

На правах рукописи

**Сентемова
Александра Романовна**

**Культура вербальной саморепрезентации
художников поп-арта**

Специальность: 24.00.01 — Теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Москва — 2022

Работа выполнена на кафедре философии, социологии и культурологии
АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Научный руководитель: **Лисович Инна Ивановна**
доктор культурологии, доцент

Официальные оппоненты: **Малыгина Ирина Викторовна,**
доктор философских наук, профессор,
заведующий кафедрой мировой культуры
ФГБОУ ВО «Московский государственный
лингвистический университет»

Захарченко Ирина Николаевна,
кандидат исторических наук, доцент, доцент
кафедры истории и теории культуры
ФГБОУ ВО «Российский государственный
гуманитарный университет» РГГУ

Ведущая организация: **ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»**

Защита состоится «21» сентября 2022 г. в 15.00 час. на заседании
диссертационного совета Д 521.004.07, созданного на базе АНО ВО
«Московский гуманитарный университет» по адресу: 111395, г. Москва,
ул. Юности, д. 5, корпус 3, ауд. 511.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на официальном
сайте (www.mosgu.ru) АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Автореферат разослан «___» _____ 2022 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 521.004.07,
доктор социологических наук

Э. Ф. Макаревич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования определяется необходимостью изучения культуры саморепрезентации в целом, поскольку «поп-арт» заложил ее основные принципы, которые с успехом используются сегодня в новых медиа, социальных сетях и блогинге, когда каждый получил не только право на более чем 15 минут славы, но и коммерциализировал саморепрезентацию и свой взгляд на происходящее.

В 1950-х гг. в странах Европы и в Северной Америки началось формирование культуры «общества потребления». Именно тогда стали наблюдаться интенсивные социокультурные изменения, которые продолжаются до сих пор и затрагивают экономическую, политическую, социальную и культурную сферы общества, обусловленного постиндустриальной культурой, развитой системой услуг и информационных технологий.

Потребление перестало быть вынужденным и превратилось в массовый социокультурный феномен высокоразвитых стран. В сознании людей произошла кардинальная переоценка ценностей. Начался расцвет массовой культуры, которая по-новому связала материальные и духовные ценности.

Повседневное использование продукции массовой культуры, встроенность ее эстетики и ценностей в обыденное восприятие размыли границу между «высоким» и «низким» искусством. Это стало условием, контекстом и предпосылкой появления одного из наиболее известных художественных направлений второй половины XX в. — искусства, получившего название «поп-арт».

Расцвет поп-арта и его последователей обусловлен развитием массовой культуры и ознаменовал собой не только революционный переворот в изобразительном искусстве того времени, но и во многом повлиял на восприятие самой реальности и окружающего мира. Данное течение стало одним из наиболее резких, непосредственных и в то же время неоднозначных ответов на вызовы эпохи.

Его родиной была Великобритания, а местом наиболее интенсивного развития — США. Художники поп-арта приобрели известность, сопоставимую с известностью звезд шоу-бизнеса (примером может послужить Энди Уорхол). Отразив изменения, произошедшие в культуре середины XX в., поп-арт произвел революцию в искусстве: грань между им и жизнью начинает стираться, а последователи поп-арта посредством новых принципов саморепрезентации и своего искусства приносят в обыденное массовое сознание новое эстетическое видение мира и культуру поп-потребления в сочетании с индивидуализмом.

В этих условиях ощущается потребность в углублении и расширении знаний о направлении «поп-арт». Изучение культуры вербальной саморепрезентации художников поп-арта по сей день остающегося актуальным феноменом, несмотря на то, что о работах и стилистике этого художественного направления написано много работ и в России, и за рубежом. Данное исследование позволит заполнить имеющиеся лакуны в этой области.

Вербальная саморепрезентация сопровождала художника на протяжении многих веков, но ранее не становилась предметом самостоятельного культурологического исследования. К нерешенным проблемам следует отнести отсутствие перевода текстов художников поп-арта на русский язык (за некоторым исключением), их анализа через призму культурологии, изучения специфики и трансформации вербальной саморепрезентации художников под воздействием эпохи, использование вербальной саморепрезентации для построения имиджа художника.

Особая потребность в данных исследованиях связана с необходимостью получения более полного научного знания в области данного художественного течения западной культуры во второй половине XX в., повлиявшего на мировую культуру и продолжающего оказывать воздействие и по сей день.

Выбор для исследования культуры вербальной саморепрезентации художников поп-арта обусловлен не только их вкладом в развитие поп-арта как художественного направления, их широкой известностью, «открытостью» миру, готовностью и желанием публично обсуждать собственное творчество, поп-арт и социальные проблемы. Высказывания данных художников важны с точки зрения оценки их роли в истории поп-арта, способности к саморефлексии, мнений о данном направлении в искусстве. Известнейший представитель поп-арта Э. Уорхол утверждал, что в будущем каждый станет мировой знаменитостью на пятнадцать минут, тем самым сделав саморепрезентацию одним из трендов современности. Искусство саморепрезентации, процветающее в новых медиа, таких как социальные сети, видео-платформы и т. д., отличается опосредованностью — человек редактирует себя, свой имидж и свои высказывания, прежде всего, ориентируясь на адресата. Э. Уорхол на своем примере задал вектор развития данного типа саморепрезентации, массовой в современных медиа.

