

Щетинина Наталия Владимировна

ПРОБЛЕМЫ АПРОПРИАЦИИ: ЗНАЧЕНИЕ ЭСТЕТИКИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВ РЕКЛАМЫ В ИСКУССТВЕ ДЖ. КУНСА

В статье рассматривается значение эстетики массовой культуры и образов рекламы в творчестве Дж. Кунса. Научная новизна заключается в выявлении и анализе стратегии Дж. Кунса по созданию универсального языка, понятного широкой аудитории, на котором заново формулируются образы истории искусства. Автор предлагает перенести акцент с критической составляющей апроприации, что характерно для уже существующих исследований, на проблему интерпретации произведений искусства, создаваемых при помощи апроприации образов массовой культуры и рекламы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/9-2/52.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (59): в 2-х ч. Ч. II. С. 204-208. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 7.036

Искусствоведение

В статье рассматривается значение эстетики массовой культуры и образов рекламы в творчестве Дж. Кунса. Научная новизна заключается в выявлении и анализе стратегии Дж. Кунса по созданию универсального языка, понятного широкой аудитории, на котором заново формулируются образы истории искусства. Автор предлагает перенести акцент с критической составляющей апроприации, что характерно для уже существующих исследований, на проблему интерпретации произведений искусства, создаваемых при помощи апроприации образов массовой культуры и рекламы.

Ключевые слова и фразы: апроприация; Джефф Кунс; массовая культура; реклама; современное искусство; эстетика.

Щетинина Наталия Владимировна

*Санкт-Петербургский государственный университет
kadares@gmail.com*

ПРОБЛЕМЫ АПРОПРИАЦИИ: ЗНАЧЕНИЕ ЭСТЕТИКИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВ РЕКЛАМЫ В ИСКУССТВЕ ДЖ. КУНСА[©]

Формирование искусства США второй половины XX в. происходило под воздействием различных факторов. Одним из немаловажных моментов стало развитие товарных взаимоотношений в годы послевоенного экономического процветания США, что оказало значительное воздействие на различные сферы, в том числе и на искусство, на способы его производства и эстетические критерии [12, р. 4]. Расширение потребительской аудитории в 1950-х гг. привело к развитию рекламных стратегий и сложению некоего образного языка рекламы. Рекламное сообщение стало унифицированным и спрессованным иконическим образом, который способен апеллировать к широкой аудитории [14, р. 246]. На протяжении многих десятилетий с конца 1950-х гг. художники включают изображения из массовой культуры в свои произведения: это герои и сцены из популярных фильмов, комиксов, растиражированные образы рекламы. Подобная практика вызывает проблемы интерпретации и эстетической оценки произведений искусства на протяжении уже многих лет.

Цель данного исследования – определить роль эстетики массовой культуры и образов рекламы в современном искусстве на примере творчества Дж. Кунса, одного из самых ярких представителей американской художественной сцены 1980-2000-х гг. Доминирующий метод в его творчестве – апроприация, заимствование уже существующих образов искусства, рекламы, комиксов, кино и т.д. и перенесение их в новый контекст с минимальными изменениями или без них.

В задачи, стоящие перед нами, входит анализ исследований, связанных с проблемами апроприации в творчестве Дж. Кунса, а также анализ произведений его искусства, созданных с помощью апроприации образов массовой культуры и рекламы.

Творчество Дж. Кунса фактически не освещено в отечественном искусствоведении, вопросы, непосредственно касающиеся механизма взаимодействия массовой культуры и современного искусства, не изучаются подробно. В западном искусствознании не существует однозначной оценки творчества Дж. Кунса и художников, в чьих работах апроприация занимает ведущее положение. В целом деятельность таких авторов, как Б. Крюгер, С. Шерман, Х. Стайнбак, Р. Принс, Ш. Ливайн и др., оценивается с точки зрения критики авангарда и с позиции исследования проблемы репрезентации. Авторы зачастую ограничиваются поиском истоков апроприированных образов, что обусловлено антисубъективным характером апроприации в творчестве многих художников. Дж. Кунса также относят к художникам, стремящимся уничтожить субъективное, авторское начало в своём творчестве, пошедших по пути копирования и повторения уже существующих тактик, созданных М. Дюшаном и Э. Уорхолом. Но нижеследующий анализ работ Кунса показывает, что художник придерживается последовательной стратегии в создании своих произведений.

