

Шишкина Юлия Вадимовна

бакалавр

Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт
(филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-
педагогический университет»
г. Нижний Тагил, Свердловская область

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ КЛАССИЧЕСКОГО ИСКУССТВА В СОВРЕМЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: в статье рассматривается востребованность классического искусства в сравнении с активно развивающимся современным искусством в пространстве культуры XXI века. Представлено положение данных форм искусства в разные исторические эпохи на арт-рынке как товара и средства прибыли.

Ключевые слова: классическое искусство, современное искусство, художественный рынок, арт-бизнес.

Классическое искусство с развитием информационной среды в пространстве культуры XXI века занимает уступающую позицию. Активное развитие информационных технологий не может не влиять на арт-бизнес. Представьте, с появлением 3D принтера скульптору достаточно лишь представить в голове художественный образ своего творения, спроектировать его на компьютере и распечатать; работа мастера во многом упрощается с развитием современных технологий. Какова роль классического искусства в рамках современного пространства культуры и востребовано ли оно?

Искусство, как отрасль гуманитарного знания, является формой познания действительности, специфика которого заключается в образном отражении мира. «Под художественным образом мы понимаем идею, возникшую в сознании творца, материализованную в произведении искусства и воспринятую, проинтерпретированную, оцененную реципиентом» [7, с. 378]. С его помощью мы

можем транспортировать послания в будущее, т.е. художественный образ становится инструментом исторической и межкультурной коммуникации.

В рамках историко-культурного контекста основной формой художественного бытия являлось классическое искусство. Это мейнстрим культуры. Традиционное (классическое) искусство принципиально отличается от современного (новаторского, новейшего, экспериментального). Но в современном пространстве культуры обе формы актуальны и вполне гармонично сосуществуют друг с другом. «Первая обеспечивает непрерывность и преемственность художественного процесса, вторая – его обновляемость и адаптивность к меняющимся реалиям» [7, с. 378–379].

В последние годы в современном пространстве культуры XXI века бытует тенденция увеличения коммеморацией: открываются новые краеведческие музеи, воздвигаются памятники в честь важных исторических событий, реставрируются и обновляются объекты культуры. Только за 2020 год в России было создано 20 новых памятных мест в честь событий Великой Отечественной войны. Данный факт говорит о важности сохранения исторической памяти в формах классического искусства.

Чаще всего инициатором данного процесса является государство, ведь оно заинтересовано в том, чтобы культурное достояние страны процветало. Подтверждением этому является разработка стратегий по развитию культуры в государстве (на 2021 год действующей стратегией в нашей стране является «Стратегия по государственной культурной политике на период до 2030 года»).

Современные технологии входят в сферу художественного пространства прочно и смело. Так, к примеру, на открытии Ржевского мемориала в 2020 г. были использованы квадрокоптеры в проведении светодинамического шоу. Использование подобных визуально-декоративных техник эстетически востребовано и зрелищно-привлекательно (традиционные световые шоу проекты в С.-Петербурге, Петергофе).

Востребованность порождает спрос, а спрос развивает рынок. Следовательно, общество формирует определенный заказ на предметы искусства, на

новые формы подачи культурного арт-объекта. Но чего оно действительно хочет? Догадаться нетрудно: удовлетворить все свои потребности. Согласно разработанной пирамиде потребностей А. Маслоу человек нуждается в удовлетворении первичных (физиологических и экзистенциальных), вторичных (социальных и престижных) и духовных потребностей. К числу высших духовных потребностей относятся и эстетические.

Во все времена люди думали и поступали, исходя из своих базовых потребностей, зачастую игнорируя морально-нравственные ценности и духовную культуру. Но одни только естественные потребности не являются эффективным двигателем экономики: для ее стремительного развития необходимо удовлетворять и высшие культурные потребности. Желание человека ориентироваться в пространстве культуры наблюдается в каждой исторической эпохе, что вызвало на протяжении всего времени активное строительство музеев изобразительных искусств, краеведческих музеев, музеев заповедников и т. д., что явно свидетельствует и об активном социально-экономическом развитии. Живопись, скульптура и декоративные предметы арт-среды, ставшие антиквариатом и раритетом, становятся признаком достатка в среде зажиточных и богатых людей. Коллекционеры начинают охотиться за предметами роскоши, тратя порой бешеные суммы за произведения классиков и деятелей современников искусства. Значит, спрос на товары художественного рынка растет и, следовательно, можно рассматривать искусство как товар экономических благ, как средство производства для достижения прибыли.

Культурная сфера всегда играла важную роль в духовном и экономическом развитии. Например, во времена советской власти в России искусство находилось в жестких идеологических рамках: все, что не соответствовало действующей цензуре, было запрещено, уничтожено, в редких случаях «уходило в стол». Значит, искусство зависит от задач, которые ставятся перед ним в соответствии с историко-культурным контекстом, что во многом определяет запросы арт-рынка.

