

УДК 7.03

DOI: 10.34670/AR.2020.83.15.009

**Модель вербальной самопрезентации художника поп-арта****Сентемова Александра Романовна**

Ассистент кафедры иностранных языков,  
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;  
e-mail: arsentemova@gmail.com

**Аннотация**

Предметом исследования настоящей статьи являются саморефлексия, самовыражение и вербальный имидж художников поп-арта. Цель – разработка модели вербальной самопрезентации художников поп-арта. Методология исследования включает в себя научные методы анализа, синтеза, классификации и категориальный метод двухуровневой триадической дешифровки категорий. Новизна исследования заключается во введении в научный оборот новых понятий, таких как «вербальная самопрезентация» и «вербальная самопрезентация художника», а также в выделении категорий, описывающих модель вербальной самопрезентации поп-артистов. Особым вкладом автора в исследование темы является описание вербальной самопрезентации поп-артистов на основании письменных высказываний художников в интервью. Основными выводами проведенного исследования являются определение понятия «самопрезентация», введение в научный оборот термина «вербальная самопрезентация» и «вербальная самопрезентация художника», а также описание вербальной самопрезентации художников поп-арта на основе метода двухуровневой триадической дешифровки категорий. Результаты исследования могут быть использованы для дальнейших исследований в области культурологии, искусствознания, имиджологии, рекламы, теории и истории культуры.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Сентемова А.Р. Модель вербальной самопрезентации художника поп-арта // Культура и цивилизация. 2020. Том 10. № 3А. С. 76-84. DOI: 10.34670/AR.2020.83.15.009

**Ключевые слова**

Поп-арт, художник поп-арта, самопрезентация, вербальная самопрезентация, модель вербальной самопрезентации.

## Введение

К настоящему времени поп-арт как художественное течение тщательно изучен с точки зрения философии течения, стилистических и художественных приемов, знаковых произведений художников поп-арта. Художники поп-арта отличались не только созданием материальных художественных объектов, но и большой вербальной составляющей, также представляющей их творчество. Однако на сегодняшний день интервью и письменные высказывания представителей поп-арта до сих пор остаются малоизученным аспектом несмотря на то, что они представляют большую ценность для более полного понимания и раскрытия творческих интенций и стремлений авторов.

Основные проблемы отсутствия большого числа исследований по данной теме заключаются в следующем: 1) большинство интервью не переведены на русский язык, что значительно сужает круг российских исследователей, которые могли бы обратиться к изучению данной проблемы; 2) письменные высказывания художников поп-арта отличаются неоднозначностью, сложностью восприятия в связи с творческим подходом поп-артистов к ведению интервью; 3) еще полностью не разработана модель анализа данных высказываний с точки зрения вербальной самопрезентации художника, которая бы облегчила изучение интервью данной группы художников. В связи с этим нами была предпринята попытка моделирования вербальной самопрезентации художников поп-арта на основании их русскоязычных и англоязычных интервью. В качестве главной категории была выбрана «вербальная самопрезентация художников поп-арта». В статье предпринята попытка ее описания на базе метода трехуровневой триадической дешифровки категорий.

Цель данной статьи заключается в описании на основании метода триадической дешифровки категорий вербальной самопрезентации художников поп-арта.

В основу данного исследования положен анализ более 30 интервью знаковых американских художников поп-арта Энди Уорхола, Тома Вессельмана, Джима Дайна, Роберта Раушенберга, Роберта Индианы, Мэла Рамоса, Роя Лихтенштейна и Класа Ольденбурга. Хронологические рамки исследования подразумевают рассмотрение интервью 1960-1980 гг. – периода расцвета данного течения – с целью наиболее полного отражения процессов, характеризующих состояние вербальной самопрезентации художников поп-арта. Географические рамки исследования обусловлены выбором определенного пласта интервью. Для анализа используются научные статьи за последние 5 лет, научные работы (монографии) за последние 10 лет, а также труды авторов, специализирующихся на изучении проблем самопрезентации, художественного восприятия, поп-арта и массовой культуры.