Поп-арту было присуще активное коммерческое начало, что стало трендом современной культуры, причем наиболее активным и успешным бизнесменом, который не только не стеснялся этого, но и открыто пропагандировал, являлся Э. Уорхол. Мемуары «I'll be your mirror», «Философия Энди Уорхола: (от А к Б и наоборот)» также важны с точки зрения восприятия Уорхолом себя как художника, и представляют собой ретроспективный взгляд на свое творчество.

Его мемуары говорят о противопоставлении себя другим художникам поп-арта, показывают его путь к славе и популярности.

Таким образом, получению целостного знания о поп-арте с точки зрения культуры саморепрезентации препятствуют лакуны в искусствоведческих и культурологических трудах, связанные с текстами художников, историей их вербального самовыражения, соотношения вербального и живописного высказывания художника, саморепрезентацией и ее модусами художников поп-арта в социокультурном контексте.

Степень научной разработанности проблемы. Изучение отечественной и зарубежной научной литературы по теме диссертации показало, что фундаментальных исследований по вербальной саморепрезентации художника поп-арта практически не проводилось. Между тем, к настоящему времени появилось значительное число научных трудов, посвященных разным аспектам саморепрезентации, что позволило их авторам выделить и исследовать некоторые особенности вербальной саморепрезентации художника, вербального имиджа, психологии искусства, а также живописного и вербального слова художника.

Их можно разделить на 3 основных группы.

Первую группу составляют исследования, посвященные проблеме саморепрезентации, самопредъявления, самовыражения, имиджа и, в частности, вербального имиджа и психологии речи, которая изучалась целым рядом исследователей, такими как И. Гофман, М. Лири и Р. Ковальски, И. П. Шкуратова, С. Джулард, Н. В. Амяга, Дж. Тедеси и М. Риес, И. Джонс и Т. Питтман, Д. Шнайдер, А. Ю. Панасюк, Е. Б. Перельгина, Н. М. Блинова, В. М. Шепель, К. Л. Лидин, М. О. Кошлякова, И. М. Румянцева, Л. С. Выготский.

Ко второй группе относятся исследования по социологии, философии и теории культуры, герменевтики, природы и психологии искусства, теории искусства и его внутреннего строения. Данные темы изучались такими исследователями, как П. Бурдые, Х. Ортега-и-Гассет, А. Я. Зись, В. В. Фещенко и О. В. Коваль, М. Чудакова, В. В. Ванслов, Г. Г. Гадамер, О. А. Кривцун, И. Н. Захарченко, Л. Ф. Хабибулина.

Основы теории самораскрытия, самопредъявления и самовыражения заложены в трудах Н. В. Амяга, И. П. Шкуратовой, М. Лири и Р. Ковальски, С. Джуларда и других исследователей, изучавших проблему саморепрезентации. Значительный вклад в развитие имиджологии на текущем этапе, познание сущности «имиджа», формирование теоретических основ самопредъявления личности внесен такими учеными, как Е. Б. Перельгина, Н. М. Блинова, А. Ю. Панасюк, В. М. Шепель.

Проблемы имиджирования, вербального имиджа, психологии и технологии формирования имиджа затрагиваются в работах К. Л. Лидина, М. О. Кошляковой. Вопросы речевого поведения, психологии речи разрабатываются Л. С. Выготским, И. М. Румянцевой.

Проблема эстетики, философии культуры и соотношения вербального и живописного слова художника исследуются в работах Хосе Ортеги-и-Гассета, А. В. Маркова. Существенную часть разработки психологии искусства, природы искусства, психологии художника, его статуса и отношения общества к нему занимают исследования О. А. Кривцуна, А. Я. Зись.

Существенную часть разработки проблематики семиотики искусства и лингвоэстетики занимают исследования В. В. Фещенко и О. В. Коваль. Отдельным вопросам данного направления уделяют внимание такие ученые, как М. О. Чудакова и В. В. Ванслов.

Основы теории герменевтики, интерпретации языка искусства, самоистолкования художника были заложены таким зарубежным философом, как Г. Г. Гадамер.

Проблемы культурологии, философии и теории культуры и искусства исследуются в работах И. И. Лисович, В. А. Колотаева, А. В. Маркова, И. В. Малыгиной.

Третью группу исследований составляют работы, посвященные непосредственно стилю поп-арт, а также художникам поп-арта. Что касается арсенала отечественных и зарубежных исследований, посвященных американскому поп-арту, то он достаточно велик. С момента завоевания этим художественным направлением признания оно находилось под пристальным вниманием ученых и критиков. Значительную роль в изучении поп-арта и построении постмодернистской концепции культуры сыграли ученые, раскрывшие данную проблему в контексте современного общества потребления и массовой культуры. Речь идет о таких исследователях, как Ж. Бодрийяр, А. С. Зверева, К. Каррьеро, А. В. Рыков, В. Н. Сибиряков, К. Хоннеф, Э. Шейнс, А. Толстой, J. James, М. Вэйзи, А. В. Петров и Л. Е. Баклыкская, П. К. Петухов, А. Е. Обухова, М. В. Орлова, Л. Е. Муравьева, М. А. Морозова, О. А. Ярцева.

В то же время в работах указанных ученых в недостаточной степени исследованы проблемы, связанные с вербальной саморепрезентацией художников, в частности художников поп-арта. Дискуссионность проблематики, недостаточная исследованность устных и письменных высказываний художников, отсутствие научного определения вербальной саморепрезентации художников, а также особенностей вербальной саморепрезентации художников поп-арта предопределили цель, задачи, объект и предмет диссертационного исследования.

