

*СТРОЕВА Олеся Витальевна, кандидат философских наук, доцент, профессор кафедры теории и истории культуры Гуманитарного института телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина. Автор 20 научных публикаций, в т. ч. трех учебных пособий, одной монографии*

### **АТТРАКЦИОН ГИПЕРРЕАЛИЗМА КАК ПОРОЖДЕНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ**

В статье анализируется феномен гиперреализма, одного из актуальных течений современной живописи и скульптуры, в контексте воздействия медиасферы на эстетическое восприятие. Автор рассуждает о том, что массовая аудиовизуальная культура диктует новый способ восприятия произведений изобразительного искусства, которые должны удовлетворять особенностям «коллективного рассеянного внимания». Медиакультура приучила зрителя к тому, что образы не отсылают напрямую к референтам, любой экранный образ апеллирует прежде всего к эмоциональному восприятию, а не рациональному, и представляет собой смоделированную реальность образов-фантазмов. Этот механизм воздействия реализуется в живописном гиперреализме, представляющем собой чистый симулякр или аттракцион симуляции – подражания фотографии. Что касается современной гиперреалистической скульптуры, в этом жанре художники механически воспроизводят ощущение телесности, лишая ее идеализации подобно этрусскому веризму. Эффект силиконового натурализма противопоставляется каноническим экранным образам подобно тому, как в Римской империи этрусский натурализм соперничал с официальным греческим классицизмом. Таким образом, современная медиакультура создает бриколажную модель, одним из отскоков или флуктуаций которой становится гиперреалистическая тенденция в современном искусстве. В процесс современного творчества между человеком и природой активно внедряется технология, что и определяет характер нового трансгуманистического восприятия мира и тела, нарушения модели цельности микрокосма, вписанного в макрокосм. Современное искусство развивает новый тип мимесиса как подражания или, скорее, соревнования не с природой или Творцом, а с техникой в целом. Постмимесис строится как многоуровневая симуляция, активно эксплуатирующая мифологемы общества потребления.

**Ключевые слова:** феномен гиперреализма, современное искусство, симулякр, телесность, бриколажная модель медиакультуры.

Проблема трансгуманистического искусства XXI века связана с созданием НБИКС-технологий<sup>1</sup>, вызывающих «прорывную модель» самопрезентации, «выпукло-вогнутый» образ человека, новую постмодернистскую антропологию. Гиперреалистический подход

---

<sup>1</sup>Новое научное направление, связанное с конвергенцией нано-, био-, инфо-, когнитивных и социогуманитарных наук и технологий.

к изображению вместе с новыми технологиями приводит к другому аспекту мира искусства.

Ролан Барт гениально заметил, что одним из средств «образумить фотографию» было бы сделать ее «общераспространенной, стадной, банальной, так, чтобы рядом с ней не оказывалось никакого другого образа, по отношению к которому она могла бы себя маркировать, утверждать свою специфичность, скандальность и безумие. Это и происходит в нашем обществе, где «Фотография тиранически подавляет другие виды изображения: нет больше гравюр, фигуративной живописи за исключением той, которая зачарованно подчинилась канону фотографии» [1, с. 66]. Здесь знаменитый теоретик говорит о живописном гиперреализме, который завоевал популярность в Америке 1960-х, а в наши дни стал одним из самых актуальных жанров современного искусства.

Сам термин «гиперреализм», или «фотореализм», был придуман Луи Мейзелем в 1968 году, а двумя годами позже Мейзель составил определение фотореализма из нескольких пунктов, которые сводились к следующему: фотореалист использует камеру для сбора информации, затем переносит информацию на холст, добываясь с помощью техники фотографического эффекта в живописном изображении. Обычно снимки делались на слайд, а затем переносились на холст, что осуществлялось при помощи проецирования слайда или с использованием сетки.

Результат был копией фотографии, но обычно гораздо больше оригинала. В 1973 году Иса Брахот предложил заменить термин «фотореализм» термином «гиперреализм».

