

Искусство как творческий процесс и арт-бизнес как его следствие

Ю.В.Романенкова,

Государственная академия руководящих кадров культуры и искусств (Киев, Украина)

Современное искусство настолько многослойно и разнородно во многообразии проявлений, что сформулировать единый алгоритм арт-процесса невозможно. Проследить многообразие течений, проявлений действий, сопряженных с творческим процессом, становится все сложнее, как и однозначно определить, что из видимого на современной арт-арене считать собственно искусством, а что – нет. Этот вопрос, ответить на который наука об искусстве пытается уже очень давно. Начиная с Дж. Вазари, история искусства ставила перед собой вопросы, один сложнее другого, и с каждым веком их становилось все больше, а поиск ответов на них – все бесцельнее. Если на заре существования истории искусства можно было проследить за появлением новых течений, процессами стилиобразования и трансформации стилиевой ткани в искусстве, формированием индивидуального метода у того или иного мастера, его вкраплении в ткань стиля эпохи, поставить и даже иногда решить проблему «заказчик-художник», «художник-зритель» и т.п., то в условиях современного художественного процесса задача ставится совершенно иначе. Говорить о стилях и направлениях в современном искусстве очень трудно – слишком отлично от прежнего понимается как «категория» «стиль», так и само смысловое наполнение собственно термина «искусство». Со времен Вейдле, когда был поставлен вопрос об умирании искусства, не раз звучал из уст как критиков, так и самих художников, вопрос о том, когда же искусство умерло, умерло ли или есть надежда на то, что оно все еще при смерти и есть шанс на его выздоровление. Однако сама постановка вопроса не таит в себе причин для радужных надежд: организм, провоцирующий у зрителя сомнения в своей жизнеспособности, вряд ли может претендовать на комплемент о своем цветущем виде. Проблематика «похорон искусства» стала особенно актуальна на рубеже XX и XXI вв. Стык столетий всегда отмечен эсхатологическими, хилиастическими настроениями, а на сей раз речь шла уже и о смерти искусства как такового. И, разумеется, не о самоубийстве – искусство не исчерпало само себя без объективных причин. И если художник много лет назывался творцом, создателем и т.п., то отныне, с момента озвучивания вопроса об умирании искусства, он пребывает уже под угрозой именоваться убийцей искусства.

Безусловно, все происходящее на современной арт-арене, сколь сложно, столь и интересно. Множество новых явлений, новых терминов, обозначающих столь же свежие явления, новые техники, формы проявления арт-активности, креативной энергии талантливых людей – художественный процесс начала XXI в. крайне активен на территории всего пост-советского пространства. Биеннале и триеннале, фестивали, хеппенинги, инсталляции, перформансы и т.п. являют собой настолько яркий калейдоскоп арт-событий, что, погружившись в созерцание, из этой пучины информации можно не выныривать вовсе. Однако ни в коей мере не отрицая наличие множества ярких явлений и талантливых мастеров, все же отметим и следующее: современный арт-процесс требует от зрителя недюжинной подготовленности к его постижению. Времена понятого соцреализма прошли, так и не оставив у искусствоведов ни малейшей надежды на единую и корректную вербализацию себя, ибо до сих пор происходившее в те годы терминологизировать грамотно не удалось. И на смену пришло то, что нельзя оценить, пользуясь обычной ценностной шкалой. Комплекс критериев, к которому прибегает потребитель «арт-ствования» современного художественного рынка, заметно отличается от того, которым пользовались немало

столетий. Зритель стал более робким и осторожным – он уже не так часто смеет открыто возражать против увиденного на выставке, писать едкие статьи в газеты, затевать на ее страницах полемику, бить картину хлыстом или грозить ей зонтиком. И желание плеснуть кислотой или исполосовать холст ножом, к счастью, произведения современного искусства не вызывают. Только к счастью ли? Когда любопытный зритель приподнимал холст и заглядывал, не ли за картиной лампочки, Куинджи мог понять, что его лунная дорожка действительно светится... Когда «Купальщицу» Курбе хлестнул хлыстом Наполеон III, живописец мог гордиться тем, что создал образ, не укладывающийся в рамки привычного понимания красоты, сотворив новый идеал... Когда на страницах газет разгорелись споры «за» и «против» «Олимпии», Мане мог и горевать, и радоваться одновременно – она нашла отклик у публики... Даже Эйфель, вызвавший шквал критики своей башней, смог победить негативный шлейф восприятия и сделать свое произведение символом Парижа...

