

ПРОБЛЕМА СМЕРТИ И САМОУБИЙСТВА В ИСКУССТВЕ ПОП-АРТА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ

И. С. Шаповалов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 6 апреля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается проблема понимания смерти и самоубийства, которая содержится в искусстве поп-арта. Анализируются исторические предпосылки возникновения поп-арта и его художественные особенности. Показано, что поп-арт является зеркалом, через которое зритель может увидеть, как в обществе потребления жизнь человека превращается в товар и развлечение, а смерть и суицид подвергаются полному забвению.

Ключевые слова: поп-арт, общество потребления, Энди Уорхол, цикл работ «Смерть и катастрофы в Америке».

Abstract: the article deals with the problem of understanding death and suicide, which is contained in the art of pop art. The historical background of the emergence of pop art and its artistic features are analyzed. It is shown that pop art is a mirror through which the viewer can see how in a consumer society a person's life turns into a commodity and entertainment, and death and suicide are completely forgotten.

Key words: pop art, consumer society, Andy Warhol, series of works «Death and Catastrophes in America».

Двадцатый век породил самые разрушительные катастрофы в истории человечества: две мировые войны, великие революции, Холокост и Холодную войну. Мир наполняется насилием, а смерть становится буквально вездесущей. Двадцатый век «можно уподобить эпохе религиозных войн, при этом самыми кровавыми и воинствующими оказались именно светские религии, возникшие в девятнадцатом веке, такие как социализм и национализм, в которых место божественного начала заняли абстрактные идеи или «великие вожди» [1, с. 625]. Общемировая трагедия Второй мировой войны полностью разрушает мировоззренческий фундамент европейской цивилизации, который базировался на ценности человека, его праве на свободу, жизнь и самовыражение. Стало всем абсолютно ясно, что гуманизм не вечен, а каждый человек способен абсолютно безжалостно уничтожать себе подобных, и никакие ценности и достижения культуры не смогут его остановить.

Военные катастрофы первой половины двадцатого века создают великое разочарование в великих идеалах прошлого и мощное желание закрыться в своей повседневной жизни (с ее особой простотой и рутинизацией) и массовой культуре, как в особом экзистенциальном панцире, который бы принес лю-

дям покой. Человек устает от вечных войн, насилия и смерти и, желая спасти себя, начинает творить глобальное общество потребления. Как пишет известный британский историк Эрик Хобсбаум: «Целью послевоенного мира являлось производство и даже обслуживание без применения человеческого труда: роботы – автоматы, собирающие автомобили, тихие помещения, наполненные рядами компьютеров, контролирующих выделение всей энергии, поезда без машинистов. Люди были необходимы подобной экономике только в качестве потребителей товаров и услуг» [там же, с. 305]. Со стороны кажется, что излишки производства создают психологическую атмосферу вечной сытости, достатка и стабильности. В современных экономических условиях достаточно большой процент населения, какой бы социальный статус не был за каждым закреплён, может позволить себе не просто минимальную продуктовую корзину, но и «кое-что сверх того». Жан Бодрийяр обращает наше внимание на очень важную социологическую интенцию: каждому человеку хочется иметь не в достатке, а в изобилии. Именно состояние изобилия принимает статус адекватности, а не перепроизводительности, нивелируются также и негативные последствия, которые оно за собой неизбежно влечет. Всё,

© Шаповалов И. С., 2023



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

что оказывается вовлечено в сферу потребления, по мнению Бодрийяра, трансформируется в знак: вещи и люди становятся особым знаком социального престижа и иерархии, и начинают испытывать на себе воздействие моды, т. е. акта постоянного оценивания и обесценивания. Потребитель, согласно Бодрийяру, больше ценит именно те товары и услуги, в которых заложен механизм быстрого умирания. Таким образом, мы приходим к достаточно печальному и парадоксальному выводу. Человек нуждается в продуктах, способных удовлетворить его насущные потребности, но бессознательно он также стремится увидеть их скорое разрушение. Чем обосновывается жажда наблюдения за разрушением, принятия непосредственного участия в этом разрушении? Дело заключается в том, что только в разрушении вещи могут показать свое существование в виде избытка. Именно в своем исчезновении они и свидетельствуют о богатстве. Обратимся к самому Бодрийяру: «Общество потребления реализует стремление к вещам, но еще более оно нуждается в их разрушении» [2, с. 72].