Большинство критиков высказываются об апроприации в контексте идей постмодернизма, указывая на отмену различия между восприятием произведения искусства и потреблением товара, между созданием произведения искусства и производством потребительского товара – что и стало импульсом развития специфической эстетики в работах упомянутых художников. Так, Б. Бухло называет Кунса и близких к нему деятелей преемниками стратегии Э. Уорхола, проиллюстрировавшего «конец фундаментального спора авангарда XX в. ... с захватническими формами прото-тоталитарного потребления» [7, р. 13]. Бухло подчеркивает, что ответ поп-арту и Уорхолу стал единственной движущей силой художественного развития Кунса. Его импульс – цинизм и разочарование в культурном творчестве, которое потеряло всякую убедительность. Подобный нигилизм проявился еще в деятельности дадаистов и М. Дюшана под знаком идеологии антиэстетики. Творчество Кунса и связанных с ним авторов, а также потребители их искусства, пишет Бухло, поддерживают модель, при которой культура заменена на циничную критику культуры, коррумпированной капиталом и политической выгодой [6, р. 15]. На наш взгляд, говорить об исключительности традиции поп-арта в основе творчества Кунса – значит не учитывать большое количество других факторов, формирующих творчество художника.

Часть критиков видит в стратегии художников-апроприаторов, в том числе и Кунса, движение к тому, чтобы занять позицию метахудожника, позицию, внесенную в дискурс искусства XX в. М. Дюшаном, влиянием его концепции реди-мейда, практиками дадаизма и поисками минимализма. Такой точки зрения придерживается

Х. Фостер, С. Колбовски [13, р. 13]. Позиция метахудожника связана с исследованием фундаментальной проблемы авторства. Ставя под вопрос авторство и субъективность, художник становится над самим собой. Вместе с тем Б. Бухло, упомянутый выше, придерживается иной точки зрения, он не видит ни в Кунсе, ни в других авторах, работающих с апроприацией, позиции метахудожника. На наш взгляд, действительно, в творчестве Кунса проблема авторства, оригинальности и копирования присутствует в силу используемого им метода апроприации, что необходимо учитывать при анализе его произведений, но эта проблема не является определяющей.

Исследователь Р. Краусс подчеркивает критический статус апроприации по отношению к идеологии авангарда, в частности к понятиям «исток», «оригинальность» и «подлинность». Создание художественного произведения на основе копирования уже существующего и полноправное нахождение этого произведения в контексте искусства и институций разрушает миф модернизма и модернистское понятие подлинности [3, с. 172].

В целом критики и исследователи современного искусства уделяют незначительное внимание непосредственно творчеству Дж. Кунса. Деятельность художников, родственных по практике использования апроприации, подвергалась более развернутому анализу. Так, например, аналитика его работ, за исключением нескольких упоминаний в контексте искусства 1980-х, фактически не отражена в изданиях журнала *October*, который с 1976 г. освещает все самые заметные события на художественной сцене Нью-Йорка. Кроме Х. Фостера, его редакторы избегали давать оценки творчеству Кунса. Но художник и его самые противоречивые работы всегда упоминаются в общих трудах как в зарубежной литературе по истории искусства XX в., так и в отечественной, его существование не проходит незамеченным для теории и практики. Все новые серии работ Кунса и события, связанные с его участием, широко освещаются в прессе, его произведения стали частью массовой культуры. При очевидном коммерческом успехе, значимости и популярности у зрителей творчество Кунса кажется не самым привлекательным для специалистов современного искусства.

Одно из немногих упоминаний Кунса в журнале *October* – в статье М. Бускерк «Коммодификация как цензор», где она рассуждает о проблеме апроприации с точки зрения вопроса об авторских правах и правоприменении в различных случаях. Бускерк отмечает, что внутри художественного мира очевиден парадокс: в то время как большая часть деятелей на протяжении десятилетий множат в своих работах апроприированные образы, лишь редкие становятся ответчиками судебных исков об авторских правах. Кунс, возможно, чаще прочих вовлечен в судебные разбирательства, связанные с обвинениями в «воровстве» заимствованных им образов. В то время как наследие Э. Урхола, использовавшего популярные медийные образы, активно выставляется и перепродается, словно оно не попадает в поле зрения юристов. Бускерк объясняет этот парадокс самой структурой художественного мира, где ценность отдельного произведения искусства зависит от имени его создателя [8, р. 106]. Основа данной ценности – работы, выполненные ранее. Как только имя художника становится брендом, оно абстрагируется от его творчества. Также на фоне замещения художественных навыков концептуальной основой произведения «стиль» художника приобретает свойства товарного знака. Поэтому всякий, кто воспроизводит подобный стиль в своих работах, воспринимается только имитатором, что и произошло с Кунсом, который пользуется широким спектром находок своих предшественников. А положение его в обществе как заметной медиафигуры усиливает пристальное внимание со стороны людей, не вовлеченных в дискурсы искусства, что зачастую ставится ему в вину такими критиками, как Р. Хьюз и К. Виверо-Фон.

