

СУЧАСНЕ МИСТЕЦТВО ЯК НОВІТНИЙ ТИП КОМУНІКАНТА

У статті розглянуто специфіку сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта. Охарактеризовано існуючі наукові підходи до комунікативної складової сучасного мистецтва, виявлено специфіку передачі соціальної інформації засобами сучасного мистецтва. Розкрито позитивні та негативні моменти розвитку сучасного мистецтва як певного виду міжкультурної комунікації. Відображено зміни, які виникли в контексті нових медіа і, як наслідок, вплинули на культурний контент сучасного медіапростору.

Ключові слова: сучасне мистецтво, соціальна комунікація, масова культура, поп-арт, актуальне мистецтво.

I. Вступ

Сучасне мистецтво являє собою величезний сегмент розвитку культури і є віддзеркаленням сучасної соціальної ситуації в тій чи іншій державі, а також універсальним механізмом передачі інформації такими засобами, як живопис, фотографія, музика, театр, кінематограф тощо.

Сьогодні проблемам розвитку сучасного мистецтва присвячена значна кількість наукових досліджень у галузі культурології та соціології. Але не всі вони розкривають розмаїття функцій сучасного мистецтва як комуніканта на культурному та соціальному рівнях. Комунікативна функція мистецтва, на наш погляд, являє собою механізм передачі первісного творчого образу в соціальний простір, звертаючи увагу на актуальні проблеми та загальний стан розвитку суспільства. Безумовно, сучасне мистецтво не позбавлене економічного та соціально-економічного підґрунтя. Як і традиційне, воно має певні риси «ринковості», має задовольняти або створювати попит на певні течії, формувати нові, досі не розкриті галузі творчості.

Тому сьогодні актуальними є аналіз сучасного мистецтва саме з позиції його комунікативної функції, визначення механізмів та засобів комунікативного впливу мистецтва на соціум, виявлення переваг і недоліків сучасного мистецтва як комуніканта.

II. Постановка завдання та методи

Метою нашого дослідження є визначення ролі сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта.

Основою дослідження є інформаційний, аксіологічний, культурологічний, системний, діяльнісний підходи. Використано такі методи: аналізу, синтезу, узагальнення – для визначення сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта; моделювання – для побудови моделі актуального мистецтва як соціокультурного феномену за допомогою аналізу сучасного мистецтва саме з позиції його комунікативної функції, виявлення механізмів та засобів комунікативного впливу мистецтва на соціум, а також переваг і недоліків сучасного мистецтва як комуніканта.

III. Результати

Широкий погляд на мистецтво пов'язує його функціонування в соціумі із цілим рядом суспільних ролей: гуманізація та самореалізація особистості, рецепція й творча трансформація соціальних процесів, діалогізація суспільних зв'язків, сублімація стихійних ірраціональних проявів людського буття тощо.

Мистецтво часто розглядають 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, насамперед спосіб мислення й ціннісні орієнтації, системи символів, традиції та ритуали.

Такої самої позиції в розумінні мистецтва дотримується І. Лінник, який вважає її «особливим специфічним способом людської діяльності, єдністю різноманіття історично вироблених форм діяльності, що відображають ступінь «олюднення» природи і міру саморозвитку людини» [5, с. 51].

Дослідники зазвичай пов'язують мистецтво з комунікаційними процесами в соціумі. Так, М. Бахтін у цьому зв'язку розвивав свою концепцію діалогічності мистецьких творів, вказував на імпліцитну присутність у будь-якому тексті Іншого. А Ж. Гюйо писав про те, що «мистецтво є функцією суспільного організму». У комунікаційній системі мистецтва відбувається трансляція світу особистісних переживань автора-продюцента твору в рецептивний світ адресата. При цьому відбувається неодноразове кодування/декодування повідомлень, збагачення їх новими сенсами, узалежненими контекстами, фоновими знаннями та очікуваннями реципієнтів. Значний вплив на інтерпретацію й розуміння творів мистецтва справляє хронотоп – конкретний часо-

простір, у якому творить митець та сприймає створене реципієнт. Справедливим буде сказати й про те, що мистецтво не просто відображає дійсність, а займає щодо неї певну позицію. Кожен з митців користується власною оптикою щодо рецепції світу.