Общество потребления – это результат развития капитализма, при котором каждый человек превращается в объект навязывания и воздействия со стороны рынка. Общество потребления – это общество, в котором основной движущей силой экономической и социальной активности индивида является потребление товаров и услуг. В обществе потребления все доминирующие культурные ценности подчеркивают приобретение материальных благ и обладание ими, и индивидам рекомендуется определять себя и других с точки зрения своего потребительского выбора. Материальные блага и потребительский выбор рассматриваются как самые важные маркеры социального статуса и личной идентичности. В этом обществе человек отчуждается от самого себя, и теперь важными становятся не реальные гуманистические ценности, а символы этих ценностей. Отныне товары превращаются в социализированных деятелей, а люди становятся «отоваренными» предметами.

Общество потребления захватывает все сферы бытия человека: спорт, образование, политика, медицина и проникает даже в религию (День святого Патрика, святого Валентина, Пасха, Хэллоуин – сакральные дни, превращенные сегодня в товар для коммерческой индустрии развлечений). Основные признаки общества потребления: бесконечное развитие возможностей и потребностей человека; культ вечного гедонизма и развлечений; индивидуализм и увеличение расходов на личные нужды; тотальная социальная атомизация; повышение роли крупных корпораций и торговых брендов; популяризация системы кредитов (кредитомания); развитие маркетинговых стратегий (особая скидочная система, программы лояльности); постоянное устаревание любых

вещей и поступление в продажу новинок, которые очень «нужны» индивиду для демонстрации своего социального статуса; реклама, которая становится буквально вездесущей и навязывает потребителям не какие-то определенные товары и услуги, а определенные образы жизни, вкусы и даже ценностные системы, которые определяют поведение индивида в обществе; наличие программ для вечного саморазвития и самосовершенствования (спортзалы, фитнес-центры, учебные курсы и тренинги); отход от традиционных ценностей и космополитизм. Как пишет Жан Бодрийяр, «общество потребления мыслит себя именно обществом потребления, оно потребляет и хочет потреблять, не имея иной цели, кроме потребления, не имея впереди какой-либо утопии (оно мнит себя реализованной Утопией), оно, короче, воспринимает себя как конец истории. Поэтому дискурс общества потребления не может быть ничем, кроме тавтологии» [там же, с. 264]. Формула бытия в обществе потребления: «Если я потребляю, значит, я существую». Очень быстро проявились плюсы и минусы от жизни в таком гедонистическом обществе. Положительными сторонами общества потребления являются всеобщая доступность любых товаров и услуг, развитие свободы выбора, качественная медицина, развитая индустрия развлечений, открытость всего мира для познания. Негативными сторонами общества потребления стали нарциссизм, инфантилизация и духовная атомизация, порождающие установку на поиск развлечений и удовольствий, которые заполняют собой всё бытие человека.

С 1950-х гг. в европейском обществе потребления начался активный поиск художественного стиля, который бы адекватно отображал все реалии современного мира и актуальные потребности человека. Чем связан этот поиск нового искусства? Трагедии первой половины двадцатого века смогли нанести серьезный удар по мировой культуре в целом, так как многие люди ощутили беспомощность искусства перед лицом человеческой жестокости. Немецкий философ Теодор Адорно сформулирует это трагическое мироощущение лучше многих других мыслителей: «Освенцим нам доказал, что культура потерпела крах... После Освенцима любая культура всего лишь мусор... После Освенцима любое слово, в котором слышатся возвышенные ноты, лишается своего права на существование» [3, с. 475–476]. То есть, по мысли Адорно, «писать стихи после Освенцима – это варварство». Старое искусство теряет свои прежние ориентиры и перестает быть главным мировоззренческим стержнем человеческой культуры. Возникает важный вопрос: какое искусство можно создавать в мире, в котором был Холокост? Имеет ли искусство право существовать в той реальности, в которой были созданы и работали на уничтожение людей газовые

камеры? Ответ, который предложила современная европейская культура: послевоенное искусство должно развлекать, отвлекать от травм и проблем реальной жизни.