Затронутая Бускерк институциональная проблема – не последний фактор в формировании положения Дж. Кунса и его творчества в мире искусства, и этот фактор необходимо принимать во внимание в процессе анализа стиля художника и его воздействия на повестку дня современного искусства. Для авторов, работающих с апроприацией, и в частности для Кунса, создание собственного стиля стало тесно связано со способами формообразования. Выработка стиля художника происходит через все тот же самый процесс апроприации – но уже собственных произведений. Автор включает ранее созданные им образы в новые контексты, организуя новые системы взаимоотношений уже не столько с массовой культурой, сколько с историей искусства и ее знаковыми произведениями. Кунс замыкает свое творчество на уже созданных собственных произведениях, которые проходят второй, третий и т.д. цикл переработки в рамках его наследия.

Х. Фостер в эссе «Commodity Sculpture» анализирует концепцию деятельности Кунса на примере работ из серии «The New» 1979-1986 гг., где в стеклянных витринах, подсвеченных флуоресцентными лампами, расположены моющие пылесосы «Шелтон» и «Хувер». Главная мысль Фостера заключается в следующем: Кунс и примыкающие к нему художники иронически дистанцируются от традиции реди-мейда, делают попытку сплавить высокое искусство и консюмеризм [11, р. 112]. Скульптура, которая представляет собой предметы потребления (пылесосы), демонстрирует положение современного ценителя искусства как потребителя товарных знаков. Произведение и товар сливаются в одно, искусство потребляется так же, как и товары. Из всех исследователей Фостер проводит наиболее глубокий анализ работ Кунса.

Т. Кроу, который в последние годы все чаще обращается к работам Дж. Кунса, в статье «Замаскированный субъект поп-арта» сделал краткий обзор деятельности Кунса и его наиболее значимых серий. В статье приведены размышления о сходствах и различиях искусства 1980-1990-х гг. и искусства 1960-х гг. Также упомянут факт, что для художников 1980-х гг. общим местом ссылки была теория Ж. Бодрийера о симулякре и утверждение философа о том, что существование в эпоху постмодерна определяется медиапродукцией [9, р. 5]. Творчество Дж. Кунса Кроу рассматривает как интерпретацию практики реди-мейда М. Дюшана. Исследуя серии детских игрушек Кунса, отлитых из стали, Кроу отмечает зловещий характер этих предметов, в которых соединяются инфантильность мира детей и фантазмы мира взрослых. Кунс действительно разрабатывает идею детского восприятия предметов в своих сериях. Он углубляет тему детства, что разрабатывалась сюрреалистами в рамках исследования бессознательного, и это не единственное, что связывает творчество Кунса с сюрреализмом. Важность детских воспоминаний и первого эстетического опыта отмечает сам художник: его ранние переживания связаны с восторгом от созерцания упаковок сухих завтраков [10, р. 22].

Кроу также пишет о том, что Кунс первый, кто гиперболизировал масштаб апроприированных образов, в особенности китчевой скульптуры малых форм, такой как ангелочки, дети, игрушки. Кроу ссылается на Э. Перлмэн и ее труд «Распаковывая искусство 1980-х», где она говорит о воссоздании Кунсом нового гиперсенсорного опыта, который помогает дистанцировать заимствованный образ от его источника: «Это фетишистская традиция современного искусства, представляющая все большое и зрелищное как самое лучшее» [15, p. 142].

Творчество Дж. Кунса заметно выделяется на фоне художников, работавших и работающих с апроприацией. Эстетика его искусства основана на образах китча и массовой культуры. Несмотря на внесение в смысловое поле своих работ множества отсылок к искусству сюрреализма, дадаизма, минимализма и поп-арта, искусство Кунса остается пограничным с китчем.