Зокрема, Н. Чупрінова досліджувала 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». Автор наголошує, що звернення до мистецтва як якісної характеристики особистості не випадкове [12, с. 149–153].

Сучасне мистецтво як комунікація – це процес передачі-прийняття інформації. За змістом розрізняють три типи інформації: когнітивна – пов'язана з фактичним значенням висловлювань; індексальна – повідомляє про психологічний склад комунікатора, його особистість, якості характеру, нахили, емоційний стан і тим самим дає можливість визначити його ставлення до себе та інших; регулятивна – про хід взаємодії, необхідна для початку, продовження й закінчення спілкування [8, с. 25].

Дослідник В. Буряк, посилаючись на І. Васильєву, виокремлює в структурі комунікативного процесу такі елементи: комунікатор – суб'єкт, що передає інформацію; комунікант – суб'єкт, що приймає інформацію та інтерпретує її; комунікативне поле – ситуація в цілому; власне інформація про комунікативне поле; канали комунікації – засоби передачі інформації [2].

Деякі дослідники розглядають комунікативний процес як послідовність комунікативних актів, кожен з яких виконує певну функцію в інформаційному обміні та лінгвістично оформлюється у вигляді висловлювання [6, с. 56].

Аналізуючи специфіку сучасного вокального виконавства, І. Трифонова зауважує, що «характеризувати діяльність вокального виконавця можна як вираження себе (своїї індивідуальності) за допомогою себе ж (власного голосу). Недостатньо реалізувати себе як музичний інструмент – для сучасного творця необхідні розвиток і збагачення емоційного світу, здатність передати виражене переживання. Голос не може приховати справжню емоцію, але може висловити не пережиту» [11, с. 21]. Ґрунтуючись на визначенні художньої природи співу як форми творчого самовираження, автор пов'язує цей вираз з емоційним станом співака. Розвиток цієї думки підводить до можливості вираження сутності людини за допомогою вокального мистецтва. На наш погляд, цей висновок є також актуальним для всього різноманіття сучасного мистецтва як феномену комунікації.

Так, дослідження, проведене О. Лебедевим, спрямоване на аналіз виставки сучасного британського мистецтва «Newspeak: Британське мистецтво зараз», що проходила з жовтня 2009 по січень 2010 р. в Ермітажі. Автор детально розглянув візуальний ряд виставки, особливості її експозиційного рішення; виконав образний і стилістичний аналіз ряду художніх творів, представлених на виставці. Зрештою, О. Лебедев робить висновок, що виставка надала глядачеві унікальну можливість побачити актуальні тенденції та перспективи розвитку сучасного мистецтва. Детальний аналіз робіт британських митців доводить, що сучасне мистецтво спрямоване на розширення міжкультурного діалогу, багато тем та проблем, порушених у роботах зарубіжних творців, часто знаходять своє відображення у вітчизняних творах, які, у свою чергу, теж несуть певну функцію міжкультурного комуніканта [4, с. 79–86].

Також варто відзначити працю А. Тимербаєвої, згідно з якою із середини ХХ ст. митці все частіше стали створювати не твори мистецтва, а арт-об'єкти. Зауважимо, що арт-об'єкти, попри їх художню цінність, руйнують традиційно встановлені межі між мистецтвом та дійсністю, натомість актуалізують комунікаційну складову у взаємодії з реципієнтом. Вони інтегрують його у процес спів-творчості, спів-споглядання з творцем [10, с. 56].

Дослідження, проведене А. Вальковським, спрямоване на визначення питання актуального мистецтва як соціокультурного феномену. Він наголошує на трансформації комунікаційної функції мистецтва, його ролі в проектуванні нових форм міжособистісних відносин, що охоплюють формати «адресант-адресат» та «адресат-адресат». Ті локальні простори, що утворюються навколо творів актуального мистецтва, він називає «мікротопіями» [3, с. 19]. Ідеться про утворення середовищ, продуктивних для спілкування реципієнтів твору, та його продуцента. Характер таких відносин О. Вальковський визначає як альтернативний щодо усталених суспільних відносин. Варто також зауважити, що актуальне мистецтво дослідник називає «мистецтвом співучасті», що передбачає колективний творчий акт із рівною мірою відповідальності всіх його учасників.

