучасне мистецтво, як комунікант, реалізує зв'язок між творчим і реальним світоглядом творця та глядача (споживача мистецтва), поєднуючи в собі різні сторони сприйняття сучасного світу. На наш погляд, воно тісніше пов'язане з часом і є постійно актуальним. Проблеми та ідеї, які творці передають у своїх роботах, так чи інакше торкаються певних аспектів соціального розвитку, внутрішнього самосприйняття представника сучасного світу. Саме тому сучасне мистецтво є інтернаціональним і, за винятком художньої літератури й театру, не потребує перекладу на іншу мову. Така крос-культурність та інтернаціональність сучасного мистецтва робить його найуніверсальнішим засобом комунікації між різними націями, народами, етносами, представниками різних культурних і соціальних прошарків суспільства. Разом з тим сучасне мистецтво не позбавлене певної економічної складової, яка часто може впливати на так звану «чистоту» комунікаційного процесу.

Отже, здійснивши аналіз існуючих наукових підходів стосовно ролі сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта, можна дійти наступних висновків:

1. Сучасне мистецтво являє собою унікальний тип комуніканта, який включає в себе різні канали передачі інформації (візуальний, аудіальний і т. ін.).

2. Сучасне мистецтво виступає каталізатором розвитку масової культурної індустрії, який засобами мистецтва формує адекватний сьогоденню образ культури споживача масової культури.

3. Важливою перевагою сучасного мистецтва як комунікативного механізму є його інтернаціональність і крос-культурність. За винятком літератури

та певних жанрів театрального мистецтва, твори нинішніх митців не потребують перекладу та адаптації, що прискорює процес передачі інформації.

4. Специфікою сучасного мистецтва є його актуальність, необхідною передумовою якої виступає його зв'язок із сучасністю: проблемами, що стоять перед суспільством, формування ідеалів і цінностей суспільного розвитку.

5. Серед недоліків сучасного мистецтва, як універсального типу комуніканта, можна відзначити його «ринкове» підґрунтя, орієнтацію на певного споживача, використання ринкових механізмів формування нових течій і тенденцій у розвитку нинішнього мистецтва, які тісно переплітаються з модою та культурою поп-арту.

Перспективними напрямками подальших досліджень у даному напрямку можуть бути:

розроблення типології та аналіз функції сучасного мистецтва як комунікативної форми;

аналіз комунікативних каналів передачі інформації засобами сучасного мистецтва;

виділення нових тенденцій і перспектив розвитку сучасного мистецтва в Україні як особливої комунікативної форми.

1. Бохоров К.Ю. Современное искусство и глобализация / К.Ю. Бохоров // Обсерватория культуры: журнал-обозрение. – 2007. – №3. – С. 44–48. 2. Вальковский А.В. Актуальное искусство как социокультурный феномен: сущность и социальные функции: автореф. дис. на соиск. науч. степ. канд. филос. наук: спец. 24.00.01 / А.В. Вальковский. – Волгоград, 2014. – 19 с. 3. Лебедев А.А. «Newspeak»: современное искусство глазами британцев / А.А. Лебедев // Искусство и образование. – 2011. – № 1. – С. 79–86. 4. Лінник І.С. Сучасне мистецтво в традиційному етнічному просторі / І.С. Лінник // Молода мистецька наука України. – Х., 2004. – № 6. – С. 49–52. 5. Скляренко Г. Сучасне мистецтво в умовах постколоніальної культури. Українська версія / Г. Скляренко // Мистецтвознавство України. – К., 2005. – Вип. 5. – С. 21–36. 6. Соболева Л.О. Искусство и рынок: матер. Всерос. студ. интернет-конф.; 23–24 апр. 2012 г. / Л.О. Соболева – Екатеринбург: РГППУ, 2012. – С. 56. 7. Солнишкіна А.А. Соціологія мистецтва: основні етапи становлення та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А.А. Солнишкіна : Socioпростір: міждисциплін. зб. наук. пр. з соціол. та соц. роботи», №1'10. – Режим доступу: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/2_7_4.pdf 8. Сущенко О. Мистецтво як об'єкт арт-маркетингу і арт-критики у сучасному суспільстві / О. Сущенко // Формування світогляду особистості та соціальне конструювання сучасного світу. – Краснодар, 2011. – С. 194–197. 9. Тимербаева А.Н. Арт-об'єкт в пространстве поп-арта : матер. Всерос. студ. интернет-конф.; 23–24 апр. 2012 г. / А.Н. Тимербаева. – Екатеринбург: РГППУ, 2012. – С. 56. 10. Трифонова И.А. Академическое вокальное искусство как социокультурный феномен: автореф. дис. на соиск. науч. степ. канд. филос. наук : спец. 24.00.01 / И. А. Трифонова. – Тюмень, 2011. – 21 с. 11. Чупрінова Н.Ю. Мистецтво як сучасний засіб боротьби з явищами соціальної ентропії / Н.Ю. Чупрінова // Вісник. – Х., 2012. – Вип. 37. – С. 149–153. 12. Kroeber A.L. Culture: a Critical Review of Concepts and Difinitions / A.L. Kroeber, C. Kluckhohn // Papers peabody Mus., 1952, 47, – № 1. – P. 181.

РОЛЬ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КАК ОСОБОГО ТИПА КОММУНИКАНТА

Рассмотрена специфика современного искусства как особого типа коммуниканта. Охарактеризованы существующие научные подходы к коммуникативной со-

ставляющей современного искусства, выявлены особенности передачи социальной информации его средствами. Описаны положительные и отрицательные моменты развития современного искусства как определенного вида межкультурной коммуникации.

ROLE OF CONTEMPORARY ART AS A SPECIAL TYPE OF COMMUNICATOR

Discusses the specifics of contemporary art as a special type of a communicant. Characterized by the existing scientific approaches to the communicative component of Modern Art, The specificity of social transmission of information by means of modern art. Identified positive and negative aspects of contemporary art as a certain kind of intercultural communication.

Стаття надійшла 27.02.2014