Художественные критики (напр., Фостер) склоняются к тому, что Кунс проводит стратегию по внедрению предметов товарного производства в искусство, демонстрируя их эстетическую ценность, отвергая всякую функциональность. Многим работам присуща двойственность, его произведения возможно толковать и с позиции тотальной критики современной культуры, и с позиции принадлежности искусства Кунса массовой культуре. С этой точки зрения художника оценивают Кроу и Перлмэн. По мнению автора статьи, творчество Кунса ориентировано на придание искусству статуса объекта потребительской культуры. Он целенаправленно использует наиболее типичные мотивы массовой культуры и использует приемы, характерные для мира рекламы.

На наш взгляд, для Кунса апроприация образов китча, рекламы – возможность говорить об искусстве на языке китча, рекламы и массовой культуры. Сам художник говорит о желании сделать «доступное», понятное искусство [10, p. 23]. Кунс внедряет образы классического и модернистского искусства в лексикон современной массовой культуры. Художник не пытается обратить внимание на смыслы, закрепленные за тем или иным знаком, он обнуляет все значения. Для него важно создать миф искусства, принадлежащего не только осведомленной элите, но каждому потребителю массовой культуры, создать доступное, понятное искусство. В таком контексте творчество Кунса связано больше не с дадаизмом, наследием Дюшана и поп-арта, поскольку это одни из многих ссылок на искусство прошлого, а с изучением бессознательного сюрреалистами. В рассматриваемом нами случае подобное исследование осуществляется с помощью языка рекламы и массовой культуры – явлений, существующих и развивающихся за счет аффектов.

Для исследования поставленной проблемы необходимо очертить роль языка рекламы и эстетики массовой культуры и его влияние на структуру художественного произведения. Мы обратимся к сериям работ Дж. Кунса. Одна из характерных особенностей его творчества – использование мотивов и приемов рекламы и популярной культуры в живописных и скульптурных произведениях. Так, в большинстве работ используются образы женщин из рекламы глянцевого журнала, изображения пластиковых игрушек, еды, героев комиксов, китчевых предметов, как, например, садовый шар или садовые гномы.

При воссоздании этих образов в своих произведениях художник активно использует стратегии китча и приемы, характерные для рекламных плакатов [16, p. 44]. По утверждению Ж. Бодрийяра, реклама – это вторичный потребительский товар и очевидное проявление популярной культуры [2, с. 180]. Исходя из представления о потреблении рекламы как о важном элементе культуры капиталистического общества, можно утверждать, что творчество Дж. Кунса ориентировано на эту особенность зрителя воспринимать визуальные коды рекламы. Его художественные образы апеллируют не столько к конкретной рекламе или товару (так было в творчестве Э. Уорхола), сколько к сложившемуся языку рекламирования. По сути, произведения Дж. Кунса есть воссоздание синтаксиса рекламы в рамках искусства, формирование образа рекламируемого предмета без самого предмета, товара. Произведение приобретает все характеристики симулякра.

Создание образа того или иного предмета в рекламе связано с требованиями репрезентации, доступной для широкой аудитории потребителей, для массового вкуса. Важной чертой изображения является усиление реалистичности, выявление подробностей. Так, в эссе «Эстетика иллюзий, эстетика утраты иллюзий» Бодрийяр акцентирует внимание на утрате иллюзорности, абстрактности, отвлеченности во всех сферах, где эстетика играет ведущую роль. В кинематографе, музыке, изобразительном искусстве происходит усиление и акцентирование черт реальности. В художественных образах усиливается ощущение реальности, осязаемости предмета, в том числе с помощью повышения разрешения, совершенствования четкости. «Такой сверхчеткий образ перестает быть собственно образом, превращаясь в реальность, осуществляясь в реальном времени. Чем больше мы подходим к абсолютному разрешению, к реалистическому совершенству образа, тем больше теряется его способность порождать иллюзии» [5, p. 114].

Простота и доступность художественных образов – лейтмотив творчества Кунса. Эту доступность на грани и за гранью китча он напрямую заимствует из рекламы. «Доступность» рекламируемого объекта важна для апелляции к максимально широкой аудитории, поэтому создаваемый рекламный образ превращается в единый иконический образ, «который предлагает стиль жизни одновременно для всех и для никого» [14, p. 251]. Простота и доступность в работах Кунса подчеркивается не только экспрессией жеста или цвета, но и отношением апроприированных объектов друг к другу. В живописных полотнах подчеркнута разобщенность и автономность объектов.