Таким образом, феномен гиперреализма – это продукт или детище медиакультуры или в общем смысле развития технологий. На заре эпохи новых медиа интерес в гиперреализме был вполне объясним как естественный интерес ко всему новому. Чем же объясняется новая вспышка популярности гиперреализма сегодня, в условиях переизбытка визуальной информации? Ведь, казалось бы, при наличии огромного количества индивидуальных технических устройств, оснащенных графическими редакторами, доступных каждому пользователю мобильного телефона, потребность в воспроизведении и эстетизации действительности такого рода должна быть удовлетворена. Но парадокса здесь нет, если рассматривать гиперреализм как элемент индустрии развлечений и в целом потребительской «машины желаний», т. е. как один из видов аттракциона, естественно вписывающийся во всеобщую бриколажную<sup>2</sup> модель медиакультуры.

Популярность этого вида искусства объясняется тем, что он удовлетворяет двум условиям, которые пророчески выделил Вальтер Беньямин, анализируя в свое время влияние кинематографа на эстетическое восприятие<sup>3</sup>. Отсутствие концентрации и растворение произведения

---

<sup>2</sup>По определению К. Леви-Строса, «бриколаж – это такая модель производства (интеллектуального, технического или связанного с искусством), в которой производитель (бриколёр) своеобразно и произвольно использует попавшиеся под руку инструменты (мифы, окружающие предметы, музыкальные или изобразительные мотивы) для получения результата, который будет всегда промежуточным, неокончательным, так как бриколёр не стремится завершить свое произведение, то есть не желает иметь авторский контроль над каждой его деталью; наоборот, бриколёр подспудно стремится к произведениям, бывшим до него, – стремится к воссозданию тех структур, которые он некритически воспринял из окружающей информации» [2, с. 126].

<sup>3</sup>Вальтер Беньямин отмечает: «Развлечение и концентрация составляют противоположность, позволяющую сформулировать следующее положение: тот, кто концентрируется на произведении искусства, погружается в него; он входит в это произведение, подобно художнику – герою китайской легенды, созерцающему свое законченное произведение. В свою очередь развлекающиеся массы, напротив, погружают произведение искусства в себя. Наиболее очевидна в этом отношении архитектура. Она с давних времен представляла прототип произведения искусства, восприятие которого не требует концентрации и происходит в коллективных формах. Прямым инструментом тренировки рассеянного восприятия, становящегося все более заметным во всех областях искусства и являющегося симптомом глубокого преобразования восприятия, является кино» [3, с. 66].

в зрителе при коллективном восприятии – вот характерные черты всех продуктов медиакультуры, а вместе с ней и современного искусства, подчиняющегося ее законам.

Все изображения, появляющиеся в медиaprостранстве, особенно в Интернете и соцсетях, рассчитаны именно на такое коллективное восприятие, не требующее концентрации, т. е. отвечают условиям так называемого клипового мышления<sup>4</sup>. А в этом контексте имеет значение лишь привлекательность продукта, яркая обертка, крючок, который бы задержал внимание зрителя на мгновение, чем-то зацепил, удивил. Вследствие воздействия медиакультуры подавляющее большинство современных арт-практик сейчас стремится удивлять: технологиями, размерами, необычными художественными материалами, социальными нарушениями, неважно чем, лишь бы привлечь внимание зрителя.

Но что привлекает в гиперреализме, в чем состоит его главный фокус или аттракцион? Прежде всего, в рукотворности и уникальности этого объекта, в невозможности его простого размножения. Ведь главная проблема самого искусства, возникшая в результате развития массового производства, заключается в потере уникальности и единичности произведения. Технологии размножения образов изменили сам способ бытия произведения искусства, сделав его предметом обихода или развлечения.

Как следствие, все, что происходит в современном искусстве, больше похоже на сопротивление этому процессу размножения и обесценивания образов. Несмотря на то, что гиперреалистическая живопись по большей части представляет собой кич или поп-арт, развлекательный аттракцион, тем не менее она пытается вернуть произведению искусства уникальность через рукотворность. Если технологии позволяют

скопировать и размножить живописные полотна на кружках, футболках, сумках, постерах, репродукциях, то художник способен трансформировать фотографию в живописное полотно, которое повторить и воспроизвести представляется затруднительным.