## Теория и методология

Почти каждый художник прошлого и настоящего оставлял и оставляет после себя разного рода тексты, довольно непросто найти кого-то, кто не самовыражался посредством текста и не облакал свои мысли в слова. В той или иной степени искусство, а именно живопись, имело дело со словом во время всего его существования. Однако вербальная самопрезентация художников как феномен является малоизученным аспектом в теории и истории культуры.

В.В. Фещенко и О.В. Коваль обращали свое внимание на проблему автоперевода, т. е. изучали тексты художников как перевод с языка одного искусства на язык другого [Фещенко, Коваль, 2014, 212]. В поле интересов таких исследователей, как А.Я. Зись и О.А. Кривцун,

вошло изучение психологии художника, его внутреннего мира, его стремлений и интенций. Так, А.Я. Зись отмечает, что творчество художника неотделимо от его личности [Зись, 1980, 185], в то время как О.А. Кривцун подчеркивает, что произведения перестают отражать личностные свойства творца, приобретая свои собственные объективные свойства [Кривцун, 2015, 44]. На примере художников поп-арта нами была предпринята попытка описания вербальной самопрезентации художников. В настоящей статье мы рассматриваем ее на базе метода триадической дешифровки категорий.

Для разработки модели вербальной самопрезентации художников поп-арта нами использован метод двухуровневой триадической дешифровки категорий, который является одним из универсальных когнитивных методов. На первом уровне исходное понятие дешифруется триадой понятий (производных третьего уровня), наиболее полно и точно отражающих его сущность. Далее подобной же дешифровке подвергаются производные понятия первого уровня. Двухуровневая триадическая дешифровка позволяет получить исчерпывающее содержание исходного понятия и, соответственно, явления, именуемого им.

Для описания модели в ходе исследования были использованы интервью художников поп-арта 1960-1980-х гг., опубликованные 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», а также 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).

## Результаты

Формирование триады понятий, раскрывающей содержание понятия «вербальная самопрезентация художника поп-арта», с нашей точки зрения, должно опираться, во-первых, на формирующую социокультурную среду, во-вторых, на личность художника, в-третьих, на стилевые особенности произведений поп-арта. Таким образом, мы можем выделить следующую первичную понятийную триаду: среда, личность, произведения.

- 1) Поп-арт как художественное течение оформился в 1950-1960 гг. в условиях расцвета культуры потребления, что во многом обусловило расцвет поп-арта именно в США, которые испытывали экономический подъем в послевоенные годы, в отличие от Великобритании, где это течение зародилось, но дальнейшего развития не получило. Расцвет массовой культуры и общества потребления стал социокультурной средой формирования поп-арта, что нашло отражение и в искусстве поп-арта, и в его представителях.
- 2) Без личности художников невозможно составить полное представление о каком-либо течении. Представителей любого художественного течения объединяет какая-то одна черта или несколько: почему их заинтересовал именно данный стиль и почему они решили творить именно в определенном ключе. Выбор обусловлен наличием относительно общего бэкграунда, сходством определенных черт характера и стремлений.
- 3) Несмотря на индивидуальные особенности стиля и видения каждого из представителей поп-арта, есть возможность объединить их в одну группу и причислять их именно к поп-

арту, так как данное течение обладает определенным набором характерных черт, присущих именно данному художественному направлению.

Итак, первый уровень дешифровки понятия «вербальная самопрезентация художника» позволил выделить следующую понятийную триаду: среда, личность и произведения. На втором уровне каждое из трех понятий также подвергается дешифровке.

Понятие «среда» может быть представлено следующими понятиями: высшее образование в области изящных искусств; деятельность в сфере рекламы, фотографии, иллюстрации; общества потребления.

