

**Д. М. Кожевин**

## **Рецепция актуального искусства в исследованиях Ли Росса и Ричарда Нисбетта**

Восприятие актуального искусства зрителем подвержено воздействию социальных факторов. Одна часть этих факторов определяется характеристиками большого социального контекста, другая часть проявляется в зоне близкого взаимодействия между людьми. В этой зоне существенными становятся их психологические качества. Социальная психология – дисциплина, изучающая поведение людей в зоне непосредственного контакта друг с другом и с объектами окружающего мира. Исследования социальной психологии могут быть применены для анализа особенностей репрезентации и восприятия актуального искусства. Обширный материал по таким исследованиям содержится в тексте Ли Росса и Ричарда Нисбетта «Человек и ситуация: уроки социальной психологии». Приведенные авторами аргументы убедительно доказывают, что социально-психологические факторы влияют на восприятие актуального искусства и некоторые из них могут находиться под контролем и управлением организаторов его репрезентации. Адекватная оценка данных факторов, корректировка параметров репрезентации способны существенно повлиять на зрительское восприятие.

Ключевые слова: актуальное искусство, восприятие, репрезентация, зритель, социальная психология, социальное влияние

**Dmitrii M. Kozhevin**

## **Reception of contemporary art in studies of Lee Ross and Richard Nisbett**

Perception of the contemporary art is influenced by social factors. A part of the factors is formed by the features of the large social context, the other part shows itself in the close human interaction area. Psychological properties become important in that area. Social psychology – is a discipline which studies human behaviour in the area of direct interaction between people and with environmental objects. Investigations of the social psychology can be applied for art representation and art perception analysis. «The person and the situation: perspectives of social psychology» written by Lee Ross and Richard E. Nisbett includes the wide material of social psychology researches. The arguments, given by the authors, convince that the socio-psychological factors have an influence on contemporary art perception and some of them may stay under control of representation management. Appropriate estimation of these factors, their adjusting can essentially impact on audience perception.

Keywords: contemporary art, perception, representation, spectator, social psychology, social influence

Исследование восприятия искусства зрителем в течение последних полутора столетий вышло за рамки искусствоведения и стало предметом изучения со стороны специалистов разных гуманистических областей знания, прежде всего, психологии и социологии. Это обстоятельство естественным образом проистекает из того, что и социология, и психология изучают все аспекты социальной и индивидуальной жизни человека, в том числе в области функционирования искусства как социального и психологического феноменов. На этой базе родились соответствующие разделы – «психология искусства» (Л. С. Выготский, Р. Арнхейм), «психология восприятия» (М. Мерло-Понти, Дж. Бруннер), «социология искусства» (А. Хаузер, В. Фриче, Т. Адорно, А. Зильберманн, К. Б. Соколов), «социальная психология искусства» (Н. А. Хренов, В. Е. Семенов). Внушительный корпус созданных к текущему моменту текстов позволяет познакомиться с многочисленными аспектами бытия искусства в социальном и психологическом пространствах, что, на первый взгляд, делает очередную попытку содержательно высказаться на заданную тему малоинтересной.

Тем не менее поводом для оптимизма служит непрекращающееся развитие собственно социологии и социальной психологии. Об этом свидетельствуют яркие и убедительные социальные эксперименты Курта Левина, Музафера Шерифа, Соломона Эша и других, поставивших в своих дисциплинах под сомнение первоначальные теоретические установки. Современное представление о важнейших сторонах социальной психологии изложено в книге «Человек и ситуация: уроки социальной психологии». Книга написана американскими социальными психологами Ли Россом и Ричардом Нисбеттом в 1980-е гг. и представлена ее российскими издателями как «одна из важнейших психологических работ последнего десятилетия» [1, с. 3]. Материал книги дает серьезный повод взглянуть на ситуацию функционирования актуального искусства под новым углом зрения, способным дать необходимый импульс для управления зрительским восприятием в новой, еще не достаточно разработанной плоскости.

Актуальное искусство, функционирующее зачастую на границах между искусством и не-

искусством (как, например, между инсталляцией и научным экспериментом (инсталляции арт-группы «Куда бегут собаки», г. Екатеринбург), перформансом и политической акцией (акции арт-группы «Война», П. Павленского), компьютерным искусством и игрой (работы А. Шульгина, лаборатории Cyland) и многое другое), использует сложнейший выразительный язык, насыщенный множеством цитат, отсылок, иронических высказываний. Такое искусство требует от зрительской аудитории интеллектуального напряжения, ответных действий, игры и участия. Однако не всякая аудитория способна откликнуться на эти вызовы, и поэтому актуальное искусство демонстрирует стабильную неудачу в поиске «своего» зрителя. Свидетельством этому являются низкая посещаемость выставок актуального искусства, негативная оценка актуального искусства в рядовой зрительской аудитории. Работа над формированием приличной в количественном отношении аудитории есть непрерывная «головная боль» кураторов актуального искусства.

