

изложения / Т.В. Артемьева. – М. : Моск. экстерный гуманитарный ун-т, 1994. – 167 с.

3. *Кристи, Г.В.* Работа Станиславского в оперном театре / Г.В. Кристи. – М. : Искусство, 1952. – 383 с.: ил.

4. *Покровский, Б.А.* Об оперной режиссуре / Б.А. Покровский. – М. : ВТО, 1973. – 308 с.: ил.

5. *Ротбаум, Л.Д.* Опера и ее сценическое воплощение: Записки режиссера / Л.Д. Ротбаум ; ред. и вступ. ст. Е. Грошевой. – М. : Сов. композитор, 1980. – 262 с.: ил.

6. *Станиславский* и Немирович-Данченко об искусстве актера-певца: сб. матер. / предисл. Г. Кристи. – М. : Искусство, 1973. – 143 с.

7. *Таиров, А.Я.* О театре / А.Я. Таиров ; ред. П. Марков ; сост. Ю. Головашенко. – М. : ВТО, 1970. – 603 с.

ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА В ПАРАДИГМЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ОЖИВШИЕ КАРТИНЫ»)

Шкор Л. А.

кандидат искусствоведения, доцент кафедры белорусской и мировой художественной культуры УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (Республика Беларусь, г. Минск)

Проект «Ожившие картины» изначально появился в виртуальном пространстве (портал tut.by), отражая креативный замысел современных белорусских художников Андрея и Ольги Смоляк. Вскоре этот замысел «покинул» виртуальное пространство, и в 2011-2012 гг. появился на различных реальных площадках – в Национальном художественном музее и Национальном академическом театре оперы и балета, во Дворце спорта и в клубе «Дозари».

Замысел А. Смоляка оказался притягательным для массовой публики, но в среде деятелей искусства возникли дискуссии о том, допустимо ли подобное «омассовление» произведений искусства. Шедевры живописи, такие как «Флейтист» Э. Мане (и другие), получили иное бытование, утратив свою смысловую подлинность.

Стремление развлечь публику любым способом, знакомство с современной художественной культурой в рамках «ознакомления», стало характерной тенденцией для рубежных десятилетий XXI в. С произведениями искусства «играют», показывая массовому зрителю как новый аттракцион, поучаствовать в котором может любой желающий. Количество участников арт-перформансов становится способом измерения популярности замысла, способом презентации произведений, которые оставались неизвестными широкой публике. Произведение или событие, о котором сообщили СМИ, становится как бы «видимым» для массовой аудитории, выходя в тираж через постеры, открытки и т.д. Однако многочисленность копий способствует исчезновению оригинала, который «рассыпается», подобно истлевшей оболочке.

Картина, «ожившая» в качестве пиар-хода для известной медийной

персоны, означает «смерть» для авторского произведения. Иными словами, рассматривая картину в рамках арт-перформанса, зрители узнают не само произведение живописи, а охотно «угадывают» знакомое лицо, которое мелькало в новостной ленте. Произведение живописи «проглатывается», массовый зритель ощущает себя «просвещенным», а арт-перформанс признается масс-медиа «состоявшимся». Все участники остаются удовлетворенными, а произведение искусства (точнее, арт-объект) остается заброшенной игрушкой, к которой все потеряли интерес. Здесь представляется возможным провести аналогии с елочкой из одноименной сказки Г.Х. Андерсена. После новогодних праздников к пожелтевшей елке утратили интерес, и ее выбросили, а затем сожгли за ненадобностью.

Произведение искусства, выставленное в музейном зале, порой маркируется как далекодоступное, т.к. для того, чтобы увидеть картину, зрителю следует предпринять ряд действий (заказать экскурсию, приехать в музей, купить билет и т.д.). А в рамках арт-перформанса массовый зритель получает все и сразу: ознакомление с современным искусством, повышение «самооценки» (путем мгновенного узнавания персоны на ожившей картине), фотографии на фоне, парк, поп-корн и сладкую вату. Не хватает только тантамересок, при помощи которых каждый желающий может «оживить» картину собственным лицом.