Работы серии «Easyfun-Ethereal» 2000-2003 гг., имитирующие фотоколлажи, состоят из нагромождения разнородных объектов. Они существуют автономно, несмотря на совмещение в одном пространстве картины. Все изображенные объекты – еда, цветные жидкости, женские тела, предметы одежды – дистанцированы друг от друга, они взаимодействуют только в смысловом поле, т.к. не влияют ни друг на друга, ни на совместное положение в пространстве. Все объекты изображены фронтально, на одной плоскости. Комбинирование несовместимых предметов также работает на идею автономности. Совмещение разных планов на одном уровне, столкновение разных масштабов в одной плоскости: уменьшенное человеческое тело и увеличенное изображение продукта или игрушки в целом создают пространство, которое представляется как

гиперреальность, виртуальный мир. В нем возможны любые искажения и смешение планов. В отличие от дадаистского коллажа, где грубое соединение различных вырезанных элементов создает смысловой и визуальный взрыв, композиции Кунса предельно сглажены, все элементы вписаны в пространственный и концептуальный строй. Если элементы разнородны концептуально – например, девушка с обложки мужского журнала и лобстер Дали, то художник приводит их к единому знаменателю: они сходны формально – женская фигура и лобстер принадлежат миру искусственных надувных вещей, это продукция массового производства.

Отметим, что в рекламе симуляция действительности представлена как реальность, которой зритель доверяет, не ставя получаемую информацию под сомнение [1, с. 451]. Поэтому художник, руководствующийся стратегиями рекламы, оперирующий языком рекламы, свободно работает с идеей несуществующего пространства и подчеркивает его неестественное происхождение. Совмещение выбранных Дж. Кунсом элементов, на первый взгляд, ставит под сомнение существование не только изображенного пространства, но и самих предметов, т.к. они не согласованы ни друг с другом, ни с самим пространством. Но, как и рекламный образ на плакате, художественный образ выстраивается, существует, доступен для освоения. Более того, он понятен и доступен, как рекламный плакат, но при этом сохраняет автономность художественного произведения. Автор выстраивает контекст, в котором возможны любые значения, любое количество измерений и отсутствие зафиксированных положений для элементов – они могут смешаться, изменяться безотносительно друг друга. Предметы пересекаются, накладываются друг на друга, но не отбрасывают ни теней, ни рефлексов и т.п. Изображенные объекты как бы находятся в вакууме, аналогично состоянию той вещи, что выставлена в витрине с неизменными освещением, положением и нейтральной обстановкой или фоном; они изображены фронтально, ничего не скрыто в их облике. Вещи демонстрируют себя, представляясь максимально реальными. Работа с образностью мира рекламы встречается у Кунса с 1980-х гг., когда мы можем проследить тактику художника, которую он последовательно воплощал в процессе подготовки своих коллекций и выставок, где уделял значительное внимание репрезентации вещей в витринах как товаров потребления [17, р. 143].

В своих живописных полотнах, создаваемых бригадой помощников, Кунс часто увеличивает масштаб фигур, приближает их к переднему краю картины. Фотореалистическое исполнение усиливает присутствие изображенного объекта, он утверждается в пространстве, расстояние между ним и зрителем минимально. То же можно отметить и в скульптурах Кунса, которые внешне кажутся приближенными к зрителю. Это такие же знакомые большинству апроприированные образы комиксов, кино, массовой культуры, рекламы потребительских товаров. Скульптуры представляют собой тщательно исполненные предметы из фарфора, дерева или стали. Для создания скульптур из дерева Кунс обращается к немецким резчикам, продолжающим мастерство средневековых мастеров; стальные скульптуры отлиты на сталелитейном заводе высококлассными специалистами. Важность способа и материала изготовления Кунс часто подчеркивает в своих интервью. «Качество» вещи очень важно для художника. Фактически все его работы, исключая первые реди-мейды, созданы с помощью математического расчета и идеального механического исполнения. Здесь его искусство уходит дальше уорхолловской «Фабрики» и шелкографий, в которых присутствовал элемент случайности. Идеально исполненные предметы отрицают всякую возможность аффекта, ошибки или сбой, всего того, что можно связать с человеческим. Это характерное начало постмодернизма, воплощающего «торжество нечеловеческого» [4, с. 54]. Творчество Кунса направлено не на борьбу с системой и догмами (как, например, работы Б. Крюгер, С. Шерман или Ш. Ливайн, также использующих апроприацию), а на исследование потенциала селекции в сфере визуального, на апробацию возможностей безграничного обмена знаков и производства смыслов.