В психологии искусства, социальной психологии искусства с момента своего возникновения одним из важнейших принципов восприятия произведения искусства зрителем декларировалось совпадение внутренних миров автора и зрителя, постулат о «необходимости душевного сродства, психического подобия художника и его читателя, зрителя, слушателя для успешности процесса восприятия и понимания и в конечном счете принятия художественного произведения» [2, с. 80]. Из этого постулата проистекает ряд важных практических выводов – восприятие возникает только при наличии душевного сродства и психического подобия, что превращает презентацию конкретного искусства в механический перебор социальных групп в поисках наиболее подходящей, так ищутся соответствующие детали мозаики. Такое видение ситуации диктует кураторам и авторам актуального искусства соответствующую тактику своего поведения и интерпретации поведения аудитории.

Однако материал исследования «Человек и ситуация: уроки социальной психологии», посвященный изучению влияния ситуации на поведение человека, на его когнитивные и прогностические способности, дает возможность подвергнуть вышеупомянутый постулат серьезному сомнению. Поскольку презентация актуального искусства есть социальная ситуация, у нас есть все основания считать выводы книги уместными и перелагаемыми для целей искусствоведения.

В общем виде теоретическая модель восприятия состоит из перцептивных уровней обнаружения и различения и опознавательных уровней идентификации и опознания. На опознавательных уровнях происходит отождествление объекта с объектом, хранящимся в памяти, и классификация объекта в

соответствии с хранимыми в памяти объектными структурами. Безусловно, в действительности когнитивные процедуры восприятия несомненно сложнее, уровни находятся в непрерывном взаимодействии друг с другом, но при всей схематичности и грубости такого представления данная модель справляется с задачами теории познания. Следуя концепции этой модели изучение проблем восприятия объектов искусства пересекается с проблематикой социальной психологии в зоне опознавательных уровней. Чрезвычайно важные для восприятия и интерпретации процессы происходят в моменты категоризации и оценки объектов, и, как доказывают Ли Росс и Ричард Нисбетт, эти моменты сильно подвержены влиянию внешних факторов. Множество экспериментов и многолетние наблюдения социальных психологов свидетельствуют весьма однозначно – на индивидуальное восприятие, поведенческую реакцию конкретных людей, их оценку разнообразных жизненных ситуаций внешние по отношению к личности обстоятельства влияют гораздо сильнее, чем представлялось до недавнего времени. Фактически, для интересов актуального искусства это означает, что усилия надо сосредоточивать не только на поиске своего зрителя, но и на регистрации и, если это возможно, управлении этими факторами.

Среди факторов ситуационного влияния социальное влияние, групповое мышление являются одними из самых существенных. В материалах, посвященных исследованию социального влияния на человека, на примере ряда экспериментов авторы демонстрируют то, насколько сильным и недооцененным является воздействие окружающего социума на решения, принимаемые человеком. «Во-первых, социальное давление и другие ситуационные факторы оказывают на поведение человека более мощное влияние, чем принято обычно считать. Во-вторых, для того чтобы понять характер воздействия отдельно взятой социальной ситуации на конкретного человека, необходимо подчас уделять внимание ее тончайшим нюансам» [1, с. 38]. Источником такого влияния является социальная природа человека, которая объясняет его конформизм (согласие с окружающей социальной группой) инстинктивным желанием соответствовать характеристикам тех групп, в которых он находится и с которыми он себя отождествляет. Отсюда следует боязнь ощутить когнитивный диссонанс, чувство дискомфорта, страх быть отторгнутым группой. «Как правило, данный диссонанс разрешается в пользу взглядов, разделемых группой, зачастую путем не просто компромисса, а всецелого принятия групповых взглядов при подавлении собственных сомнений» [1, с. 53].

Не будет большой натяжкой предположить, что положение актуального искусства, в частности

в современной российской культуре, характеризующееся недоверием со стороны властных структур, недостаточной освещенностью в СМИ, с художниками, имеющими репутацию маргиналов, нарушителей общественного порядка, формирует соответствующее отношение к себе внутри больших социальных групп федерального и регионального масштабов, которое транслируется на более низкие уровни. Противостоять мнению группы чрезвычайно тяжело, и, как следствие, конкретный человек не планирует встречу с актуальным искусством и избегает его даже при наличии личного позитивного отношения.

Кураторы актуального искусства, как правило, хорошо представляют себе масштабность проблемы социального влияния и отсутствие видимых практических механизмов управления им. Поэтому особый интерес могут иметь описанные в книге так называемые «канальные факторы» как технологии преодоления социального влияния и изменении поведения людей в требуемом направлении. Канальный фактор – это незначительное в масштабе всей социальной ситуации изменение, способное принципиально изменить всю социальную ситуацию. Например, массированная информационная атака с призывами посетить выставку актуального искусства будет иметь ничтожные последствия, а бесплатная раздача абонементов на рабочих местах, формирование дискуссионных групп и организация выставки в доступном для посещения месте без существенных потерь времени сыграют значительную роль.