Таким образом, в связи с темой диссертации можно выделить ряд проблем: в современных исследованиях доминирует изучение таких аспектов, как стилистические особенности поп-арта и материальное наследие художников поп-арта; отсутствуют переводы текстов художников поп-арта на русский язык; ранее комплексно не исследовалась культура вербальной саморепрезентации художников, в том числе с точки зрения истории ее развития; отсутствуют научные исследования о вербальных высказываниях художников поп-арта; не изучена трансформация вербальной саморепрезентации художников в пространстве самого поп-арта.

Объект исследования — культура саморепрезентации художника.

Предмет исследования — вербальная саморепрезентация художника поп-арта в культурно-историческом контексте.

Цель исследования — выявить специфику вербальной саморепрезентации художника поп-арта с точки зрения ее культурно-исторического развития и особенностей, определивших его публичный имидж.

Задачи исследования.

1. Проанализировать подходы к изучению понятий саморепрезентации, вербальной саморепрезентации и публичной вербальной саморепрезентации и определить их соотношение.

2. Выявить особенности вербальной саморепрезентации художника.

3. Проследить развитие модусов вербальной саморепрезентации художника в европейской культуре от Античности до XX в.

4. Определить специфику культуры саморепрезентации художников XX в.

5. Проанализировать особенности культуры вербальной саморепрезентации художника поп-арта.

6. Определить влияние таких факторов, как «социокультурная среда», «личность художника» и «художественные произведения» на культуру саморепрезентации художников поп-арта и нео-поп.

Гипотеза исследования. Специфика культуры вербальной саморепрезентации художников поп-арта, определившая их массовый публичный имидж, с одной стороны, обусловлена предшествующими культурно-историческими модусами репрезентаций художников, адресованностью, жанрами и другими факторами, с другой стороны, — культурой общества потребления, коммерциализацией искусства, работой в сфере рекламы, иллюстрации и фотографии. Благодаря этим факторам вербальная саморепрезентация декларирует открытость поп-арта, соединение высокого и низкого, эпатажные эксперименты в создании произведений искусства (знаковых образах, новых технологиях и средствах репродуцирования и новых материалов) и стремление установить новые стандарты искусства.

Методология и методы диссертационного исследования.

В качестве методологической основы избран принцип историзма, который позволил исследовать развитие культуры и модусов вербальной саморепрезентации художника в Европе от Античности до XX в.; при помощи структурно-функционального метода определена роль вербальной саморепрезентации в формировании публичного имиджа художника. Сравнительно-сопоставительный метод был использован для изучения соотношения живописного и вербального высказывания художника в вербальной саморепрезентации художника; сравнительно-типологический метод позволил в зависимости от модуса саморепрезентации выявить социокультурные типы художника, характерные для определенной эпохи. С помощью аксиологического метода были определены ценность и место вербальной саморепрезентации художника относительно влияния социокультурной среды, личности художника и их художественных произведений. В работе были также применены контент-анализ и анализ дискурса для решения таких задач, как анализ социокультурного и коммуникативного контекстов, модусов и адресатов вербальной саморепрезентации художника поп-арта; герменевтический метод позволил интерпретировать язык искусства и вербальные текст художников; при помощи междисциплинарного подхода были соотнесены все вышеизложенные задачи, что предоставило методологический инструмент для комплексного анализа феномена культуры вербальной саморепрезентации и достижения вышеобозначенной цели исследования.

Теоретической базой исследования послужили фундаментальные положения ряда научных направлений: зарубежные и российские концепции саморепрезентации (И. Гофман, М. Лири и Р. Ковальски, С. Джулард, Дж. Тедеси и М. Риес, И. Джонс, Т. Питтман, Д. Шнайдер, Ю. М. Жуков, И. П. Шкуратова, Н. В. Амяга), которые представляют феномен саморепрезентации, внешние и внутренние факторы саморепрезентации; теория имиджологии (А. Ю. Панасюк акцентирует внимание на стратегиях формирования имиджа, приравнивая понятие «саморепрезентации» к процессу создания имиджа), психология имиджа (Е. Б. Перельгина, Н. М. Блинова, К. Л. Лидин изучают понятие «имидж» и исследуют технологии и инструментариимиджологии, в том числе и вербализацию), теория формирования имиджа (А. Ю. Панасюк, М. О. Кошлякова исследуют технологии формирования имиджа, отдельно выделяя вербальный имидж, являющийся важной составляющей индивидуального образа), теории вербального имиджа (В. М. Шепель изучает составляющие имиджа, особое внимание уделяя речи в построении эффектного образа человека), анализ дискурса (М. Фуко, Э. Бенвенист, И. И. Лисович исследуют понятие «дискурс»

и дискурсивные практики в культуре), психология искусства (О. А. Кривцун, В. В. Ванслов обращают внимание на закономерности восприятия произведения искусства, парадоксы творческого сознания художника, а также художественную рефлексию), социология и философия культуры, эстетика (П. Бурдьё, Х. Ортега-и-Гассет, А. Я. Зись) и семиотика искусства (В. В. Фещенко, О. В. Коваль, М. Чудакова обращают внимание на вербальную саморепрезентацию художника и исследуют соотношение вербального и живописного слова мастера).

Источниковая база исследования.