Основателями поп-арта стали художники-иллюстраторы, фотографы, мультипликаторы и рекламщики. Представителей поп-арта объединила общая профессиональная среда, обусловленная социокультурными явлениями в 1950-1960-х гг. Многие из них начали свою карьеру как художники рекламы: оформляли витрины, расписывали билборды, делали плакаты, разрабатывали дизайн рекламных этикеток, некоторые были иллюстраторами и фотографами. Так, Уорхол отмечал: «Я начинал как коммерческий художник и хочу закончить как бизнес-художник» [Уорхол, 2016, 85]. В интервью журналу *ВOMB* Джеймс Розенквист страстно заявлял, что будучи коммерческим художником, расписывая билборды и затем создавая собственные произведения, он «творил на грани возможного», но, к сожалению, работа в коммерции сильно ограничивала его свободу выбора техники и изображения того, что его по-настоящему интересовало: «рисую, я не думаю о своих зрителях, только о себе...»<sup>1</sup> [James Rosenquist..., [www](http://www)].

Большие перемены в социально-экономической жизни западного общества и появление общества потребления привели к возникновению новых представлений о природе искусства, олицетворением которых и стал поп-арт. В дополнение к этому стоит отметить, что большинство поп-артистов получили высшее образование в сфере изящных искусств и были дипломированными специалистами, а художник Рой Лихтенштейн даже впоследствии преподавал в университете.

Понятие «личность» может быть дешифровано следующими понятиями: эпатаж, открытость, экспериментаторство. Данные аспекты являются наиболее распространенными характеристиками представителей поп-арта.

Желание эпатировать публику повсеместно преследовало поп-артистов. В первую очередь это выражается в поиске новых образов, материалов и средств выражения. Объект во многом начинает выступать как самоценный («Коробка мыла *Brillo*» Э. Уорхол). Уорхол давал сотни интервью и в них отнюдь не стремился создать о себе представление как о глубоком, трудолюбивом художнике. В беседе с Робертом Рейли в 1966 г. на вопрос о любимом сорте пива он ответил: «Пива? Ну, пиво – оно всегда на вкус как моча» [Голдсмит, 2016, 151], а комментируя китайскую еду, сказал, что «вся китайская еда на вкус как говно...» [Там же]. В интервью с репортером *Bay Times* на вопрос от том, сколько времени он тратит на занятия живописью, отвечает так: «Ноль времени... Какого цвета у вас глаза?» [Там же, 157]. В беседе с Гленн О Брайен для журнала *High Times* 24 августа 1977 г. на вопрос о том, откуда у него талант, ответил просто: «Талант от черта» [Там же, 266]. Клас Ольденбург также приветствовал

---

<sup>1</sup> Пер. с англ.: Do you ever think about these questions? Or are you just collecting what appeals to you? Are you thinking about your audience in this way? *JR*: I'm only thinking about myself. I'm not thinking about my audience...

эпатаж в своем образе. В своей декларации 1961 г. «Я за искусство» он написал: «Я за политическо-эротично-мистическое искусство, которое делает нечто больше, чем просто сидит на заднице в музее»<sup>2</sup> [I am..., www].

Важной чертой, объединяющей поп-артистов, является их повсеместная открытость миру: художники обращают свое внимание на вербальные средства общения и уже не только с помощью картин, но и с помощью текстов, письменных и устных высказываний, аудио- и видеоинтервью пытаются донести до аудитории свое мировоззрение, собственные взгляды на поп-арт и эпоху в целом. В одном из своих интервью журналу BOMB Джеймс Розенквист делился воспоминаниями из своей юности, очень красочно описывая студенческие годы, когда у него совершенно не было денег, он постоянно ходил пешком и для него «побывать или проехать в машине было настоящей роскошью»<sup>3</sup> [James Rosenquist..., www]. Он вспоминает, как познакомился с видными представителями «битников» (от англ. beat generation), такими как Джек Керуак и Аллен Гинсбург, а также отмечает, что «он тоже вел простую бродячую жизнь с простыми радостями»<sup>4</sup> [Ibidem]. Том Вессельман признается, что работы в стиле ню не просто так увлекли художника. Моделью для его «Великой американской обнаженной» стала его жена Клэр. Когда он рисовал эти картины в свои 20 лет, для него представляло особую важность осознание того, что это была Клэр, его супруга: «Я восхищался лично ей, моим пребыванием в Нью-Йорке, тем, что чувствовал себя взрослым, и осознанием того, что я художник»<sup>5</sup> [Oral history interview..., www].