Дослідник виділив кілька стратегій залучення глядача в актуальному мистецтві:

- інтерактивність – передбачає взаємодію людини й арт-об'єкта;
- апропріація реципієнта – перетворення глядача на арт-об'єкт і об'єкт художніх маніпуляцій;
- робота в русі, що припускає оказіональність творчого результату [3].

У своєму дослідженні К. Бохоров аналізує проблеми співвідношення сучасного мистецтва та глобалізації. На наш погляд, цікавою є думка автора щодо взаємного впливу сучасного мистецтва та глобалізаційних процесів у світі. Дослідник зазначає: «Сучасне мистецтво – це інструмент критичного аналізу, соціальної та політичної рефлексії, що стимулює виникнення нових ідей, що просуває різні неконвенціональні форми, що бореться з відсталістю структур зсередини, який змінює різні, панівні в суспільстві культурні стереотипи. Хоча з економічного погляду ця діяльність не дає структурам, що її підтримують, прямого прибутку, вона, тим не менш, необхідна як свого роду маркетингова стратегія, яка стимулює розвиток ринку. Подібну функцію виконує політична опозиція в умовах демократії, що не допускає надмірного посилення влади та захоплення якого-небудь сегмента національного ринку і його стримування» [1, с. 44–48].

Автор досліджує поняття «арт-системи» як комунікаційного комплексу взаємодії мистецтва та сучасних глобалізаційних процесів у суспільстві. Так, К. Бохоров зазначає, що «арт-система – це система інституцій, що забезпечують поширення мистецтва, що займаються збереженням художньої спадщини, підтримкою мистецьких ініціатив, фандрейзингом і розподілом фінансування тощо. У західноєвропейському світі це вже свого роду потужна індустрія, яка дозволяє існувати мистецтву, дає йому певне місце в суспільній ієрархії й політичну значущість» [1, с. 44–48].

Він вважає, що в умовах глобалізації арт-система може сприяти налагодженню загальнопланетарного діалогу завдяки поширенню творів мистецтва з універсальними цінностями та архетипними засадами.

Варто також навести позицію Л. Соболевої, згідно з якою «у сучасному мистецтвознавстві, у філософії, а також у звичайному житті людини особливої гостроти набуває проблема взаємодії мистецтва й ринку» [6, с. 56].

До цієї проблеми зверталися протягом декількох десятиліть багато дослідників. Існує два погляди на цю проблему. Вважають, що галереї, ярмарки, фестивалі – це залучення капіталу, інвестицій у туристичний бізнес, а також частина державної політики. Щоб розібратися в цій проблемі, потрібно усвідомити, що таке художній ринок. Ідеться про сферу економічних відносин, де твори мистецтва виступають як предмети продажу; сферу прояву й зіставлення естетичних і художніх цінностей, ідей, проектів, що відображають прагнення проявитися та ствердитися в динамічному середовищі все нових і нових художніх пропозицій. Ринок – це місце актуалізації відносин творів мистецтва з дійсністю в конкретний момент її існування.

Дослідниця зазначає, що «художній ринок існував уже в Стародавній Греції, а точніше існували два основних елементи – художник і покупець. Зв'язок художника і споживача здійснювався через замовлення. Основні складові системи художнього ринку починають створюватися в добу Відродження. У цей час сформувався художній ринок, де важливу роль відіграв комерційний посередник, а значущість замовлення відійшла на другий план» [6].

Виходячи з вищесказаного, можемо підсумувати, що сучасне мистецтво значною мірою орієнтоване на ринкове існування, а звідси й формування попиту на певні види та напрями сучасного мистецтва.

Зокрема, А. Солнишкіна слушно зазначає, що «одним із напрямів 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:

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

2) мистецтво акцентує полюси соціалізації (духовне входження у світ мистецтва) та інкультурації (звикання до цінностей)» [7].

Ми погоджуємося із цим твердженням, утім вважаємо за необхідне вказати на функцію комуніканта.

Сучасне мистецтво як комунікант реалізує зв'язок між творчим і реальним світоглядом творця та реципієнта (споживача мистецтва), поєднуючи в собі різні сторони сприйняття сучасного світу.

Сучасне мистецтво, на наш погляд, є більш тісно пов'язаним із часом, воно постійно є 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 та, 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 та соціальних прошарків суспільства.