Искусство Кунса противоречиво во многих аспектах, в первую очередь, в столкновении образа и материала. Художник использует эстетику китчевых изображений массовой культуры, агрессивно апеллирующих к эмоциям зрителей. Уже упомянутые надувные игрушки воплощены с высокой тщательностью из высоколегированной нержавеющей стали, которая не поддается физическому воздействию кислот, коррозии и проч. Материал несет в себе воплощение вечности и нерушимости, что противостоит как физической невесомости первообраза, так и одномерности смысла, закрепленного за ним. Работы из серии «Celebration», имитирующие надувные игрушки, очень устойчивы, им присущи равновесие, неподвижность. Объект «Sacred Heart» представляет собой сердце, ровно стоящее острой вершиной на платформе. Несмотря на внешне неустойчивое положение, создается впечатление, что оно недвижимо, зритель видит застывшее мгновение, которое никогда не изменится. Эти игрушки не изменяют своего положения, не отклоняются в ту или иную сторону, воздействие внешней среды не затрагивает их существования – перед зрителем воплощение вечности и незыблемости. То же происходит с инсталляцией «Hanging Heart» – стальное сердце красного цвета, висящее на золотых лентах-тросах, находится в состоянии абсолютной безмятежности, оно сияет в белом пространстве выставочного помещения, отражает окружающий мир своей глянцевой поверхностью, символизируя непреходящий покой пустоты, ровно такой же, какой зритель может найти в современной культуре глянцевых журналов и рекламных плакатов.

Холодность и механистичность свойственна не только процессу производства искусства, но и в целом художественным образам Кунса. Поверхность объектов, живописных или скульптурных, идеально гладкая, с плавными светотеневыми переходами. Нет провалов, складок, выраженных граней. Лейтмотив творчества художника – надувная игрушка, идеальное воплощение предмета, вся суть которого на поверхности. В ней нет ничего, кроме оболочки, заключающей в себе пустоту, и оболочка эта закрашена ровным цветом, а ее округлые формы не представляют опасности. Надувная игрушка есть предмет, понятный каждому, от ребенка до взрослого, каждый держал ее в руках, каждый помнит ее на ощупь, помнит ее легкость. Доступность такого предмета для восприятия зрителем неоспорима.

Кроме противоречия материала и формы мы можем отметить разнообразие смысловых взаимоотношений внутри произведения искусства. В одном пространстве сталкиваются апроприированные образы истории

искусства: древнегреческая скульптура, работы Фрагонара, Курбе, Дюшана, Дали, Уорхола и Розенквиста. Все образы перерабатываются в соответствии с китчевой эстетикой рекламных плакатов. Бесстрастное перечисление разнородных вещей обесценивает любое значение, стоящее за тем или иным знаком. Героические модернистские мотивы равны изображениям в рекламе. Так преодолено влияние не только модернизма, но и вообще истории искусства, придан новый смысл наследию. Заимствованный художественный образ из истории может существовать в контексте культуры, перенасыщенной изображениями, и при этом не быть чужеродным элементом. Сочетание эстетики рекламной репрезентации, китча и образов искусства создает новый контекст, в котором происходит трансформация всех первоначальных смыслов, присущих доапроприированным изображениям. Творчество Кунса показывает, что возможно построение связи между любыми образами в рамках самостоятельного произведения, несмотря на то, что форма заимствуется из уже существующих источников.

Итак, подводя итог анализу, мы можем отметить, что Дж. Кунс усложняет типическое и банальное и систематически вводит в оборот массовой культуры уже существующие образы высокой культуры – от античности до искусства 1960-х гг. Конечный результат обращен как к массовому зрителю, привыкшему потреблять рекламу и китч, так и к зрителю, осведомленному обо всех источниках, использованных в работах художника. Навязчивая доступность работ Кунса связана с китчем, приёмы которого автор использует для воссоздания существующих образов искусства. На наш взгляд, именно это сочетание даёт произведению возможность существовать в двух измерениях одновременно: в истории искусства как произведение и в поп-культуре как китч, популярный образ. На протяжении многих лет художник выработал и развивает универсальный язык, с помощью которого говорит с каждым зрителем, сталкивающимся с произведением искусства как в музейном, так и медиапространстве.