Источники, используемые в работе, можно подразделить на две группы. К *первой группе* относятся тексты, написанные западноевропейскими художниками на протяжении I–XX вв. (от Витрувия до О. Ренуара). Они были необходимы для того, чтобы проследить как менялось представление художников о себе, своем творчестве и искусстве живописи. Ко *второй группе* относятся тексты собственно представителей поп-арта, созданные в период 1960–1980-х гг. Их изучение необходимо для определения специфики саморепрезентации художников поп-арта.

Первая группа источников характеризуется большим разнообразием жанров: эпитафии, мемуары, воспоминания, дневники, автобиографии письма, высказывания, теоретические работы и трактаты художников, где они делятся своими мыслями и идеями, обсуждают их между собой и стараются донести свои замыслы и представления до публики. Данные работы хорошо известны культурологам, историкам, искусствоведам. Они изучены и опубликованы, однако до настоящего времени не использованы в достаточно большом объеме для исследования характера трансформации саморепрезентации западного художника.

Вторая группа источников не столь богата жанрами. Она представлена лишь интервью и мемуарной литературой. В исследовании анализируется интервью и высказывания таких известных художников поп-арта и нео-поп, как Энди Уорхол, Рой Лихтеншейн, Джим Дайн, Роберт Индиана, Ричард Гамильтон, Джаспер Джонс, Клас Ольдэнбург, Уэйн Тибо, Мэл Рамос, Аллан Джонс, Эд Пашке, Кит Харинг, Кенни Скарф, Синди Шерман, Джефф Кунс, Питер Хелли и Сэнди Скогланд. Данные интервью опубликованы в американских журналах по искусству, таких как «The Art News», «The Art Newspaper», «Art Theory», «My Art Space», «Huffpost», «BOMB Magazine», «Index Magazine», «Hatje Cantz Magazine». Также в исследовании анализируются аудиозаписи интервью с известными представителями поп-арта из Коллекции устных историй (Oral History Interviews), являющихся частью Архивов

Американского Искусства (Archives of American Art), которые входят в состав Смитсоновского Института (Smithsonian Institution).

Большинство использованных источников второй группы не переведены на русский язык. Переводы текстов осуществлены автором данной работы. Помимо интервью в работе использована и мемуарная литература. Она позволяет нам взглянуть на прошлое глазами художника, понять его восприятие и чувства относительно себя и своего творчества. К сожалению, не многие художники оставили свои мемуары, это можно объяснить тем, что не все представители искусства, а лишь некоторые способны к вербальной саморефлексии.

Научная новизна исследования.

1. Проведен анализ существующих подходов в отечественных и зарубежных исследованиях к пониманию содержания понятий «саморепрезентация» и «вербальная саморепрезентация», выявлены фундаментальные черты феномена саморепрезентации, предложены определения указанных понятий, наиболее точно отражающие природу данного феномена культуры.

2. Выявлено значение вербальной саморепрезентации в формировании вербального имиджа художника.

3. Дана авторская трактовка понятия «вербальная саморепрезентация художника» на основе существующих подходов к пониманию содержания понятия «вербальная саморепрезентация художника», выявлена значимость и основные особенности вербальной саморепрезентации художника.

4. Представлена история развития отношения художника к себе, своему творчеству, коллегам и адресату / потребителю искусства посредством вербальной саморепрезентации, также исследованы формы и модусы авторской саморепрезентации художников от культуры Античности до XX в.

5. Описаны модусы вербальной саморепрезентации художника поп-арта на базе предложенных определений и исторически сформировавшихся практик; раскрыта специфика вербальной саморепрезентации художника поп-арта.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Саморепрезентация — это опосредованное вербальное и невербальное представление собственной личности в процессе коммуникации с целью формирования определенного образа себя в сознании окружающих. К разновидности саморепрезентации относится вербальная саморепрезентация, она проявляется посредством речевого поведения человека (устного и письменного), выражает его вербальный имидж, который является важнейшей составляющей индивидуального имиджа.

Публичная вербальная саморепрезентация — это письменное (текст) или устное речевое действие, целью которого является донесение нужной информации до аудитории, самовыражение, а также создание нужного субъекту образа, речевого имиджа в сознании группы людей / потребителей / целевой аудитории.

2. Специфика вербальной саморепрезентации художника связана с тем, что она представляет собой часть коммуникативной культуры, которая проявляется посредством самовыражения, саморефлексии и высказываний художника (устных и письменных), обусловленных социокультурной средой, чертами личности художника и подходом к созданию произведений искусства. Составной частью культуры вербальной саморепрезентации мастера является ее адресованность, при этом в каждом из периодов в истории развития европейской культуры художники предпочитают определенного адресата, модусы и формы высказывания.

3. С раннего Нового Времени художники приобретают символический капитал, источники формирования которого связаны с эволюцией коммуникативной культуры и структуры общества. В зависимости от эпохи основными адресатами становятся: заказчик-правитель, собраты по цеху, церковь, патроны, горожане, зрители, заказчики, публика, зрители, потребители, прохожие на улице, фолловеры.

4. Доминирующие исторические формы и жанры вербальной саморепрезентации художника отличает вариативность и разноплановость, к ним можно отнести: письма, дневники, мемуары, записки, автобиографии, эпитафии, эпистолярный жанр, теоретические трактаты, пояснения к картинам, манифесты, интервью.