В попытке спасти человека от катастрофической реальности прошлого и вернуть смысл земному существованию, ощущению здесь и сейчас, и создается поп-арт, который становится главной эстетикой общества потребления. Если искусство модерна творило множество различных субъективных реальностей, художественных миров, занимая положение «искусство ради искусства», то поп-арт хочет вернуться к повседневному миру, который отныне генерируется массовой культурой и культом потребления. Как заявляет король поп-арта Энди Уорхол: «Поп-взгляд давал людям понять, что они сами и есть часть истории, что им не нужно прочитать книгу, чтобы стать частью культуры, – нужно ее просто купить (как пластинку, телевизор или билет в кино)» [4, с. 257].

Таким образом, общество потребления создавало вокруг индивида особый развлекательный спасательный пузырь, который позволял ему отгородиться от проблем прошлого и раствориться в вечном гедонистическом «сейчас». Как замечают по этому поводу многие ученые: «Массовое производство и массовое потребление перевернули сознание человека западноевропейского образца в сторону простого, повседневного, отвечавшего требованиям современности искусства» [5, с. 141].

Поп-арт – это художественное направление в современном искусстве, которое зародилось в 1950-е гг. в Великобритании, но обрело мировую славу именно в Америке. Это направление искусства родилось как реакция на абстрактный экспрессионизм, который был популярным в первую половину двадцатого века. Поп-артисты чувствовали, что «абстрактные экспрессионисты утратили свою связь с действительностью, замкнулись в себе и ушли от вещественного мира, предпочитая выражать собственные чувства» [6, с. 335].

Но поп-арт не только репрезентирует образы массовой культуры, но и содержит в себе критическое измерение, представляя собой сатиру на общество потребления с его тотальной коммерциализацией всех аспектов бытия человека и трансформацией человеческой жизни в рыночный товар. В искусстве поп-арта, помимо эстетизации всего повседневного, можно наблюдать попытку привлечь внимание к актуальным проблемам смерти и самоубийства.

Одна из главных и самых ярких страниц в творчестве Энди Уорхола – изображение смерти и самоубийства в цикле его работ «Смерть и катастрофы в Америке» (1962–1964). Исходным материалом для этих произведений послужили полицейские фотоархивы и газеты. В 1960-х гг. Америка была перепол-

нена трагическими новостями о различных катастрофах, гибели самоубийц, казнях и авиакатастрофах. Объясняя, что вдохновило его начать работу над этой серией, художник сказал: «Наверное, это началось с большого фото авиакатастрофы, на первой полосе в какой-то газете: 129 ПОГИБШИХ. Я тогда писал “Мэрилин”. Я осознал, что всё, что я делал, наверняка было смертью. Это было на Рождество или в День труда – в праздничный день, и каждый раз, едва включаешь радио, оно говорит, что-то вроде: Четыре миллиона погибли в авткатастрофах. С этого началось. Но когда снова и снова видишь, что-то ужаснее, оно вообще-то на тебя ничуть не действует» [7, с. 61].

В знаменитый цикл картин Энди Уорхола «Смерть и катастрофы» вошли следующие работы:

1) «129 погибших в самолете!», 1962 г. – это первое художественное произведение в серии. Художник создал это произведение после крушения рейса 007 авиакомпании Air France 7, в результате которого 129 человек погибли на месте, а еще один скончался от травм позже (итого 130 погибших) и только 2 выжили. Нарисованное изображение было взято с обложки New York Mirror 4 июня 1962 г., всего через день после аварии при взлете из парижского аэропорта в Атланту, штат Джорджия. В то время это была самая страшная авиакатастрофа, и с изображения этой трагедии Уорхол и начинает активное обращение к теме смерти в своих работах. Данная картина (черно-белая) выполнена нейтрально и лишена эмоционального содержания, представляя собой свидетельство о смерти как факте жизни человека и ничего больше;