На основе данного исследования мы предлагаем отойти от традиционного толкования апроприации как бесконечного и бесплодного тиражирования существующих образов. Также видится необходимым связывать это явление не только с критикой авангарда, но и с фундаментальными явлениями в жизни современной обществу, в частности с экспансией визуальной культуры повседневности.

Мы предлагаем рассматривать апроприацию как самостоятельное явление в рамках искусства XX в., которое позволяет воплощать уже существующие образы высокого искусства в формулах эстетики массовой культуры и образов рекламы. Эта эстетика, определяющая визуальную культуру повседневности, является формообразующим началом в творчестве многих художников современности, соответственно, в процессе интерпретации произведений искусства исследователям необходимо освещать проблемы, связанные с ней. Данный подход поможет прояснить и уточнить положение и значение творчества таких художников, как Дж. Кунс, чье творчество обусловлено стратегией по созданию универсального языка, доступного широкому зрителю.

В рамках искусствоведческого дискурса творчество Дж. Кунса поднимает важные проблемы, связанные с переосмыслением наследия западноевропейского искусства разных периодов. Для развития научного знания в области теории и истории искусства необходимо дальнейшее исследование творчества этого художника и его стратегий по апроприации медиаобразов и внедрению китча в контекст современного искусства.

Список литературы

1. **Барт Р.** Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
2. **Бодрийяр Ж.** Система вещей. М.: Рудомино, 2001. 220 с.
3. **Краусс Р.** Подлинность авангарда и другие модернистские мифы. М.: Художественный журнал, 2003. 318 с.
4. **Рыков А. В.** Искусство модернизма: основные принципы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 2. 2011. Вып. 4. С. 51-57.
5. **Baudrillard J.** The Conspiracy of Art. Cambridge, MA: The MIT Press, 2005. 232 p.
6. **Buchloh B. H. D.** After Laughter // October. 2009. Vol. 129. P. 13-50.
7. **Buchloh B. H. D.** Drawing Blanks: Notes on Andy Warhol's Late Works // October. 2009. Vol. 127. P. 3-24.
8. **Buskirk M.** Commodification as Censor // October. 1992. Vol. 60. P. 82-109.
9. **Crow T.** The Absconded Subject of Pop // RES: Anthropology and Aesthetics. 2009. № 55-56. P. 5-20.
10. **Foster H.** At the Whitney // London Review of Books. 2014. Vol. 36. № 15. P. 22-23.
11. **Foster H.** Return of the Real: The Avant-Garde at the End of the Century. Cambridge, MA: The MIT Press, 1996. 299 p.
12. **Jameson F.** Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism. Durham: Duke University Press, 1991. 438 p.
13. **Krauss R., Hollier D. and others.** The Reception of the Sixties // October. 1994. Vol. 69. P. 3-21.
14. **McLuhan M.** Understanding Media. N. Y.: Routledge Classics, 2001. 394 p.
15. **Pearlman A.** Unpackaging Art of the 1980s. Chicago: University of Chicago Press, 2003. 230 p.
16. **Rondeau J.** Woman in Tub // Art Institute of Chicago Museum Studies. 2008. Vol. 34. № 1. P. 44-45.
17. **Schneider E., Siegel K., Sischy I.** Jeff Koons. Cologne: Taschen, 2009. 592 p.

PROBLEMS OF APPROPRIATION: SIGNIFICANCE OF AESTHETICS OF MASS CULTURE AND IMAGES OF ADVERTISING IN JEFF KOONS'S ART

Shchetinina Nataliya Vladimirovna
Saint Petersburg State University
kadares@gmail.com

The article deals with the significance of the aesthetics of mass culture and the images of advertising in the creativity of Jeff Koons. The scientific novelty of the work is in the identification and analysis of J. Koons's strategy on the creation of the universal language understood by general audience, in which the images of art history are re-formulated. The author proposes to shift the emphasis from the critical component of appropriation that is typical for the existing researches to the problem of the interpretation of art works, which are created by means of the appropriation of the images of mass culture and advertising.

Key words and phrases: appropriation; Jeff Koons; mass culture; advertising; modern art; aesthetics.