5. Модусы саморепрезентации художников от Античности к XX в. отражает их основные особенности, присущие культуре каждой эпохи, а также основные социокультурные типы художников, которые можно условно обозначить как: художник-гражданин (Античность); художник-ремесленник (Средние века); художник-универсал (эпоха Возрождения); придворный художник, художник-ученый (XVII — последняя треть XIX вв.); художник-интеллектуал, художник-интеллигент (в русской традиции) (конец XIX — начало XX вв.); художник-provokator (XX — начало XXI вв.); художник — селебрити, художник-бизнесмен (1950–1960-е гг.) и художник-демократ (1970–1980-е гг.). Возникшие модусы репрезентации могут также проявлять себя в последующие эпохи.

6. В XX в. складывается современный тип художника — provokator, который восстал против обязательных канонов, норм, схем и академизма. Художник-provokator предстаёт свободным творцом, его индивидуальная манера самовыражения приобретает особую ценность и значение в культуре

публичной саморепрезентации. В связи с этим художники стремились к распространению своих взглядов: они писали манифесты, издавали многочисленные труды, в числе которых были теоретические пояснения к их работам, а также трактаты, где излагали свои творческие, философские и мировоззренческие концепции.

7. В 50–60-х гг. XX в. благодаря культуре поп-арта складываются новые типы художника, которых можно обозначить как художник-селебрити и художник-бизнесмен, для них характерен новый модус медийности и стремление к получению коммерческой выгоды от продуктов своего искусства, что находит отражение в их вербальной саморепрезентации. В 80-х гг. представителей нео-поп можно обозначить как тип художника-демократа, поскольку они демонстрируют эгалитарный стиль публичного поведения и творчества.

8. Вербальная саморепрезентация художников поп-арта и нео-поп — это система самовыражения, саморефлексии и высказываний представителей данных направлений искусства, обусловленная средой и культурой общества потребления, коммерциализацией искусства, коммерческой работой художника в сфере рекламы, иллюстрации и фотографии, которая сочетается с университетским образованием в области изящных искусств. Вербальная саморепрезентация демонстрирует соединение таких черт поп-артиста, как открытость, эпатаж, желание экспериментировать с особым подходом в создании произведений искусства (знаковыми образами, новыми технологиями и средствами репродуцирования, и новыми материалами). Таким образом, вербальная саморепрезентация в данном случае сама становится поп-арт-объектом.

Теоретическая значимость исследования обусловлена обоснованием культурологических исследований феномена культуры вербальной саморепрезентации художников. В данной работе выявлены модусы, характеризующие культуру вербальной саморепрезентации представителей поп-арта; значительно расширена источниковая база исследований феномена саморепрезентации и вербальной саморепрезентации художника; описан процесс трансформации социокультурного статуса и положения художника на примере их текстов.

Практическая значимость. Основные положения и выводы диссертационного исследования могут быть использованы при разработке и реализации имиджевой и коммерческой составляющей в культурно-художественных проектах; для чтения таких дисциплин, как теория и история культуры, имиджелогия, история зарубежного искусства, искусствоведение.

Апробация результатов исследования. Основные выводы и теоретические положения диссертационного исследования были представлены

на научных мероприятиях международного и всероссийского уровня, в числе которых: межвузовская конференция «Региональные варианты массовой культуры» (Москва, 2018 г.), международная конференция «Россия и Запад: диалог культур» (Москва, 2017 г.) и международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2016 г., 2017 г.).

Основные положения диссертации отражены автором в 7 научных публикациях общим объемом 3,8 п. л., в том числе в 4 статьях, опубликованных в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.

Соответствие диссертационного исследования Паспорту научной специальности. Работа соответствует специальности 24.00.01 — Теория и история культуры (культурология) и выполнена в соответствии со следующими пунктами Паспорта специальностей ВАК РФ: 1.14. Возникновение и развитие современных феноменов культуры; 1.21. Традиционная, массовая и элитарная культура; 1.23. Личность и культура; 3.6. «Массовая культура» как социальный феномен.

Структура диссертационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, включающих девять параграфов, заключения, списка используемой литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность выбранной темы и ее научная новизна, формулируются цель и задачи исследования, его предмет и объект, положения, выносимые на защиту, определяется методология исследования, источниковая база исследования, обосновывается его теоретическая и практическая значимость, приводятся сведения об апробации результатов работы, обозначаются объем и структура диссертации.

Первая глава «Культура вербальной саморепрезентации художника: понятие, функции и история развития» посвящена изучению вербальной саморепрезентации художника. Глава состоит из четырех параграфов.

Первый параграф «Понятие вербальной саморепрезентации и ее функции в формировании имиджа» посвящен рассмотрению существующих подходов и концепций в отечественных и зарубежных исследованиях в определении и описании саморепрезентации. Понятие «саморепрезентация» имеет различные близкие по смыслу термины: самоподача, самопредъявление, самораскрытие, самовыражение, управление впечатлением и создание имиджа. Саморепрезентация, как и формирование имиджа, примечательны наличием значительной речевой составляющей. Саморепрезентацию в широком смысле

можно определить как вербальное и невербальное представление собственной личности в процессе коммуникации с целью формирования и контроля определенного нужного образа себя в сознании окружающих.

Вербальная саморепрезентация занимает важное место в социокультурном пространстве, культуре производства и потребления художественного продукта; выполняет важную функцию в формировании имиджа, бренда и коммуникативного поля художника, являющихся факторами формирования символического капитала. В исследовании под культурой вербальной саморепрезентации понимается социокультурная практика, представленная в виде совокупности письменных форм (текст), устных речевых действий, направленных на публикацию нужной информации с целью создания публичного образа и речевого имиджа в сознании адресата, группы людей.