Однако примечательно, что любой пользователь Интернета может найти сейчас в YouTube подробные видеоуроки рисования: как создавать гиперреалистические изображения, с пошаговыми инструкциями. Так медиакультура стремится разрушить сразу все претензии на элитарность и уникальность продукта, пытается растворить его в массовом производстве.

Однако, помимо того что художник просто трансформирует фотографическое изображение в живописное с помощью художественных средств, происходит ли какая-то трансформация в самом способе воздействия такого произведения и, соответственно, меняется ли его восприятие?

Вспомним теоретика кино А. Базена, который писал о фотографии как о средстве объективности в искусстве. Он считал, что фотография освободила пластические искусства от их навязчивого стремления к правдоподобию. Как бы ни был искусен художник, его творчество всегда несет на себе печать неизбежной субъективности, а потому любое изображение ставится под сомнение самим фактом присутствия человека. Все искусства основываются на присутствии человека, и только в фотографии мы можем наслаждаться его отсутствием [4, с. 56]. Следовательно, художник-гиперреалист совершает обратную операцию, вновь наделяя это изображение субъективностью?

Возможно, это утверждение было бы справедливым только в отношении гиперреалистического соцарта, который носит форму субъективного высказывания, и гиперреализм выступает

---

<sup>4</sup>«Клиповое мышление», «клиповая культура» у Э. Тоффлера является составляющей общей информационной культуры, основанной на бесконечном мелькании информационных отрезков. В своей книге «Третья волна» Э. Тоффлер так описывает клип-культуру: «... на личностном уровне нас осаждают и ослепляют противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами образного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей, обстреливают нас разорванными, лишенными смысла “клипами”, мгновенными кадрами» [5, с. 160].

здесь лишь как художественная техника, как медиа. Гиперреалистические изображения с социальным подтекстом широко используются в западном стрит-арте, а также характерны для российского «политического искусства». Например, художник Дмитрий Врубель сам себя предпочитает называть «политическим живописцем» и фотореалистом, он прославился как автор самого знаменитого граффити, оставленного на Берлинской стене, которое называлось «Братский поцелуй» и изображало страстно целующихся Брежнева и Хонеккера (рис. 1).



Рис. 1. Дмитрий Врубель «Братский поцелуй»

Главной же установкой для гиперреализма как отдельного художественного направления в искусстве является бесстрастное, неэмоциональное воспроизведение действительности, имитирующее специфику фотографии: принцип автоматизма и документализм. Художники-гиперреалисты пытаются имитировать даже материальный характер фотографии, т. е. добиваются гладкописи при помощи специальных средств, таких как аэрография или эмульсионные покрытия. При построении композиции заимствуются приемы не только фотографии, но и кинематографа: крупный план, детализация, оптические эффекты, монтаж, полиэкранный формат, автосъемка с высокой точки

и т. д. Следовательно, перед нами некая симуляция фотографии, некий трюк, оптический обман, другими словами, фокус или аттракцион.

Однако, что касается фотографии, общей идеей многих известных исследователей, таких как Р. Барт, В. Беньямин, стало понимание того, что визуальное в фотографии – не главное. Главным является структура аффекта или невидимого, общее пространство фантазий и образов или «вещное время». Так, у Р. Барта фотография является сообщением без кода, поскольку представляет собой аналог действительности: «Ноэма фотографии проста, даже банальна: “это было” не содержит никакой глубины» [2, с. 48]. У каждой фотографии есть референт, хотя референт в данном случае отсрочен по времени. Однако при восприятии зритель встраивается в это изображение эмоционально, схватывая не нарратив, а «избыточный смысл», который выталкивает его в сферу невидимого, где играет роль его собственная история жизни или некая общность его поколения; так фотография становится «вещным временем»<sup>5</sup>. Таким образом, фотографирование представляет собой выхватывание вещи из потока и акцентирование на ней внимания, в этом процессе также происходит фиксация времени, прошлого, его мумификация.