Незважаючи на це, сучасне мистецтво також не позбавлене певної економічної складової, яка часто може впливати на так звану «чистоту» комунікаційного процесу.

IV. Висновки

Отже, аналіз існуючих наукових поглядів на роль сучасного мистецтва як особливого типу комуніканта дає змогу відзначити такі моменти:

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

2. Сучасне мистецтво набуває партисипативного характеру, змінюються відносини реципієнтів та продуцента мистецького твору, перетворюючись на співтворчість і співрецепцію. Важливу роль відіграє «ситуація створення» мистецького меседжу, спонтанність появи твору й непередбачуваність його результату.

3. Важливою перевагою сучасного мистецтва як комунікативного механізму є його інтернаціональність та крос-культурність. За винятком літератури й певних жанрів театрального мистецтва, твори сучасних митців не потребують перекладу та адаптації, що прискорює процес передачі інформації.

4. Сучасне мистецтво нівелює кордони між творчістю та реальністю. Воно стає частиною середовища побутування людини, утворює мистецькі «мікротопії».

5. Специфікою сучасного мистецтва є його актуальність, необхідною передумовою якої є його зв'язок із сучасністю – проблемами, які стоять перед суспільством, формування ідеалів та цінностей суспільного розвитку.

6. 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 сучасного мистецтва, які тісно переплітаються з модою та культурою поп-арту.

7. Форми сучасного мистецтва являють собою динамічну модель культурного процесу завдяки появі нових медіа (соціальні мережі, блогосфера, месенджери, мобільні додатки тощо).

Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути: розробка типології та аналіз функції сучасного мистецтва як комунікативної форми; аналіз комунікативних каналів передачі інформації засобами сучасного мистецтва; культурний дискурс у нових медіа; виділення сучасних тенденцій і перспектив розвитку сучасного мистецтва в Україні як особливої комунікативної форми.

Список використаної літератури

1. Бохоров К. Ю. Современное искусство и глобализация. *Обсерватория культуры: журнал-обозрение*. 2007. № 3 (май-июнь). С. 44–48.
2. Буряк В. Д. Комунікативність інформаційно-художньої свідомості: форми архітекtonіки тексту. *Наукові записки інституту журналістики*. 2002. Т. 6. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=106>. (дата звернення: 14.02.2018).
3. Вальковский А. В. Актуальное искусство как социокультурный феномен: сущность и социальные функции : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01. Волгоград, 2014. 19 с.
4. Лебедев А. А. «Newspeak»: современное искусство глазами британцев. *Искусство и образование*. 2011. № 1. С. 79–86.
5. Лінник І. С. Сучасне мистецтво в традиційному етнічному просторі. *Молода мистецька наука України*. Харків, 2004. № 6. С. 49–52.
6. Соболева Л. О. Искусство и рынок. *Материалы Всероссийской студенческой интернет-конференции 23–24 апреля 2012 г.* Екатеринбург : РГППУ, 2012. С. 56.
7. Солнишкіна А. А. Соціологія мистецтва: основні етапи становлення та перспективи розвитку. *Socioprostir : міждисциплінар. зб. наук. пр. з соціології та соціальної роботи*. 2010. № 1. URL: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/2_7_4.pdf (дата звернення: 20.02.2018).
8. Складенко Г. Сучасне мистецтво в умовах постколоніальної культури. Українська версія. *Мистецтвознавство України*. Київ, 2005. Вип. 5. С. 21–36.
9. Суценок О. Мистецтво як об'єкт арт-маркетингу і арт-критики у сучасному суспільстві. *Формування світогляду особистості та соціальне конструювання сучасного світу*. Краснодон, 2011. С. 194–197.
10. Тимербаева А. Н. Арт-об'єкт в пространстве поп-арта. *Материалы Всероссийской студенческой интернет-конференции 23–24 апреля 2012 г.* Екатеринбург : РГППУ, 2012. С. 56.
11. Трифонова І. А. Академическое вокальное искусство как социокультурный феномен : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01. Тюмень, 2011. С. 21.
12. Чупрінова Н. Ю. Мистецтво як сучасний засіб боротьби з явищами соціальної ентропії. *Вісник*. Харків, 2012. Вип. 37. С. 149–153.
13. Kroeber A. L., Kluckhohn C. Culture: a Critical Review of Concepts and Difinitions. *Papers peabody Mus*. 1952. Vol. 47. № 1. P. 181.