Представители поп-арта не боятся экспериментировать: они намеренно подрывали природу абстрактного экспрессионизма, доминирующего в мире искусства в 1950-х гг. Они без колебаний доверяли вещам, фокусировались на повседневности и укрепляли понимание того, что искусство более не основывается на уникальности и вполне может выступать объектом промышленного тиражирования. В интервью с Дэвидом Сильверстом на BBC весной 1965 г. Джаспер Джонс очень красочно и метафорично выразил мысль о настроении, которое бы он хотел передать смотрящим на его картины: «Мысленно я бы хотел, чтобы вам передался такой настрой, когда ваши глаза широко раскрыты и вы смотрите особо не фокусируясь, не ограничиваясь определенной точкой обзора»<sup>6</sup> [Interview..., www].

Понятие «произведения» дешифруется следующей триадой понятий: знаковые образы, новые технологии и средства репродуцирования, новые материалы.

Несмотря на то, что каждый из художников поп-арта творил в своей собственной манере и использовал интересные именно ему образы, всех их объединяло использование прежде всего

---

<sup>2</sup> Пер. с англ.: I am for an art that is political-erotic-mystical, that does something more than sit on its ass in a museum.

<sup>3</sup> Пер. с англ.: I was like a young bum. I had no money. I lived really poorly. I walked everywhere. The luxury of being in a car was amazing.

<sup>4</sup> Пер. с англ.: The Beats, their life was sort of nomadic. And my life was nomadic – simple things and simple pleasures... I remember seeing three guys walking along, and one guy picking up a cigarette without breaking his stride – smoking someone else's cigarette butt.

<sup>5</sup> Пер. с англ.: ...while I was just painting a nude, it was terribly important to me that it was Claire and it was my great excitement personally about her... about being an adult, about being in New York City, about being an artist.

<sup>6</sup> Пер. с англ.: Mentally my preference would be the mood of keeping your eyes open and looking, without any focusing, without any constricted viewpoint.

знаковых для того времени образов. Это знаменитое множество версий портретов Мерилин Монро, Элвиса Пресли, Лиз Тейлор и Джекки Кеннеди, созданных Э. Уорхолом; персонажи комиксов, такие как яркие блондинки, Супермен, Дональд Дак и Микки-Маус Роя Лихтенштейна; общедоступные товары и эмблемы потребления: кока-кола и суп Campbell Уорхола, гамбургер Класа Ольденбурга, пивные банки Ballantine Ale Джаспера Джонса, хот-доги, жвачки Wrigley's, картошка фри и пончики «Данкин Донатс» Мэла Рамоса. Р. Лихтенштейн в интервью критику, куратору выставок, а в дальнейшем и фотографу Джону Коплансу сообщил, что его особый интерес к комиксам пробудил их контраст чрезвычайно эмоционального содержания и невозмутимого изображения [Хоннеф, 2004, 52]. А Джеймс Розенквист любил рассказывать о создании своих картин: «Основой моих скетчей становились картинки из журналов, а также собственные фотографии. Затем я соединял их вместе»<sup>7</sup> [James Rosenquist..., www].

Поп-артисты помимо новых образов начали использовать новые технологии и средства репродуцирования. Так, Энди Уорхол в своих интервью рассказывал о своем любимом методе репродукции картин – шелкографии, а также о ее повсеместном использовании в своем творчестве. В интервью с Дэвидом Бурдоном в 1962-1963 гг. отметил следующее: «Я против клякс. В них слишком много человеческого. Я за механистическое искусство. Я занялся шелкографией, чтобы энергичнее эксплуатировать уже существующее изображение, применяя коммерческие техники многократного репродуцирования» [Голдсмит, 2016, 49].