Однако в гиперреалистических изображениях акцент как раз ставится на визуальном, на симуляции фотографии. Испанец Педро Кампос, один из самых известных художников современного гиперреализма, создает невероятные по реалистичности картины, неотличимые от фотографий (см. рис. 2). Его излюбленные сюжеты – натюрморты, они довольно большого размера: в среднем – 1,5 м в длину<sup>6</sup>.

В этих произведениях к уже привычной для нас эстетике поп-арта добавляется эффект удивления от невероятной искусности живописи, имитирующей фототехнику. Референт здесь становится совершенно неважен. А современному

<sup>5</sup>См. подробнее у Е. Петровской [6, с. 32].

<sup>6</sup>См. галерею художника на сайте. URL: <http://www.pedrocampos.net/index/gallery.html> (дата обращения: 08.09.2014).



Рис. 2. Педро Кампос «Coke»

зрителю и не нужна референтность, не нужна символичность, и любое изображение становится для него вполне автономно действующим и вписывающимся в общую смоделированную реальность образов-фантазмов. Абсолютно таким же способом устроены симулякрные изображения медиаккультуры: телевидение и массовый кинематограф говорят сегодня со зрителем на языке вымышленных, смоделированных образов. Таким образом, живописный гиперреализм – это чистый симулякр или аттракцион симуляции, порожденный медиаккультурой.

Еще более интересен феномен гиперреалистической скульптуры, также популярной в последнее десятилетие на западном арт-рынке. Сравнительно недавнее изобретение технологии создания портретов и фигур из силикона, пришедшей из Голливуда, расширило творческие возможности художников и в области ваяния. Эта технология основана на использовании компьютерной трехмерной графики и изготовлении молдингов, т. е. форм для заливки жидкого материала. Силикон в сочетании с настоящим волосным покрытием позволяет с натуралистической точностью воспроизводить эффект телесности. Большинство скульптур гиперреализма возвращает нас к традиции античной телесности в плане интереса к обнаженной натуре как воплощению чувственного микрокосма, однако сводит к нулю элемент идеализации.

Древнегреческое тело и в целом телесность являются одним из архетипов европейского

изобразительного искусства. Историю развития скульптуры и живописи можно было бы рассматривать как последовательное изучение механизмов конституирования своего образа Я, неотделимого от тела, и способов его пребывания в мире как одной из вещей этого мира и способа организации пространства, что древние называли соотношением микро- и макрокосмоса.

На заре цивилизации изображение тела имело значение первоначального освоения мира. Подобно ребенку, делающему первые шаги, человеческое восприятие самого себя только начинало отделять свое Я на физическом уровне от матери-природы, что и привело к появлению абстрактно-телесного канона в скульптуре. Валерий Подорога сравнил канон со «второй кожей», которую обретают греки, чтобы утверждать себя в мире: «Вторая кожа в ее особой протекторной функции, в качестве неуничтожимого фантазма приобретаемого тела, сводит на нет развитие психических функций прототелесного Эго (собственно, оно и не получило должного развития в древнегреческую эпоху). Вторая кожа – топологический предел греческого образа тела» [7, с. 48].

Синкретическая формула греческого мира через скульптуру сразу же включала зрителя в пространство мифа, где человек видел свое отражение в образе богов, как ребенок видит себя в отражении матери. Как известно, в Древней Греции все скульптуры, как и у египтян, расписывались в яркие цвета, кожа имела телесный оттенок. В истории даже сохранились имена древнегреческих живописцев, в частности Никия, расписывавшего статуи Праксителя<sup>7</sup>. Древние греки подчеркивали подобие телесности с помощью цвета в скульптуре, поскольку подругому образ бога или атлета был бы недостоверным или вообще не воспринимался бы зрителями. Причем жизнеподобие удивительным образом сочеталось с математическим канонem. В дальнейшем искусство Ренессанса, класси-

<sup>7</sup>См. подробнее у А.Ф. Лосева [8, с. 367].