По мнению исследователя Михаила Погарского, рынок во все времена жестко и цинично предъявлял свои права на формирование спроса и предложения произведений искусства, диктуя при этом стратегию его развития, инвестируя наиболее эффективные коммерческие проекты. Автор вывел тезис, что от наших потребностей зависит спрос и предложение на рынке, необходимо лишь грамотно ими воспользоваться. Взгляд И. Бродского на искусство был иным: он считал искусство – наиболее полной и «буквальной» формой частного предпринимательства. Поэт считал, что художник – есть частный предприниматель, товарами производства которого являются предметы искусства. Хангельдиева И.Г. же считает, что современное общество коммерциализирует искусство для более эффективного достижения прибыли. «Коммерческое искусство – это искусство, которое должно соответствовать критерию художественности, но при этом имеет коммерческий успех, т.е. позволяет получить прибыль» [3, с. 4]. Коммерциализация искусства – эффективное достижение прибыли с помощью включения в искусство элементов предпринимательства без ущерба качеству художественности. Причем, получение прибыли первично, а художественность – вторична. Качество при этом не играет важной роли для художника, – главное для него выполнить социальный заказ.

«Создавая уникальное в своем роде произведение искусства, художник реализует свои яркие творческие способности и рассчитывает на определенное материальное вознаграждение, выступая как производитель некоего продукта» [6, с. 27]. Творец, как частный предприниматель, предлагает свой товар – произведение искусства – на художественном рынке. На современном арт-рынке важен не столько объем продаж, сколько рост цен. По мнению Н.О. Старковой, для более эффективного развития цивилизованного общества необходимо включение в экономику элементов арт-рынка и арт-бизнеса, выступающих как зеркало социально-культурных процессов, происходящих в обществе. Главная их цель – удовлетворить потребности потребителя в личностном развитии, эстетическом и культурном совершенствовании. Такой рынок определяет вид экономических и культурных отношений, а именно: сферу предложения и

спроса на произведения искусства, их денежную стоимость, а также специфические виды услуг, связанные с обслуживанием этого рынка.

Художественный рынок активно формировался уже в XIX веке, когда еще не было деления на классическое и современное искусство. Данный факт обусловлен активной коммерциализацией искусства и взаимодействием бизнеса и культуры во время проведения Великих экономических реформ XIX века. Товарное обращение художественных произведений, происходившее в ту эпоху, воспринималось обществом уже как реальность, которая повлияла на развитие современного искусства, творческих процессов в нем, на развитие личности художника.

В социокультурном пространстве спрос на классическое и современное искусство неоднозначен. В начале XIX века большим спросом на торгах пользовались произведения классиков, «великих мастеров» – Леонардо да Винчи, Рембрандта, Рубенса, Веласкаса. Конкурировали богатые покровители искусства, создавая фон культурной среды европейского общества.

Спустя полвека ситуация на арт-рынке меняется: работы современных авторов занимают равные позиции с работами классиков. Данный период ознаменовался серьезной конкурентной борьбой на художественном рынке за получение наибольшей прибыли. Так, на аукционе «Christie's» в 2013 г. работа современного автора получила первое место в списке торгов, зафиксировав рекорд продаж произведений искусства для открытых аукционов за все время их проведения, державшийся до 2015 г. Это триптих Фрэнсиса Бэкона «Три наброска к портрету Люсьена Фрейда», написанный им в 1969 году. Его выкупили на аукционе за первые 6 минут начала продаж на сумму 142 404 992 долларов США; тогда как работа П.П. Рубенса «Избиение младенцев» заняла лишь тринадцатое место в списке аукциона «Sotheby's» в 2002 г., проданная за 76 671 280 долларов США [1].

В современном пространстве культуры XXI века конкуренция классического и современного искусства на арт-рынке сохраняется, но, тем не менее, обе формы искусства «уживаются» друг с другом. В условиях увеличения ком-

мемораций, возвращения к традициям прошлого, желания людей зафиксировать в памяти судьбоносные события прошлого и попытаться прикоснуться к истории через искусство порождает огромный спрос на аукционах наших дней. Так, 9 ноября 2021 года прошел аукцион «20th/21st Century Art Evening Sales», который установил 10 рекордов за торги. Самым продаваемым лотом аукциона является «Вина золотых зубов» Жана-Мишеля Баскии 1982 года, которое было продано за 40 000 000 долларов [5]. В наше время ее можно уже рассмотреть как классический шедевр искусства, хранившийся четверть века в частной коллекции. 11 ноября прошел аукцион «Коллекция Кокса: история импрессионизма», самым дорогостоящим произведением искусства которого стал шедевр Поля Сезанна «Вид на залив в Марселе со стороны Эстака», выручивший 55 320 000 долларов [5]. Примером же современного искусства может стать работа Майкла Винкельманна «Ежедневно: первые 5000 дней» (2021 г.) выполненная как арт-объект в виде невзаимозаменяемого токена (NFT), проданная за 69 миллионов долларов на Christie's в марте 2021 г [5].