Рой Лихтенштейн прибегал к технологии растровой печати. Также художники использовали разные материалы, немислимые ранее в скульптуре и живописи, такие как пластик, резину, булыжники, отходы текстильного и пластмассового производства и даже мусор.

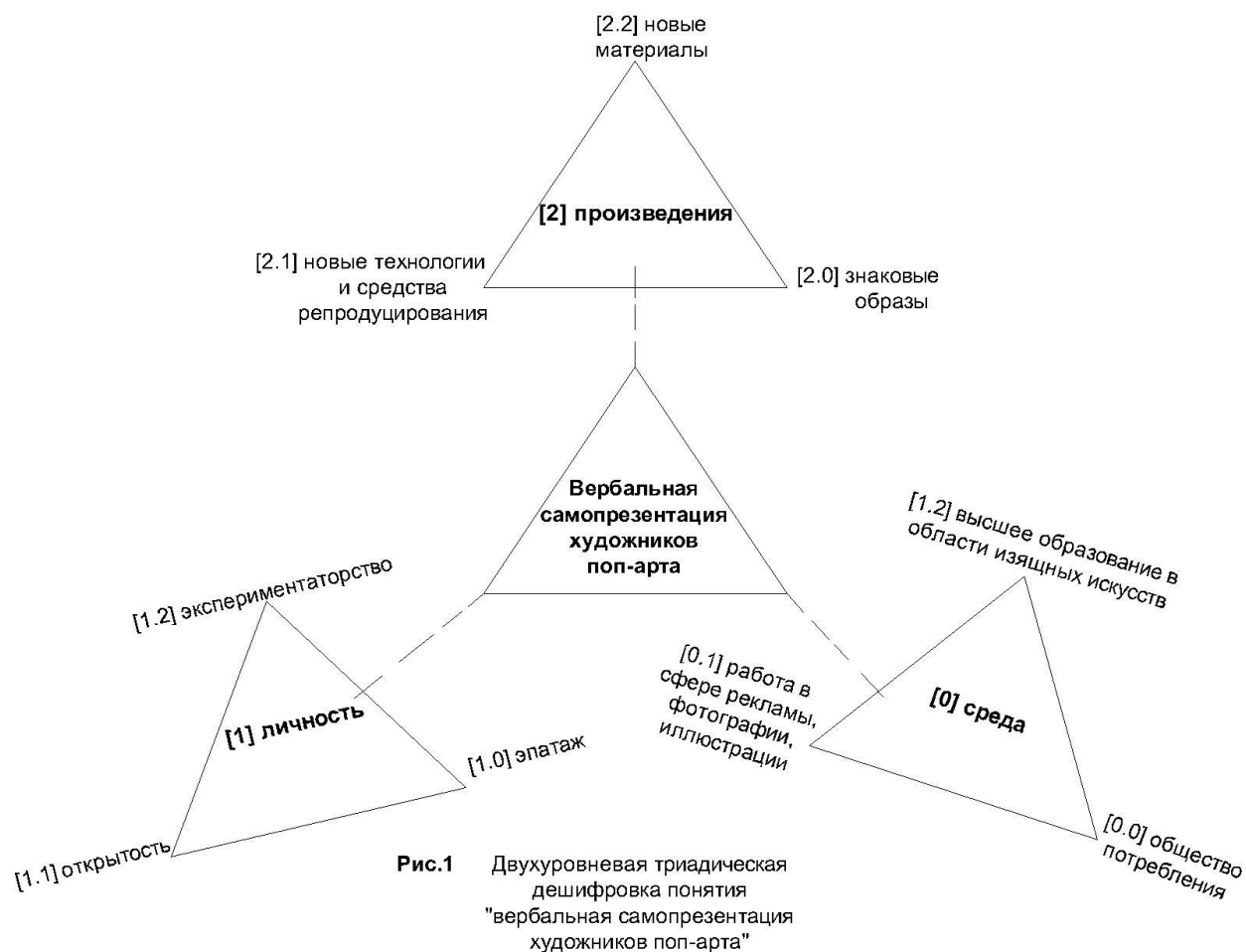
Заметим, что все указанные отличительные черты и признаки отмечаются исследователями поп-арта и находят отражение в описании течения и его характерных черт, а также его представителей, но, к сожалению, вне определенной системы и вне контекста вербальной самопрезентации мастеров поп-арта.