цизм и барокко, и даже импрессионистическая скульптура Родена приучили европейского зрителя к восприятию белокаменных или бронзовых скульптур, лишенных ощущения конкретной телесности.

В современной гиперреалистической скульптуре художники будто бы возрождают античную традицию, используя новые технологии, чтобы абсолютно точно воспроизводить иллюзию телесности. В результате они получают индивидуальное, конкретное тело, лишенное идеализации и какой-либо сакральности. Эти гиперреалистические скульптуры больше напоминают староримские портреты, которые выполнены в традиции этрусского веризма и в свою очередь ведут начало от восковых масок, снятых с лиц умерших. Как известно, эта этруская натуралистическая традиция в Римской империи противостояла античной древнегреческой канонизированной классике, однако большинство императоров предпочитало как раз второй вариант для собственных изображений.

Собственно, такое же впечатление производят и гиперреалистические скульптуры: эффект веризма жизни в противовес идеализированным экранным образам, своего рода канонизированным моделям медиасферы. Так, например, австралиец Рон Муек, один из самых известных скульпторов-гиперреалистов, создает гигантские или миниатюрные фигуры людей, поражающие своим натурализмом (рис. 3). Показательно, что свою карьеру художник начал с изготовления кукол для телевизионных шоу, а с 1996 года он полностью посвятил себя образительному искусству. Его работы находятся среди экспонатов Королевской академии и Национальной галереи в Лондоне. Некоторые не просто натуралистичны, а чрезвычайно физиологичны, например скульптура матери и только что родившегося младенца с еще



Рис. 3. Рон Муек «Пара под зонтиком»

необрезанной пуповиной<sup>8</sup>. Большинство зрителей переживают шок, глядя на эти скульптуры.

Гиперреалистичность как определенный тренд современного искусства присутствует в работах Эвона Пенни, Гюнтера фон Хагенса, Марка Куина и других художников. Феномен гиперреализма, а также общее тяготение современных арт-практик к «телесности» свидетельствуют о трансформациях в восприятии этой категории. Такая перестройка связана с изменениями в восприятии пространства и времени, произошедшими под влиянием медиасферы, что ведет к новой постмодернистской антропологии. Наиболее адекватно эволюцию категории телесности описывает постмодернистский концепт о «теле без органов», разработанный Ж. Делезом<sup>9</sup>. Разрушение восприятия целостности тела характерно для эпохи медиа, что вызывает в свою очередь тенденцию трансгуманизма. Применительно к повседневной культуре этот концепт может рассматриваться как простор для всевозможных экспериментов с телом, т. к., утратив постоянство форм, оно стало восприниматься изменчивым.

Таким образом, гиперреализм как в живописи, так и в скульптуре, впрочем, как и вся традиция

<sup>8</sup>См.: Ron Mueck. Скульптура. Гиперреализм. URL: <http://art-assorty.ru/538-ron-mueck.html> (дата обращения: 08.09.2014).

<sup>9</sup>В широком смысле означает способ описания систем, характеризующихся саморазвитием и подчиненных в своем бытии вероятностным закономерностям. См. подробнее у Ж. Делеза и Ф. Гваттари.

визуального сегодня, выглядит как система зеркал и взаимных отскоков, другими словами, представляет собой бриколажную модель. Массовая аудиовизуальная культура диктует новый способ восприятия произведений изобразительного искусства, и все они становятся отражением медиакультуры: с одной стороны, массовая индустрия визуальных развлечений от кинематографа и телевидения до видеоигр и интернета и, с другой стороны, галерейное искусство от гиперреализма и поп-арта со всем

разнообразием эклектики до фотографии и видеоарта.

Современная фигуративность строится на принципах постмимесиса как многоуровневой симуляции, с активной эксплуатацией мифологем потребительской культуры. И даже довольно радикальные и зачастую экстремистские формы современного искусства (в т. ч. и политический гиперреализм) оказываются частью все той же бриколажной модели, растворяясь во всеобщей системе массового производства образов.