Вербальная саморепрезентация выполняет важную функцию в формировании имиджа, поскольку именно общение является основной формой социальной жизни; она является отражением уровня культуры человека, его социального статуса, интересов, основной деятельности, внутреннего мира и мировоззрения. Вербальная саморепрезентация дает дополнительную возможность создать довольно полный образ человека, который было бы проблематично составить только исходя из габитарного и кинетического имиджа.

Второй параграф «Культура вербальной саморепрезентации художника: соотношение визуального и вербального высказывания» посвящен выявлению значимости и основных особенностей вербальной саморепрезентации художника, формы которой отличает вариативность и разноплановость. К ним можно отнести: письма, дневники, мемуары, записки, автобиографии, эпитафии, эпистолярный жанр, теоретические трактаты, пояснения к картинам, манифесты и интервью. Практика вербальной саморепрезентации художника воспринимается как естественная, поскольку искусство, а именно живопись, имело дело со словом во время всего его существования, что объясняется особенностями габитуса художника. Габитус художника проходил трансформацию и менялся в зависимости от эпохи. Эпоха накладывала печать на его образ и социальную роль.

Культура вербальной саморепрезентации художника может быть кратко определена как система публичного самовыражения, саморефлексии, модусов высказываний художника (устных и письменных), обусловленная социокультурной средой, адресованная определенной публике, проявленная в чертах личности художника, его габитусе и в подходе к созданию произведений искусства.

Можно выделить несколько позиций относительно вербальной саморепрезентации: 1) на тексты художников с некоторым ограничением можно

полагаться, интерпретируя их творчество, так как словесная форма может помочь нам понять генезис и смысл произведения; 2) вербальное самовыражение художника не самый подходящий способ для раскрытия значений неязыкового произведения. Вербальная саморепрезентация художника зачастую не оставляла художника с начала авторской живописи, и с изменением эпохи и статуса художника трансформировалась, принимала все новые формы и с увеличением количества и жанрового разнообразия ставила перед собой все новые цели.

Постоянными чертами, характеризующими габитус художника на протяжении веков, были и остаются его произведения и вербальная саморепрезентация. Его визуальное и вербальное творчество является тем, что связывало и связывает творца с другими людьми.

Третий параграф «Развитие европейской культуры вербальной саморепрезентации художника от Античности до середины XIX в.» сосредоточен на исследовании основных культурно-исторических и социальных особенностей вербальной саморепрезентации художников в указанные периоды; трансформации отношения художника к себе и своему искусству, а также способов и форм авторской вербальной саморепрезентации в западной культуре (от Античности до середины XIX в.). Каждый из вышеупомянутых периодов примечателен особенностями развития культуры, которые оказывали влияние и на вербальную саморепрезентацию мастеров и ее адресатов.

Эпоху Античности отличает взаимосвязь архитектурного, гражданского и религиозного контекстов; художник выступает в качестве гражданина; основной средой для искусства является городское пространство; главным адресатом является заказчик-правитель (например, таковым для Витрувия становится Октавиан Август); личность автора в трактате минимизирована, и в тексте почти отсутствует информация об авторе произведения. В эпоху Средневековья художественная деятельность не рассматривалась как авторская, лишь немногие тексты носят характер описания рабочего процесса, адресованные братьям по цеху и церкви; основной тип художника — ремесленник.

В эпоху Возрождения появилось значительное число текстов, призванных продемонстрировать публичное представление художника о себе: автобиографии, эпитафии, эпистолярное наследие самим фактом своего существования заявляли о том, что художник считает себя достойным памяти и почитания современников и потомков, он выступает в качестве универсала. Их тексты главным образом предназначались, как и прежде, коллегам по цеху, церкви, а также патронам и горожанам. Мастера эпохи Возрождения продолжают следовать культурному образцу прошлого, отождествляют науку и искусство, что было заложено еще Витрувием. В эпоху Возрождения начинает формироваться символический капитал художника: своим талантом и родом деятельности он равен поэту;

новый социальный статус профессии демонстрирует упоминание их имен наравне с государями, учеными, гуманистами, поэтами и военачальниками в числе «знаменитых людей». Художники воспринимали себя и творцами, и мастерами; начинали осознавать ценность собственной субъектности.

В Новое время патронаж понтификов, королей и властителей наделяет художников особыми привилегиями, относительной свободой в творческой деятельности и в саморепрезентации. Благодаря этому складывается новый социальный модус саморепрезентации – придворный художник; а научная революция послужила появлению художника-ученого. Символический капитал художника формируется благодаря тому, что он обладал особым положением, авторитетом, славой, но формально служил своему господину-патрону, выполнял работы для заказчиков и получал за это жалование.

В XVII–XIX вв. развиваются старые жанры саморепрезентации и появляются новые, рядом с теоретическими рассуждениями существуют эмоциональные, личностные авторские высказывания. Мастера XVII–XIX вв., с одной стороны, продолжают опираться на античное наследие и на мастеров Ренессанса, следовать культурному образцу прошлого, подражать и изучать природу (в том числе природу человека, общества и его историю), о чем мы можем судить по текстам художников; с другой стороны, у мастеров начинает проявляться субъектность восприятия: художники пишут о стилистике, о традициях, о старом и новом, о себе, своих представлениях, идеалах и задачах. Они адресуют свои рассуждения и тексты другим художникам, зрителям и заказчикам.