На рис. 1 отражен результат операции двухуровневой дешифровки понятия «вербальная самопрезентация художников поп-арта».

Осмысление модели вербальной самопрезентации художников поп-арта и структурирование значимых для нее атрибутов в рамках процедуры последовательной двухуровневой триадической дешифровки базового понятия позволяют развернутую дефиницию понятия «вербальная самопрезентация художников поп-арта» сформулировать следующим образом: *вербальная самопрезентация художников поп-арта – система самовыражения, саморефлексии и высказываний представителей поп-арта, основанная на определенной социокультурной среде (обществе потребления; работе в сфере рекламы, иллюстрации и фотографии; высшем образовании в области изящных искусств), особых чертах личности художника (открытости, эпатаже, желании экспериментировать) и на особом подходе создания произведений искусства (знаковых образах, новых технологиях и средствах репродуцирования и новых материалах).*

---

<sup>7</sup> Пер. с англ.: MS: Did everything come from magazines? JR: Also from my own photographs. I'd take my own photographs or from magazines, or even a piece of paper – it could be anything. I'd put that together.



**Рисунок 1 - Результат операции двухуровневой дешифровки понятия «вербальная самопрезентация художников поп-арта»**

## Заключение

Полученная развернутая дефиниция понятия «вербальная самопрезентация художников поп-арта», впервые введенная в научный оборот, дает емкое и детализированное объяснение вербальной самопрезентации художников поп-арта и делает акцент на отличительных чертах самовыражения данной группы художников. Полученное определение отражает сущность и принципиальные отличия вербальной самопрезентации поп-артистов, обеспечивает понимание данного феномена.

Итак, в научную теорию культурологии введена дефиниция понятия «вербальная самопрезентация художников поп-арта», отражающая особенности саморефлексии данной группы художников. Вербальная самопрезентация художников существует с самого начала авторской живописи и эволюционирует на протяжении веков. Она с изменением эпохи и статуса художника принимала все новые черты и формы, поэтому в настоящую дефиницию введены такие характеризующие ее параметры, как «среда», «личность» и «произведения». Категории второго порядка служат для описания отличительных особенностей самовыражения художников поп-арта, что обусловлено определенными условиями функционирования данного течения.

Применение категориальной схематики для конструирования дефиниции понятия «вербальная самопрезентация художника поп-арта» развивает методологию исследования в данной предметной области, а также теорию культуры в целом, предоставляя надежный методологический инструмент поиска наиболее существенных культурологических феноменов, отражающих их природу, и введение их в формулу соответствующей дефиниции.

### Библиография

1. Голдсмит К. (ред.) Я стану твоим зеркалом: избранные интервью Энди Уорхола (1962-1987). М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 432 с.
2. Зись А.Я. Конфронтации в эстетике: очерки о природе искусства. М.: Искусство, 1980. 239 с.
3. Кривцун О.А. Психология искусства. М.: Юрайт, 2015. 265 с.
4. Уорхол Э. Философия Энди Уорхола (от А к Б и наоборот). М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 268 с.
5. Фещенко В.В., Коваль О.В. Сотворение знака: очерки о лингвоэстетике и семиотике искусства. М.: Языки славянской культуры, 2014. 640 с.
6. Хоннеф К. Поп-арт. М.: Арт-родник, 2004. 96 с.
7. I am for an art: Claes Oldenburg on his 1961 "Ode to Possibilities". URL: <https://walkerart.org/magazine/claes-oldenburg-i-am-for-an-art-1961>
8. Interview with David Sylvester – Jasper Johns. URL: <http://theoria.art-zoo.com/interview-with-david-sylvester-jasper-johns/>
9. James Rosenquist by Mary Ann Staniszewsk. URL: <https://bombmagazine.org/articles/james-rosenquist/>
10. Oral history interview with Tom Wesselmann, 1984 January 3 – February 8. URL: <https://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-tom-wesselmann-12439#transcript>