Иными словами, в современном искусстве некоторые произведения рождаются со своими ремейками, которые дополняют и обновляют источник, но сохраняют свое сходство с ним. Однако некоторые «оживленные» картины изначально не были рассчитаны на тиражирование, а создавались автором именно как оригинальное произведение.

В современном социокультурном пространстве достаточно остро звучит вопрос значения шедевров в формате массовой культуры. Узнаваемость репродукций, количество прибыли от их продаж «измеряют» популярность того или иного произведения искусства. Произведения искусства как бы рекламируют сами себя, утрачивая свою сакральность, и приобретают декоративно-прикладной характер (рекламируя арт-перформанс или публичную персону). Покупка массово произведенных копий служит для зрителя способом фиксации нахождения рядом с шедевром, факт посещения исторических мест, своеобразным модным коллекционированием «текстов культуры».

Стремясь доставить комфорт зрителю, картины выставляются практически в любом месте (вспомнит арт-проект «Zabor»), осваивая любые пригодные территории массовой культуры. С одной стороны, в этом процессе видны несомненно положительные моменты, но, с другой стороны, массовый зритель привыкает к зрелищам и развлечениям на открытом воздухе, которые еще больше отдаляют его от высокого искусства. Выставки качественных постеров, стремясь приблизить искусство к массовому зрителю, нивелируют значение авторского замысла в создании произведения искусства, игнорируют способы его воплощения в различных техниках, а также минимизируют

«включенность» этого произведения искусства в художественный контекст. Так, например, возникновение таких арт-объектов, как «Джоконда» или «Подсолнухи», сделанных из колбасы (Ростов, 2013 г.) для «попадания» в книгу рекордов Гиннеса, сигнализируют о том, что выражение «хлеба и зрелищ» остается популярным.

А произведения искусства, помещаемые в формат массовой культуры, «выживают» в разнообразных вариациях.

1. Диди-Оберман, Ж. То, что мы видим, то, что смотрит на нас / Ж. Диди-Оберман. – СПб. : Наука, 2001. – 264 с.

«ТЕАТР БАЛЕТА ДЛЯ ДЕТЕЙ». КОНЦЕПЦИЯ Н.И. САЦ

Шкуреев К. И.

аспирант Харьковской государственной академии культуры (Украина, г. Харьков)

Московский детский музыкальный театра (ныне имени Н.И. Сац) был открыт в Москве в 1965 г. С 1979 г. коллектив работает в специально построенном для него здании. Основатель и главный режиссер театра (до 1994 г.) Наталья Ильинична Сац, одна из пионеров создания театров для детей в СССР. И детский театр в 1921 г. и – гораздо позднее – музыкальный театр для детей Н. Сац организовывала впервые – не только в СССР, но и в мире. Хотя у ее оппонентов всегда был наготове один, как они считали, главный аргумент: «зачем нашим юным зрителям детская опера, детский балет, ведь есть же в репертуаре наших «взрослых» трупп спектакли, которые можно адресовать и детям. Назывались, в частности, балеты П.И. Чайковского «Спящая красавица» и «Щелкунчик», прокофьевская «Золушка». Зачем же в таком случае специально создавать театр с ориентированным только на детей репертуаром?

Великая музыка Чайковского и Прокофьева, отвечала Н. Сац, требует понимания, и для того, чтобы юная аудитория сумела постичь ее во всей многогранности и глубине, детей необходимо к этому готовить постепенно, начиная с самых простых, самых доступных для детского восприятия произведений – спектаклей для дошкольников, а затем для школьников от первого класса до четвертого и так далее... Она была убеждена в том, что возможности донести мысли, чувства до детей у такого театра гораздо больше «...Как важна музыка, – писала она, – как она поможет пониманию слова, идей, эмоций, как любят дети движение, танец, яркость красок...». Но для того, чтобы дети почувствовали такой театр своим, их следует ввести в его образный мир, но ввести тонко, ненавязчиво, тактично» [1, с. 145].

Эту мысль подвижница детского театра высказала в книге, вышедшей в свет в конце 1970-х гг.. Но заниматься проблемой создания хореографических произведений для детей она начала на шесть десятилетий раньше. Тогда-то и родились ее идея «театра балета для детей». К сожалению, тогда Наталия Ильинична не смогла сформировать такой разносторонний театр, который бы