В XIX в. символический капитал художника складывается благодаря тому, что он становится не просто представителем элиты, а всемирно известной персоной, причем, эта известность начинает приносить доход в условиях формирования рыночной экономики промышленного общества. Мастера стали представителями *творческой элиты*. Его символический статус часто определяется тем, что труд художника воспринимается как просветительский долг служения отчизне, роль искусства видится в духовном воспитании народа и развитии чувства патриотизма.

Четвертый параграф «Расцвет культуры вербальной саморепрезентации художника в последней трети XIX — начале XX вв.» раскрывает специфику культуры вербальной саморепрезентации художника в указанном периоде. Эпоху отличает бурное, часто революционное развитие искусства, что трансформировало статус художника, его восприятие обществом, и было связано с появлением большого количества новых жанров вербальной саморепрезентации художника, расширив тем самым круг адресатов. Появляется новый социальный тип художника — художник-интеллектуал (в русской традиции — художник-интеллигент). Символический капитал художника

складывается благодаря тому, что художник оказывает влияние не только на творческую среду, но и интеллектуальную, в том числе и посредством прессы.

Манифестация и объяснение публике, зрителям, заказчикам, потребителям и собратям по цеху своей уникальной, часто предельно субъектной, философии творчества посредством вербального текста становится немаловажной частью интеллектуальной среды, которая стремится к преобразованию мира. Эпоху конца XIX – начала XX вв. можно назвать расцветом художественной мысли. Социальный статус художника и его вербальная саморепрезентация эволюционировали в течение столетий — и, как следствие, к началу XX в. литературное наследие художников становится все более разнообразным: доклады, речи, объяснения и описания своих картин, эпитафии, воспоминания, заметки, афоризмы, лекции, манифесты, научные трактаты, декларации и программные документы.

Вторая глава «Вербальная саморепрезентация художника поп-арта в художественном и социокультурном контексте» состоит из пяти параграфов, где в контексте вышеописанных исторических модусов саморепрезентации исследуется специфика культуры вербальной саморепрезентации художников поп-арта и ее продолжение в нео-поп, а также влияние социокультурной среды, художественных произведений и личности мастера на его вербальную саморепрезентацию.

В первом параграфе «Культура саморепрезентации художника XX в.: манифестация субъектности» раскрывается специфика культуры саморепрезентации художника в XX в. Процессы индустриализации способствовали формированию нового мировоззрения. Разрушение многовековых традиций и новаторские начинания привели к тому, что перед художниками встает задача объяснения нового художественного языка читателям / зрителям. Появляется большое количество течений и стилей, которые то сменяют друг друга, то существуют параллельно, и художникам в режиме постоянных открытий и новшеств необходимо заявлять о своем первенстве, запатентовать созданное, и они делают это манифестным образом каждый в своей уникальной манере.

Символический капитал художника формируется благодаря тому, что авангардисты возводят в культ индивидуальность художника. Внутренний мир и оригинальность становятся первичными и рождается новый тип художника — провокатора, свободного от обязательных канонов, норм, схем и академизма. Манифестация субъектности проявляет себя в яркой индивидуальной манере самовыражения, которая приобретает особую ценность и значение в культуре публичной саморепрезентации художника-провокатора. Каждый мастер является творцом своего мира, он становится по совместительству философом, цель которого — поделится своими произведениями и своей философией со

зрителем, чтобы помочь в более полной и глубокой интерпретации провокационного творчества мастера. Вследствие предельной субъектности нового языка искусства требуется автоинтерпретация художником своего видения и представления действительности, с тем, чтобы снять проблему понимания и трудности восприятия его творчества аудиторией.

Достижение свободы и автономии искусства эпохи XX в. породило необходимость в обосновании и продвижении собственной философии, видения и представления о том, каким должно быть авангардное искусство.

Во втором параграфе «Художник поп-арта и специфика его культуры вербальной саморепрезентации» показано как в 50–60-х гг. XX в. благодаря культуре саморепрезентации поп-арта возникают новые типы художника — художник-селебрити и художник-бизнесмен. Художник становится коммерчески автономным деятелем искусства благодаря тому, что важную функцию выполняет не только творческий потенциал художника, но и медийная саморепрезентация, включая вербальную. Символический капитал художника формируется благодаря тому, что он становится частью истеблишмента от искусства. Творческий потенциал художника, и его общественная презентация, которая проявляется в вербальной саморепрезентации, приобретает символическую значимость, что приносит коммерческую выгоду и делает художника узнаваемым брендом благодаря открытости медийному пространству.

Культура вербальной саморепрезентации художников поп-арта представляет собой социокультурную практику в виде форм и жанров письменной и устной саморефлексии, обусловленную определенной социокультурной средой, способами саморепрезентации личности художника и особым подходом к созданию произведений искусства (знаковыми образами, новыми технологиями и средствами репродуцирования, и новыми материалами).

В третьем параграфе «Влияние социокультурной среды и личности на особенности культуры вербальной саморепрезентации художника поп-арта» рассмотрено понятие «среда» в модели вербальной саморепрезентации художников поп-арта, которое может быть представлено взаимосвязью следующих явлений: 1) общество потребления; 2) работа в сфере рекламы, фотографии и иллюстрации; 3) высшее образование в области изящных искусств. Понятие «личность» в модусе вербальной саморепрезентации художников поп-арта было представлено сочетанием таких практик, как: эпатаж, открытость, экспериментаторство. Анализ саморепрезентации личности художника поп-арта в ее связи с социокультурной средой эпохи, позволяет ее представить составной частью модели вербальной саморепрезентации художников поп-арта.