### The model of the verbal self-presentation of pop artists

**Aleksandra R. Sentemova**

Assistant at the Department of foreign languages,  
Lomonosov Moscow State University,  
119991, 1 Leninskie gory, Moscow, Russian Federation;  
e-mail: [arsentemova@gmail.com](mailto:arsentemova@gmail.com)

#### Abstract

The article aims to study the self-reflection, self-presentation and the verbal image of pop artists. It makes an attempt to develop a model of the verbal self-presentation of pop artists. The author of the article carries out an analysis of the verbal statements of pop artists from their books and interviews and categorises them using the method of two-level triadic decoding of categories. The methodological framework of the study includes scientific analysis, synthesis, classification and the method of two-level triadic decoding of categories. The scientific novelty of the study consists in the introduction of such terms as “verbal self-presentation” and “verbal self-presentation of an artist” and in the categorisation of the verbal self-presentation of pop artists. The research findings include the defining of the new terms “verbal self-presentation” and “verbal self-presentation of an artist”, and the development of the model of the verbal self-presentation of pop artists. The author concludes that the verbal self-presentation of pop artists is conducted under the influence of universal common factors and in universal forms. The scientific findings and conclusions can be used in the forthcoming research in the spheres of cultural studies and art history, imageology, advertising and the theory and history of culture.



**For citation**

Sentemova A.R. (2020) Model' verbal'noi samoprezentatsii khudozhnika pop-arta [The model of the verbal self-presentation of pop artists]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 10 (3A), pp. 76-84. DOI: 10.34670/AR.2020.83.15.009

**Keywords**

Pop art, pop artist, self-presentation, verbal self-presentation, model of verbal self-presentation.

**References**

1. Feshchenko V.V., Koval' O.V. (2014) *Sotvorenie znaka: ocherki o lingvoestetike i semiotike iskusstva* [Creating signs: essays on linguo-aesthetics and semiotics of art]. Moscow: Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ.
2. Goldsmith K. (ed.) (2004) *I'll be your mirror: the selected Andy Warhol interviews*. Da Capo Press. (Russ. ed.: Goldsmith K. (ed.) (2016) *Ya stanu tvoim zerkalom: izbrannye interv'yu Endi Uorkhola (1962-1987)*. Moscow: Ad Marginem Press Publ.)
3. Honnef K. (2004) *Pop art*. (Russ. ed.: Honnef K. (2004) *Pop-art*. Moscow: Art-rodnik Publ.)
4. *I am for an art: Claes Oldenburg on his 1961 "Ode to Possibilities"*. Available at: <https://walkerart.org/magazine/claes-oldenburg-i-am-for-an-art-1961> [Accessed 04/05/20].
5. *Interview with David Sylvester – Jasper Johns*. Available at: <http://theoria.art-zoo.com/interview-with-david-sylvester-jasper-johns/> [Accessed 04/05/20].
6. *James Rosenquist by Mary Ann Staniszewsk*. Available at: <https://bombmagazine.org/articles/james-rosenquist/> [Accessed 04/05/20].
7. Krivtsun O.A. (2015) *Psikhologiya iskusstva* [The psychology of art]. Moscow: Yurait Publ.
8. *Oral history interview with Tom Wesselmann, 1984 January 3 – February 8*. Available at: <https://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-tom-wesselmann-12439#transcript> [Accessed 04/05/20].
9. Warhol A. (1977) *The philosophy of Andy Warhol (from A to B and back again)*. Harvest. (Russ. ed.: Warhol A. (2016) *Filosofiya Endi Uorkhola (ot A k B i naoborot)*. Moscow: Ad Marginem Press Publ.)
10. Zis' A.Ya. (1980) *Konfrontatsii v estetike: ocherki o prirode iskusstva* [Confrontations in aesthetics: essays on the nature of art]. Moscow: Iskusstvo Publ.