2) «Серебряная авткатастрофа (Двойная катастрофа)», 1963. В этой работе Уорхол изображает сцену авткатастрофы, в которой тело скручено в искореженном салоне серебристого автомобиля. В данной картине художник использует шелкографию, чтобы очень мрачно изобразить искривленное человеческое тело и деформированный металл, в то время как отражающая серебряная краска создает игру света и тени. Одной из самых уникальных особенностей этого произведения искусства является использование двух полотен: на одном изображены пять рядов по три изображения, которые повторяют искореженный автомобиль, а второе представляет собой просто абсолютно пустую серебристую поверхность. Существуют различные версии этого произведения, которые выделяются своим особенным цветом: «Авария зеленой машины» и «Авария красной машины»;

3) «Самоубийство (Упавшее тело)», 1963. В этой картине Энди Уорхол включает в свою работу образ суицида Эвелин Макхейл. Оригинальное изображение было фотографией, сделанной студентом – фо-

тографом Робертом Уайлсом через несколько минут после того, как 20-летняя Эвелин упала на черный лимузин с 88-го этажа Эмпайр-стейт-билдинг и разбилась насмерть. Студент-фотограф Роберт Уайлс был поблизости и сделал пару фотографий, которые попали в журнал Life. На снимках Эвелин казалась умиротворенной, как будто она спала, а ее тело, в платье, в жемчугах, приняло элегантный вид, в результате чего это событие окрестили «самым красивым самоубийством». Уорхол использовал эту фотографию для своей репрезентации образа самоубийства, повторив изображение шестнадцать раз, чтобы показать, как современное общество штамповало бесконечные образы смерти и знаменитостей;

4) «Катастрофа с тунцом», 1963. Эта картина была создана Уорхолом, чтобы изобразить темную сторону американского общества потребления. Это было навеяно событием, произошедшим в марте 1963 г. Две женщины из пригорода Детройта, штат Мичиган, съели сэндвичи с тунцом на обед, наблюдая за игрой своих детей. Вскоре после этого они заболели, были отвезены к врачу, а позже умерли от отравления ботулизмом из-за зараженной банки тунца марки A&P «chunk light». Позже эти две дамы были опознаны как миссис Браун и миссис Маккарти в номере Newsweek от 1 апреля 1963 г., с их фотографиями, сопровождаемыми печально известной банкой из-под тунца, которая привела к их гибели. Заурядность двух домохозяек, обеих среднего возраста и обычной внешности, очаровала Уорхола, который запечатлел эти образы в своей картине. Уорхол приближает название бренда A&P, которое было сфотографировано под углом сверху, чтобы серийные номера, отпечатанные на крышке банки, оставались фатальным доказательством его нечистоты. В то же время жертвы, две женщины, ярко изображены на крошечных фотографиях, размещенных под большой банкой из-под тунца. Каждый предмет на этой картине отображает символы ничем не примечательной пригородной жизни, а яркие изображения улыбающихся женщин не несут за собой никаких указаний на их трагическую судьбу. В работе показано, что такие бедствия могут случиться с любым человеком в любое время;

5) «Электрический стул», 1964. Данная работа представляет собой холст среднего размера, который был напечатан на трафаретной бумаге серебряной акриловой краской. В центре холста изображен электрический стул внутри абсолютно пустой комнаты, и этот конкретный электрический стул имеет раму с высокой спинкой и кожаные ремни, а также более длинные ремни и застёжки по бокам. Перед самим стулом находится изогнутый кабель, идущий из-под сиденья, в то время как за стулом находится крошечная деревянная скамейка, изображенная у задней