Четвертый параграф «Соотношение вербальной саморепрезентации художника поп-арта и его художественных произведений» посвящен определению влияния произведений художника поп-арта на его вербальную саморепрезентацию. Художники поп-арта были склонны к повсеместному использованию знаковых, иконических образов того времени (знаменитостей, кинозвезд, певцов, персонажей комиксов, общедоступных товаров и эмблем потребления; логотипы известных брендов, знаковая продукция фаст-фуда и товары массового производства). Они постоянно искали, старались освоить и использовать в изготовлении своих произведений новые технологии и средства репродуцирования (шелкография, технология растровой печати, точечный метод Бэна Дэя); также художники поп-арта стали повсеместно применять в создании своих произведений новые дешевые материалы, немислимые ранее в скульптуре и живописи (пластик, резину, булыжники, отходы текстильного и пластмассового производства и даже мусор). Благодаря разрушению границ между низким и высоким, массовым и элитарным произведения поп-арта потребовали от своих создателей и новых форм манифестации творческих экспериментов и установления новых стандартов в искусстве, что проявилось и модусах вербальной саморепрезентации художников поп-арта.

Пятый параграф «Культура вербальной саморепрезентации художника нео-поп» раскрывает особенности культуры вербальной саморепрезентации последователей поп-арта — представителей нео-поп. Образ художника и его вербальная саморепрезентация в 1980-е гг. претерпели некоторые изменения по сравнению с 1960-ми гг. В отличие от своих коллег / предшественников художников-бизнесменов и художников-селебрити, нео-поп-артистов можно обозначить как тип «художника-демократа», также свободного от обязательных канонов, норм, схем и академизма, но его адресатом становится прохожий на улице.

В плане эволюции вербальной саморепрезентации не происходит резких изменений, но появляются новые способы взаимодействия со зрителями, и меняется отношение к искусству в целом, оно становится все более демократичным; это прослеживается как в их творчестве, так и вербальной саморепрезентации. Мастера нео-поп пользуются былыми достижениями и находками своих предшественников, при этом делая искусство эгалитарным и максимально доступным для восприятия. Они выступают за свободный доступ к искусству.

Символический капитал художника нео-поп складывается благодаря тому, что искусство стремится стать более близким к людям; прослеживается фолловер-фрэндли культура, которая проявляется в непосредственной интеракции между художником и потребителем; также художники не придерживаются канонов определенного стиля и течения, творя в своей

собственной свободной манере, и это подтверждается словами самих неопартистов.

В Заключении подведены итоги диссертационного исследования. Определяется, что культура вербальной саморепрезентации занимает важное место в социокультурном пространстве, культуре производства и потребления художественного продукта; играет ключевую роль в формировании имиджа, бренда и коммуникативного поля художника, являющихся факторами формирования символического капитала художника. Постулируется, что практика вербальной саморепрезентации художника воспринимается как естественное проявление его габитуса, наряду с его произведениями, поскольку в той или иной степени, искусство, а именно живопись, имело дело со словом все время своего существования. Составной частью культуры вербальной саморепрезентации мастера является ее адресованность и символический капитал художника, при этом в каждом из периодов в истории развития европейской культуры художники предпочитают определенного адресата, модусы и формы высказывания; с развитием ранних форм капитализма художники приобретают символический капитал, источники формирования которого связаны с эволюцией коммуникативной культуры и структуры общества. Перспективы исследования связаны с определением нового образа современного художника XXI в., дальнейшей эволюцией культуры его вербальной саморепрезентации, новых форм его символического капитала и формированием новых аспектов габитуса художника в современных реалиях, включая цифровую культуру.

Основные положения и выводы диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства науки и высшего образования Российской Федерации:

1. Сентемова А. Р. Культура вербальной саморепрезентации художника в эпоху Возрождения // Знание. Понимание. Умение. 2021. № 4. С. 182–189. 0,5 п. л.

2. Сентемова А. Р. Вербальная самопрезентация художника-мастера в эпоху Античности и в Средневековье // Знание. Понимание. Умение. 2021. № 2. С. 182–191. 0,7 п. л.

3. Сентемова А. Р. Модель вербальной самопрезентации художника поп-арта // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10. №3А. С. 72–80. 0,6 п. л.

4. Сентемова А. Р. Энди Уорхол как художник поп-арта: стратегии самопрезентации // Личность. Культура. Общество. 2018. Т. 20. № 99–100. С. 241–246. 0,4 п. л.

В других научных изданиях:

5. Сентемова А. Р. Имидж художника в пространстве поп-арта (на примере Э. Уорхола) // Региональные варианты массовой культуры: материалы 1-й межвузовской конференции. М., 2018. С. 131–138. 0,5 п. л.

6. Сентемова А. Р. Поп-арт в интерпретации российских исследователей (вторая половина XX — начало XXI века) // сборник XIX международной конференции «Россия и Запад: диалог культур». М., 2017. Вып.19. Ч. 1. С. 423–433. 0,7 п. л.

7. Сентемова А. Р. Еда в произведениях художников поп-арта // Материалы II Международного научно-практического симпозиума «История еды и традиции питания народов мира». М., 2016. Вып. 2. С. 366–372. 0,4 п. л.

Подписано в печать 19.05.2022г. Заказ № 79.
Формат 60*84 1/16. Объем 1,25 п. л. Тираж 100 экз.
Издательство АНО ВО «Московский гуманитарный университет»
111395, Москва, ул. Юности, 5.