References

1. Bohorov, K. Y. (2007). Modern Art and Globalization. (in Russian).
2. Buriak, V. D. (2002). Communicative of Information and Artistic Consciousness: Forms of Architectonics of the Text. Kyiv. (in Ukrainian).
3. Valkovskiy, A. V. (2014). Actual Art as a Socio-Cultural Phenomenon: Essence and Social Functions. Volgograd. (in Russian).
4. Lebedev, A. A. (2011). Newspeak: Modern Art through the Eyes of the British. Moscow. (in Russian).

5. Linnyk, I. S. (2004). Contemporary Art in the Traditional Ethnic Space. Kharkiv. (in Ukrainian).
6. Soboleva, S. O. (2012). Art and Market. Ekaterinburg. (in Russian).
7. Solnyshkina, A. A. (2010). Sociology of Art: the Main Stages of Formation and Prospects of Development. Kharkiv. (in Ukrainian).
8. Sklarenko, G. S. (2005). Contemporary Art in Postcolonial Culture. Ukrainian Version. Kyiv. (in Ukrainian).
9. Suchenko, O. (2011). Art as an Object of Art Marketing and Art Criticism in Modern Society. Krasnodon. (in Ukrainian).
10. Timerbajeva, A. N. (2012). Art Object in Pop Art Space. Ekaterinburg. (in Russian).
11. Trifonova, I. A. (2001) Academic Vocal Art as a Sociocultural Phenomenon. Tumen. (in Russian).
12. Chuprinova, N. Y. (2012). Art as a Modern Means of Combating Phenomenon of Social Entropy. Kharkiv. (in Ukrainian).
13. Kroeber, A., Kluckhohn, C. (1952). Culture: a Critical Review of Concepts and Definitions. USA. (in English).

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

Рывлина В. Н. Современное искусство как новейший тип коммуниканта

В статье рассмотрена специфика современного искусства как особого типа коммуниканта. Охарактеризованы существующие научные подходы к коммуникативной составляющей современного искусства, выявлена специфика передачи социальной информации средствами современного искусства. Раскрыты положительные и отрицательные моменты развития современного искусства как определенного вида межкультурной коммуникации. Отражены изменения, которые возникли в контексте новых медиа и, как следствие, повлияли на культурный контент современного медиапространства.

Ключевые слова: современное искусство, социальная коммуникация, массовая культура, поп-арт, актуальное искусство.

Ryvlyna V. Contemporary Art as the Newest Type of the Communicant

Research methodology. *The basis of the research is informational, axiological, cultural, systemic, activity approaches. In the research, the following methods were used: analysis, synthesis, generalization – for the definition of contemporary art as a special type of communicant; modeling – to construct a model of contemporary art as a sociocultural phenomenon through the analysis of contemporary art from the position of its communicative function, the identification of mechanisms and means of communicative influence of art on the society, as well as the advantages and disadvantages of contemporary art as a communicant.*

Results. *The essence of the concept of contemporary art as a communicant and its role in shaping the world paradigm of the information society are described. Research results can be used to develop the following areas: development of typology and analysis of the function of modern art as a communicative form; analysis of communicative channels of information transmission by means of modern art; cultural discourse in new media; the allocation of modern trends and prospects for the development of contemporary art in Ukraine and in the world as a special communicative form.*

Novelty. *Conceptual model of perception of contemporary art as the newest type of communicant in modern information society, which includes: subjects of different levels (international, domestic), events (exhibitions, performances, biennial, etc.), channel of transmission (traditional media and so-called new media: social networks, blogosphere, messengers, mobile applications) and object of influence – recipients.*

The practical significance. *An actual analysis of contemporary art is carried out from the standpoint of its communicative function, mechanisms and means of communicative influence of art on the society are revealed, the advantages and disadvantages of modern art as a communicator are described. Also found that contemporary art as a communicator realizes the connection between the creative and real worldview of the creator and the recipient (consumer of art), combining different aspects of the perception of the modern world.*

Key words: contemporary art, social communication, popular culture, pop art, actual art.