стены и слабо видимые буквы, на которых написано «Тишина» на правом верхнем краю холста. Пространство перед креслом облучается, насыщается ядовито-серебристой краской, которая выцветает, указывая на темные и пятнистые тени в сторону углов композиции. Одной из главных особенностей этой картины является ее неровная поверхность, вероятно, потому что серебряная краска, которая была нанесена под слоем ярко-зеленого оттенка, была втянута в холст во время процесса печати. Изображение для данного произведения Уорхол заимствовал из газетной фотографии камеры смертников в тюрьме Синг-Синг в Нью-Йорке, датированной 13 января 1953 г. Тогда приговорили к смерти Этель и Джулиуса Розенбергов за утечку информации в Россию о создании атомной бомбы во время Второй Мировой войны. Энди Уорхол создал множество полотен с изображением электрического стула в различных цветах и каждое произведение было напечатано в очень кислотной цветовой палитре: синий, желтый, розовый и оранжевый. Во всех версиях этого произведения большую часть холста занимает электрический стул. Важные особенности этой работы: на картинах нет ни одного человека, отсутствие ощущения времени. Данное произведение представляет смерть как пустоту, отсутствие и тотальную тишину. Электрический стул стал для всей американской культуры символом смертной казни, и Уорхол изображал его в ядовитых оттенках, в которых трудно распознать сам стул. Это было сделано, чтобы передать эмоциональную отстраненность современных людей от смерти и тенденцию превращения смерти в медийный пустой образ.

К циклу работ Уорхола о смерти примыкает «Диптих Мэрилин» (1962). Портреты Мэрилин Монро он начал создавать только после самоубийства актрисы, после ее внезапной смерти в августе 1962 г, когда личная жизнь, слава и карьера актрисы были возведены в культ и стали общей всемирной одержимостью. Уорхол, зачарованный славой Мэрилин Монро, использовал ее черно-белую рекламную фотографию из фильма «Ниагара» для создания нескольких серий изображений. В этих работах образ актрисы воспроизводился множество раз, как это можно было увидеть во всех газетах и журналах того времени. После просмотра тысяч таких изображений любой зритель утрачивает способность видеть изображенного человека, а начинает созерцать икону и образ культуры потребления. В этом и заключается ядовитая способность общества потребления: с помощью силы масс-медиа оно превращает человека, жизнь, смерть, самоубийство в зрелищный и развлекательный образ и очередной потребительский продукт на полке супермаркета. Также в этом полотне Уорхол показал, что современное общество превра-

щает знаменитостей в новых богов, поклоняясь их жизни и смерти.

В работах Уорхола о смерти, как и других его полотнах, присутствует момент повтора изображений. Зачем необходим этот художественный прием? Как пишет сам король поп-арта: «Люди каждый день делают одно и то же, в этом и состоит жизнь. Что бы ты ни делал, это всё равно одно и то же. Американская жизнь определено такова. Поскольку половина людей делает всё, что делает, самое малое по восемь часов подряд каждый день. Повтор, повтор, повтор, повтор и сельская жизнь – повтор, повтор, повтор, повтор, так почему бы не в искусстве, повтор, повтор, повтор» [7, с. 83]. То есть постоянное использование повторов необходимо в поп-арте, чтобы показать рутинизацию повседневной жизни и воспроизводство одних и тех же образов, которые существуют в обществе потребления.

В чем смысл цикла работ о смерти Энди Уорхола? На заре зарождения информационного общества художник осознал и выразил, что бесконечный поток новостей, в который встроен каждый из нас, снижает ценность смерти. Смерть и самоубийство становятся частью популярной культуры, цифрами и статистическими данными, которые быстро проносятся перед глазами и не вызывают никаких эмоций и переживаний. Уорхол смог показать, что смерть и самоубийство для современных людей – это такая же обыденность, как и чизбургер или бутылка Кока-Колы.

Также репрезентации самоубийства можно обнаружить в работах другого знаменитого представителя поп-арта Роя Лихтенштейна. Одна из его знаковых работ – «Тонущая девушка» (1963). Сюжет данной работы был взят из комикса DC «Run for Love!», где были изображены парень и тонущая девушка. Художник обрезал изображение из комикса, сильно увеличив девушку и изменив ее слова на: «Мне наплевать. Я лучше утону, чем попрошу Бреда о помощи». Этот сюжет, скорее всего, рассказывает нам о том, что бойфренд девушки разбил ей сердце. Это вызвало ее страдание и утрату доверия к нему. Эти болезненные эмоции вызывают в девушке желание покончить свою жизнь самоубийством, не приняв помощи от своего возлюбленного. Синий цвет данной картины подчеркивает очень сильную печаль и разочарование в жизни в сознании самоубийцы.