### Список литературы

1. *Барт Р.* Camera lucida. Комментарий к фотографии. М., 1997.
2. *Леви-Строс К.* Первобытное мышление. М., 1994.
3. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996.
4. *Базен А.* Что такое кино? М., 1972.
5. *Толфлер Э.* Шок будущего: пер. с англ. М., 2002.
6. *Петровская Е.* Теория образа. М., 2011.
7. *Подорога В.* Феноменология тела. Введение в философскую антропологию. М., 1995.
8. *Лосев А.Ф.* История античной эстетики. Ранняя классика. М., 1963. Т. I.

### References

1. Barthes R. *La Chambre claire: Note sur la photographie*. Paris, 1980 (Bart R. *Camera lucida. Kommentariy k fotografii*. Moscow, 1997).
2. Lévi-Strauss C. *La Pensée sauvage*. Paris. 1962 (Russ. ed.: Levi-Stross K. *Pervobytnoe myshlenie*. Moscow, 1994. 384 p.).
3. Benjamin W. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Taschenbuch, 1996 (Russ. ed.: Ben'yamin V. *Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti*. Moscow, 1996).
4. Bazin A. *Qu'est-ce que le cinéma?* 1976 (Russ. ed.: Bazen A. *Chto takoe kino?* Moscow, 1972).
5. Toffler A. *Future Shock*. U.S., 1970 (Russ. ed.: Toffler E. *Shok budushchego*. Moscow, 2002).
6. Petrovskaya E. *Teoriya obraza* [The Theory of Image]. Moscow, 2011.
7. Podoroga V. *Fenomenologiya tela. Vvedenie v filosofskuyu antropologiyu* [Phenomenology of the Body. Introduction to Philosophical Anthropology]. Moscow, 1995.
8. Losev A.F. *Istoriya antichnoy estetiki. Ranniyaya klassika* [The History of Classical Aesthetics. Early Classical Period]. Moscow, 1963. Vol. I.

doi: 10.17238/issn2227-6564.2016.2.96

**Stroeva Olesya Vitalyevna**

Humanities Institute of TV and Radio Broadcasting named after M.A. Litovchin  
3 Brodnikov pereulok, Moscow, 119180, Russian Federation;  
e-mail: olessia\_75@mail.ru

### THE TRICK OF HYPERREALISM AS A PRODUCT OF MEDIA CULTURE

This article analyses the phenomenon of hyperrealism – one of the most popular trends in contemporary painting and sculpture – in the context of the media sphere impact on aesthetic perception. The author

argues that mass audio-visual culture dictates a new way of perceiving art works that should adapt to the “collective concentration deficit”. In modern media culture, images are not directly linked to referents; any screen image appeals to the emotional rather than rational perception and functions autonomously as part of the simulated reality of phantom images. Such is hyperrealism in painting, a pure simulacrum or the trick of simulation – photographic imitation – generated by media culture. However, in contemporary hyperrealistic sculpture, artists seem to mechanically reproduce corporeality without idealizing it, as in the case of Etruscan naturalism. The effect of silicone naturalism is opposed to idealized screen images in the way that Etruscan naturalism competed with the official Greek classicism in the Roman Empire. However, even quite radical forms of contemporary art (including political hyperrealism) are part of the same bricolage model of media culture dissolving in the system of mass-produced images. Modern figurative art is based on the principles of post-mimesis as a multi-level simulation accompanied by the active exploitation of consumer culture myths. The phenomenon of hyperrealism, as well as the general inclination of modern art practices towards corporeality, shows transformations in the perception of this category. This rearrangement is associated with changes in the perception of space and time that occurred under the influence of the media sphere and leads to a new post-modern anthropology.

**Keywords:** *hyperrealism, contemporary art, simulacrum, corporeality, media culture, bricolage.*

*Контактная информация:*

*адрес:* 119180, Москва, Бродников переулок, д. 3;

*e-mail:* olessia\_75@mail.ru