

ПОП-АРТ

Авторы: В. А. Крючкова



Поп-арт. Д. Хокни. «Двое юношей в бассейне. Голливуд». 1965.

Частное собрание.

ПОП-АРТ (англ. pop art, сокр. от popular art – популярное искусство), направление в искусстве 2-й пол. 20 в., включившее в свой образный строй мотивы массовой культуры, заимствованные из рекламы, уличных афиш, комиксов, журнальных фотографий и рисунков, предметов массового потребления и т. п.

Возникло в 1950-х гг. как реакция на

абстрактный экспрессионизм почти

одновременно в Великобритании и США. В

Великобритании начало П.-а. было положено

лондонской «Независимой группой», в которой

архитекторы, дизайнеры, художники

обсуждали разл. аспекты совр. культуры. Входившие в группу живописец Р. Гамильтон и скульптор Э. Паолоцци явились зачинателями нового направления, а критик Л. Оллоуэй нашёл для него название и в дальнейшем стал его активным пропагандистом. Другое течение, представленное именами П. Блейка, А. Джоунса, П. Колфилда, Р. Смита, Дж. Тильсона, П. Филлипса, Д. Хокни, образовалось в Королевском колледже искусств. Для англ. П.-а. характерны чётко прорисованные, ярко окрашенные объекты массмедиа, представленные как гл. сюжеты живописных полотен.

Первые мастера П.-а. в США – Р. Раушенберг и Дж. Джонс. Раушенберг, прибегая к приёмам коллажа и ассамбляжа, создавал т. н. комбинированные картины (combine paintings). Джонс в своих изобразит. тавтологиях повторял формы амер. флага, цифр и букв, пивных банок и т. п. Др. художники П.-а. также работали с имиджами

массмедиа и объектами окружающей среды. Э. [Уорхол](#) воспроизводил живописным способом или приёмом трафаретной печати фотографии знаменитостей, упаковку товаров супермаркета, репродукции известных картин. Дж. Розенквист имитировал композиции и живописную технику рекламных щитов. Р. [Лихтенштейн](#) увеличивал картинку комикса до размеров большого полотна, выявляя печатный растр. Огромные подобиya витринных муляжей продуктов и бытовых вещей создавались К. [Олденбургом](#) в мягких, провисающих материалах. Работы Т. Вессельмана воспроизводят уголки интерьеров (ванных и спальных комнат), где силуэты женских фигур окружены реальными предметами. В П.-а. выразилась реакция на новую урбанистич. среду, наполненную стандартной и броской визуальной информацией. Этот изобразит. массив подвергнулся переосмыслению в контексте собств. задач авангардного иск-ва: анализ языка массмедиа, его игровые преобразования, скольжения по разным регистрам знаковых систем. В силу переработки исходного образа (изменения масштаба, материала, обнажение приёмов исполнения) он неизбежно утрачивает идентичность, обнаруживает свою изнанку, парадоксально трансформируется из средства в самоцель. Художники П.-а., стремившиеся к расширению своей тематики, были в числе инициаторов таких форм, как [хеппенинг](#), [инсталляция](#), [энвайронмент](#). Аналогичные тенденции проявились в [поп-музыке](#) и [массовой литературе](#).

Литература

Лит.: Amaya M. Pop as art: A survey of the new super realism. L., 1965; Rublowsky J. Pop art: Images of the American dream. L., 1965; Pop art / Ed. L. Lippard. N. Y., [1966]; Finch C. Pop art: Object and image. L., 1968; Compton M. Pop art. L., 1970; Alloway L. American pop art. N. Y., [1974]; Osterwold T. Pop art. Köln, 1989; Livingstone M. Pop art: A continuing history. L., 1990.