Другая работа Лихтенштейна «Бу-ух!» (1963) демонстрирует нам образы смерти во время войны. На картине изображен американский истребитель, который выпускает струю огня и уничтожает вражеский самолет, не давая пилоту никакой возможности для спасения. В данной работе поднимается проблема смерти и насилия, которые всегда порождает любая война.

Не менее известная работа поп-арта, исследующая тему смерти, – это картина «Гигантская мягкая ударная установка» Класа Ольденбурга. Художник изобразил большую ударную установку, сделанную из пластичных материалов с мягкой ножкой, напоминающей пистолет. В данной работе показано, что оружие, которое несет смерть, может быть сделано из чего угодно и затем превращено в потребительский товар.

Таким образом, в постиндустриальном обществе смерть и самоубийства часто воспринимаются как неудачи в потреблении. Бодрийяр утверждал, что в обществе, в котором вечное потребление и приобретение материальных благ рассматриваются как первичные источники смысла и идентичности, те, кто не способен потреблять или кому не удастся достичь определенного уровня потребления, могут испытывать чувство никчемности и бессмысленности. Это может привести к депрессии, отчаянию и даже самоубийству. Кроме того, в обществе потребления смерть и самоубийства часто облагораживаются и скрываются, поскольку они нарушают постоянный цикл потребления и производства. В результате любая смерть и суицид могут рассматриваться как запретные темы, а те, кто с ними как-то сталкивается, могут подвергаться стигматизации. Эстетика общества потребления, поп-арт, смогла не только вернуть человека к его повседневной жизни, но и стать черным зеркалом, через которое можно увидеть, как жизнь превращается в бесконечное потребление, а общество проявляет равнодушие к проблемам смерти и самоубийства.

Энди Уорхол заметил, что некоторые визуальные образы пробуждают у человека сильное стремление к приобретению, а другие же оставляют его равнодушным: образы товаров и услуг пробуждают желание к потреблению, а образы смерти и самоубийства, повторенные многократно, вызывают полное безразличие. Вечные повторы образов смерти и суицида в работах поп-арта показывают, как средства массовой информации и культ потребления искажают мироощущение индивида и превращают весь наличный состав мира в пустой симулякр. В произведениях поп-арта показано, что смерть и суицид в обществе потребления становятся тишиной и пустотой, о которой нечего сказать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хобсбаум Э. Эпоха крайностей : короткий двадцатый век (1914–1991) / Э. Хобсбаум. – М. : Corpus, 2020. – 632 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М. : Республика : Культурная революция, 2006. – 269 с.

3. *Адорно Т.* Негативная диалектика / Т. Адорно. – М. : Академ. проект, 2011. – 538 с.

4. *Уорхол Э.* ПОПизм. Уорхоловские 60-е / Э. Уорхол, П Хэкетт. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2016. – 352 с.

5. *Тихонова Е. В.* Поп-арт как «культура повседневности» / Е. В. Тихонова // Молодежный вестник С.-Петербурга. гос. ин-та культуры. – 2015 – № 1. – С. 141–145.

6. *Гомперц У.* Непонятное искусство. От Моне до Бэнкси / У. Гомперц. – М. : Синдбад, 2018. – 464 с.

7. *Голдсмит К.* Я стану твоим зеркалом. Избранные интервью Энди Уорхола (1962–1987) / К. Голдсмит. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2016. – 432 с.

*Воронежский государственный университет
Шаповалов И. С., аспирант кафедры истории философии и культуры
E-mail: igor14032@yandex.ru*

*Voronezh State University
Shapovalov I. S., Post-graduate of the History of Philosophy and Culture Department
E-mail: igor14032@yandex.ru.*