С современными произведениями все сложнее. И не всегда дело только в том, понятно или непонятно увиденное зрителю. Об этом могут вести дискуссии посетители выставок портрета мастеров шиловской или сафроновской традиции или зрители фотопроектов Е. Рождественской. Категории «красиво» или «некрасиво», «понятно» или «непонятно» там по-прежнему являются рабочим инструментом.

Зритель же, пытающийся войти в контакт с концептуальным искусством, должен быть интеллектуалом, обладающим чувством собственного достоинства английского лорда, для того, чтобы не дать понять художнику, что он не понимает смысла увиденного. Или же обладать недюжинной смелостью, чтобы открыто заявить, что он ничего не понял. Взаимоотношения зрителя и художника, потребляющего арт-продукцию уже спустя много лет после ее создания, в музейном зале, когда между автором и зрителем стоит непреодолимая преграда времени, совершенно иные. Зритель уже «случайный», не тот, на кого и рассчитывал художник, он излучает словно «взгляд со стороны», поскольку уже не может повлиять на процесс. Это пассивный зритель, совершенно иная категория, когда пересечение линий замысла художника и впитывания зрителем изначально невозможно. Более того, и творения, создаваемые ныне многими мастерами, имеют определенный, иногда – крайне малый – срок существования. Может ли претендовать на длительность бытия дыхание Манцони? А долго ли будут актуальны сантиметры проволоки В. де Марии? Увы, все, создаваемое благодаря свежести замысла и бьющей через край фантазии, будет недолговечно, утратив актуальность с утратой чувства оригинальности и новизны. В памяти останется лишь информация о существовании этих арт-акций, но не они сами, визуализация творческого процесса их авторов исчезнет. Вспоминается определение, данное музейному экспонату и музейному предмету: музейный предмет ВРЕМЕННО может перейти в ранг музейного экспоната, пока он предъявлен публике, находится в экспозиции, в контакте со зрителем. Соответственно, музейным экспонатом может стать на время даже живое существо, которому, однако, не стать музейным предметом, поскольку оно не в силах обеспечить главное условие для этого: длительность хранения. Так и многие результаты арт-активности современных художников: их творения не могут претендовать на «длительность хранения», они далеко не всегда осязаемы, не всегда материализованы. Эти результаты арт-деяний попадают в летопись современного искусства, но обречены не стать музейным наследием. В принципе, значительная часть художников современности обрекает потомков на отсутствие того, что мы называем культурным наследием, – предоставляя лишь описание, фото- или видеофиксацию того, что происходило на арт-арене.

Современное искусство как никогда коммерциализировано, роль меценатов трудно переоценить. Во-первых, зачастую проекты современных мастеров довольно