Итак, можно с уверенностью утверждать, что классика, безусловно, востребована в нынешнем культурном пространстве. Коллекционеры мира воюют за приобретение шедевров великих мэтров искусства, творивших в разные исторические эпохи и в разных жанрах. Но, конечно же, список людей не ограничивается только коллекционерами, ведь ищут эстетическое удовольствие в культуре все, кто имеют чуткую натуру, способную видеть смысл в многообразии красок полотен, в изображениях кругов и квадратов, продаваемых за миллионы долларов, и в арт-объектах, сделанных с помощью современных техник. За красоту надо платить, – арт-рынок и арт-бизнес это суровый, порой циничный мир, в котором ценообразование задает жесткие рамки на товары искусства.

Социокультурная среда всегда будет нуждаться в произведениях классического искусства. В самом слове «классика» заложено своего рода обращение к прошлому и аккумуляровано противопоставление современности [7, с. 380]. «Классика – не мертвое творение прошлого, она живо реагирует на обновляю-

щиеся запросы, оставляя при этом за собой право нести сквозь века неизменные ценности» [2, с. 93]. Современные авторы вдохновляются работами классиков, используя их как образец для создания уникального продукта для продажи. Современные авторы порой и не знают, что предложить обществу, в котором и так уже все есть, и тогда они и обращаются к шедеврам классического искусства. Современные художники с помощью различных информационных технологий могут вдохнуть новую жизнь в произведения прошлого, преобразив и модернизировав их. В основе сохраняется ядро вечного классического искусства, принимаемое современные формы, обернутое в новые обличья. Классика доминирует содержательно, но это положение в принципе возможно за счет узнаваемых и востребованных современных форм.

Итак, современные технологии способны помочь классическому искусству приобрести новый вид, демонстрируя обществу свою актуальность и спрос на арт-рынке. Если классическое и современное искусство будут активно развиваться, привнося друг в друга что-то новое, например, взгляд или форму, то и в пространстве современной культуры классика будет востребована в рыночных реалиях. Например, большое распространение в музейном пространстве на данный момент играют «живые экспозиции» на выставках, при том, что представляются именно произведения великих классиков. Примером может послужить прошедшая 7 ноября 2021 г. в Екатеринбурге иммерсивная выставка «Ван Гог. Рожденный под холодной звездой». Живые экспозиции, голограммы творений художника, мультимедийная экскурсия о творчестве Винсента Ван Гога, не удались бы без современных технологий.

Радует, что классическое искусство начинает играть новыми красками с помощью современных техник, вдыхая тем самым в него новую жизнь. Значит, обе формы искусства должны не просто уживаться, но и взаиморазвиваться, продвигать, популяризировать друг друга.

Классика будет востребована во все времена, она будет жива и современна в культуре любого общества. Классическое искусство играет важную роль и в

современном культурном пространстве, способствуя сохранению исторической памяти и её реинтерпретации в новых формах.

Список литературы

1. Аукцион Коллекция Кокса: История импрессионизма, вечерняя распродажа (christies.com). URL: <https://www.christies.com/en/auction/the-cox-collection-the-story-of-impressionism-evening-sale-20376-nyr/>

2. Васильев А.Г. Феномен творчества в контексте memorystudies / А.Г. Васильев // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – №1 – Том I (Гуманитарные науки). – С. 227–231.

3. Долакова М.И. Экономические и правовые основы художественного рынка / М.И. Долакова // Учебно-методическое пособие. – М., 2017. – С. 122.

4. Калашников В. Мемориальный WinRAR: практики коммеморации в современной России – 2021 [ЭССЕ] / В. Калашников. URL: <https://spectate.ru/memory-culture/>

5. Неделя продаж на миллиард долларов возвращается в Christie's во главе с мастерами-импрессионистами из коллекции Кокса. URL: <https://www.christies.com/features/21st-century-20th-century-evening-sale-results-november-2021>

6. Старкова Н.О. Анализ становления и развития арт-рынка и арт-бизнеса / Н.О. Старкова // European sciencereview. – 2014 – С. 27–30.

7. Шуб М.Л. Классика в пространстве современной культуры: специфика восприятия и формы актуализации / М.Л. Шуб // Ярославский педагогический Вестник. – 2015. – №5. – С. 378–382.