затратны, требуют места, чтобы их расположить, дорогого света, чтобы представить в выгодном поле, дорогой полиграфической продукции, поскольку многое репродуцировать крайне сложно (если вообще возможно), не говоря уж о дороговизне материалов, к коим иногда прибегают художники. В дебрях смысла многих произведений современного искусства без проводника не обойтись. В этой ситуации колоссальное значение приобретает в арт-процессе «третий». Этот третий позволяет неподготовленному зрителю стать соавтором художника, не интерпретатором, а именно соавтором, поскольку завершающая стадия создания произведения зачастую происходит в мозгу, в подсознании зрителя. Если еще импрессионисты и неоимпрессионисты прибегали к глазу зрителя, чтобы он завершил начатое ими на палитре, то современные художники прибегают к помощи знаний своего зрителя, его мозга. Но зритель, не знакомый с глыбами философских трудов и глубинами психологии может оказаться перед стеной, пробить которую он не в состоянии без того самого «третьего» – критика, прокладывающего «дорогу жизни» по льду его непонимания. Но главное – что в ситуации непонимания зрителем художника последний не оказывается разочарованным и готовым уничтожить созданное, сочтя его напрасным. Напротив – он объявит зрителя недостаточно подготовленным для того, чтобы достичь планки сложности его замысла. Напрасного искусства с точки зрения многих художников уже не существует. Бывают, скорее, опередившие свою эпоху художники и запоздавшие родиться зрители. Искусство ради искусства порождает интровертность многих художников. Их пространство закрыто для обывателя. Многие творческие личности современного арт-пространства болеют комплексом непризнанных гениев, проявление которого зачастую довольно агрессивны. Будучи не понятым зрителем, художник скорее заявит о его ущербности, чем будет страдать, как ван Гог, от нереализованности таланта, или, вслед за Гогеном, сбежит от мира. Самыми значительными для художников часто становятся отзывы на их проекты не обычной публики, пришедшей на открытие и бродящей по залам, а мнение коллег-художников. И зритель, зная это, зачастую попросту имитирует тождественность своего восприятия с замыслом создателя увиденного. Выражение «вынести на суд зрителя» теряет смысл: зритель давно перестал считаться судьей. Художник сам экспроприировал это право.

Так появляется немало коллекционеров, готовых платить огромные деньги за абсолютно ничего для них не значащие произведения, приобретение которых дает им право слыть знатоками искусства. Этим объясняется и появление множества «брендов» в искусстве – зритель «платит за имя», модное в условиях сегодняшнего дня, хотя актуальность искусства уже сама по себе наводит на мысль о его временности, исключаяющей нетленность. Меценат, готовый оплатить очередную выставку, перформанс эпатажного мастера, вкладывает деньги в его рекламу, становится известнее сам, что зачастую становится самоцелью. Уже ждут очередного вернисажа с участием известного художника, спонсируемого не менее известным бизнесменом, и речь уже идет о чистом бизнесе, об искусстве популяризации имени, но не о качестве продукта, который уже далеко не на первом месте в этой схеме. Творческий процесс отходит на дальний план, на первый выдвигается экономический аспект. Разумеется, он всегда омел место – и пресловутый Леонардо писал свою картину всех веков, «Джоконду», на заказ... Но он кардинально переместился в иерархии аспектов, составляющих комплекс условий создания произведения искусства, – на первое место.

Однако специфика современной арт-продукции создает еще одну проблему – особенности арт-продукции последнего рубежа веков являют собой бич для любителей, поклонников искусства современных художников, а именно – коллекционеров. Они зачастую могут оплатить выставку, создание каталогов, рекламной продукции, но взамен получить лишь рекламу, свое имя большими буквами в буклете и на плакате.

Причина заключается в том, что далеко не все произведения современного искусства подлежат коллекционированию как таковому – невозможно коллекционировать, к примеру, инсталляции. Хотя можно купить «Овцу в формальдегиде», но не приобретешь «Аутентификацию» или «Деперсонализацию»... Воздушный шар с дыханием Манцони, лужа на полу киевского «Пинчук арт-центра», являющая собой экспонат, - грандиозное разочарование для коллекционеров. Такого рода произведения часто неповторимы иными авторами, застрахованы от подделок, поскольку их дублирование попросту не имеет смысла – они ценны только там и тогда, где и когда созданы. Меценат платит за сопричастность, но не за право владеть.

Кстати, любопытно, что относительно подобного рода арт-продукции можно поставить и еще одну проблему, которую вряд ли удастся решить, несмотря на множество попыток искусствоведов, юристов и оценщиков найти компромисс, - проблему денежной оценки таких произведений искусства. Лозунг оценщиков, который можно зачастую увидеть на сайтах многих компаний, «Мы можем оценить все!», в данном случае не применим. Разумеется, этот спор походит на извечный спор физиков и лириков, которые друг друга обвиняют одни в наивности, другие - в цинизме. Оценщики в данной ситуации действуют по принципу «не продается вдохновение, но можно рукопись продать», поддерживаемые юристами, лишь с оговоркой на недоработки юридической стороны вопроса. Искусствоведы же, обвиняемые и теми, и другими, в неразработанности комплекса критериев оценки произведений искусства, зачастую склоняются к мысли, что эти критерии унифицировать невозможно в принципе, поскольку сама постановка вопроса и подходы к нему вызывают протест. Невозможно приманять к оценке произведения скульптуры методы оценки движимого имущества, измерять ценность картины в зависимости от площади холста в квадратных метрах и оценивать с Микеланджело пр. ипомощи того же инструментария, что и «Мерседес». Даже то, что вписывается в разрабатываемые ныне критерии оценки, т.е. имеет вес, размер, определяемую историческую и художественную ценность, количественный показатель, показатель редкости и т.п., то, что атрибутировано, каталогизировано и т.п., оценить можно не всегда. И никакая унификация критериев в этом не поможет. Известны и автор, и модель, и материал, и техника и т.п. создания той самой знаменитой «Джоконды», хотя во многом это звучит самонадеянно и может быть опротестовано, поскольку есть разные гипотезы. Известны и обстоятельства, которые увеличивают сумму, которую можно назвать за эту картину. Но. Никакая оценка, как бы профессионально она ни была сделана, каким бы грамотным ни было экспертное заключение, на основании которого эта оценка может быть приведена, ни один искусствовед не согласится с тем, что «Джоконду» можно оценить и поставить напротив слова «Джоконда» цифру. С какой бы целью это не делалось. Конечно, важна цель: можно оценить, чтобы застраховать, - картину уже крали, она гастролирует и т.п. Но в любом случае это будет болем, чем условно. Не говоря уж о том, что разрабатывать критерии об оценке произведения искусства может с полным на то правом только искусствовед, иначе это будет проявлением самонадеянного воинствующего дилетантизма. Сотрудничество оценщика, юриста и искусствоведа в этой ситуации было бы идеальной моделью для разрешения вопроса, но, скорее всего, ему суждено быть утопичным, поскольку эта модель может действовать по принципу «лебедя, рака и щуки». Скорее, речь должна идти об универсальности личности того, кто возьмет на себя смелость оценивать произведения искусства, а не просто «предмета коллекционирования», что далеко не всегда синонимично. Можно оценить «Бриллиантовый череп» Д. Херста, что и было сделано, но инсталляцию, хеппинг или перформанс оценить нельзя, поскольку это не предмет искусства, а форма деятельности, соответственно, не может стать и предметом коллекционирования, и

быть оцененным. Тот же «Бриллиантовый череп», оцененный в гигантскую сумму, - арт-объект, имеющий колоссальную материальную ценность, но не имеющий ни малейшей ценности художественной, к этому можно прибавить еще и отсутствие ценности исторической. Его стоимость состоит из стоимости материалов, из которых он сделан (именно сделан, но не создан), и «цены имени» автора. В остальных попытках эпатировать публику, которые предпринимал Херст, цифра, которая приходится на стоимость материалов, во много крат меньше, соответственно, коллекционер, жаждущий заполучить в коллекцию работу Херста, платит практически только за имя.

Пожалуй, из всех поставленных вопросов наиболее сложно решаемым является вопрос о том, корректно ли все же употреблять термин «искусство» по отношению к выше упоминаемым примерам, или же классифицировать их как формы проявления арт-активности или выбросы творческой энергии. Хотя решение этой проблемы изначально предполагает субъективность подхода, позволим себе лишь напомнить, что до того, как Вейдле начал говорить об умирании искусства, само искусство не порождало оснований для такой постановки проблемы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Белов К. О ценностях идеальных и неидеальных (Медитации на культурологические темы). – Дубна: Феникс+, 2004. – 272 с.: ил.
2. Бердяев Н. Кризис искусства. – М.: СП Интерпринт, 1990. – 48 с.
3. Гумилев Л. Конец и вновь начало. – М.: Хранитель, 2007. – 431 с.
4. Романенкова Ю. Мировоззренческие универсалии периодов *Stilwandelung* в мировом художественном процессе. – К.: Химджест, 2009. – 276 с., ил.
5. Хренов Н. Культура в эпоху социального хаоса. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 448 с.
6. Хренов Н. Социальная психология искусства: переходная эпоха. – М.: Альфа-М, 2005. – 624 с.