Если адекватное представление о социальном влиянии лежит на поверхности и ощущается участниками актуального искусства непосредственно, то особенности субъективной интерпретации социальной реальности и процессов атрибуции долгое время оставались неочевидными даже для специалистов по социальной психологии. Субъективная интерпретация социальной реальности (контакт с актуальным искусством в полной мере относится к социальной реальности) является сложным процессом с участием многих внешних и внутренних факторов. Одним из самых существенных факторов является фундаментальная ошибка атрибуции, заключающаяся в том, что человек склонен объяснять поведение других людей наличием у них конкретных личных свойств, или диспозиций. Например, низкая успеваемость школьника объясняется его неусидчивостью или отсутствием необходимых когнитивных способностей, криминальные поступки – врожденными психологическими характеристиками конкретного преступника и т. д. Человеку свойственно игнорировать влияние ситуации на поведение других людей, этот феномен назван социальными психологами фундаментальной ошибкой атрибуции. Эта ошибка регулярно находит свое выражение в ситуации интерпретации актуального

искусства. Сложный и незнакомый художественный язык объясняется через личные свойства автора. Ему приписываются «неумение рисовать лошадь», желание обмануть зрителя, ввести в заблуждение и тому подобное. Ярчайшим примером подобной реакции в истории искусства является Казимир Малевич, чье творчество в неискусствоведческой среде интерпретируется только с позиций свойств его личности. Эта ошибка атрибуции совершается в течение всего XX столетия по отношению ко всем художникам неклассического направления. Ситуация функционирования актуального искусства, особенности его выразительного кода, правила игры, принятые на территории актуального искусства, не принимаются в во внимание и игнорируются. В той же мере это относится к интерпретации поведения аудитории кураторами – зритель не идет на выставку, так как он недостаточно образован, «не понимает», «не способен к восприятию». Выводы по обе стороны от арт-объекта основаны на неверных предпосылках, на фундаментальной ошибке атрибуции. «Мы оказываемся не в состоянии осознать как случайные (или, по меньшей мере, непредсказуемые), так и систематические, устойчивые различия между собственной интерпретацией событий и субъективной интерпретацией тех же событий другими людьми. Вследствие этого мы слишком уверенно беремся и за предсказание поведения других. А когда сталкиваемся с действиями, которых не ожидали, относим их на счет экстремальных личностных качеств других людей либо на счет различий между собственной и чужой мотивацией. При этом мы не признаем, что другой человек может просто по-иному интерпретировать ситуацию» [1, с. 71].

В сочетании с социальным конформизмом ошибка атрибуции многократно увеличивает шанс нежелательной интерпретации художественного объекта. Боязнь быть отвергнутым социальной группой приводит к принятию чужой субъективной интерпретации, принятию чужой оценки.

Следующим важнейшим фактором, подтвержденным экспериментально, авторы называют эффект первого впечатления: «Первые пункты перечня личностных качеств (как и любой формирующий опыт) заставляют нас создавать рабочие гипотезы, в свою очередь диктующие нам, как интерпретировать последующую информацию. Поэтому первые пункты получаемых нами сведений оказывают на наши суждения непропорционально большое влияние, т. е. набор одних и тех же пунктов, но представленных в разном порядке, порождает различные итоговые оценки» [1, с. 73]. Вопреки расхожему мнению первое впечатление далеко не всегда самое верное, оно способно существенным образом повлиять на все последующие интерпретации. Поэтому управление первым впечатлением –

первоочередная практическая задача процедуры презентации актуального искусства.

Эволюция человека и его когнитивных способностей вооружила людей способностью сокращать мыслительные процедуры с помощью готовых схем и шаблонов, экономя силы и время. Это дало человеку неоспоримые преимущества в борьбе за выживание и в стремительном технологическом развитии последних тысячелетий. Побочным эффектом схематизации, ее обратной стороной, явилась неспособность отойти от схемы там, где ее применение крайне нежелательно. История искусства – пример постоянного убегания от схем, нарушение правил. В плоскости когнитивной психологии актуальное искусство создает объекты противоположные эволюционным познавательным процедурам – оно усложняет и делает незнакомым знакомое.

Избыточная схематизация – следующий важный фактор субъективной интерпретации. «Особое внимание исследователей было привлечено к двум взаимосвязанным аспектам процесса субъективной интерпретации. Первый аспект включает в себя присваивание ярлыков или формирование категорий, т. е. то, что позволяет отнести встретившийся предмет, человека или событие к определенному классу явлений и сформировать на этой основе ожидания в отношении отдельных характеристик или свойств объектов, с которыми есть вероятность столкнуться. Второй аспект субъективной интерпретации связан с разрешением двусмысленности, т. е. с заполнением информационных пробелов и возможной реинтерпретацией информации, не согласующейся с присвоенным ярлычком или категорией отнесения» [1, с. 77].

Конформизм, фундаментальные ошибки атрибуции, эффект первого впечатления, избыточная схематизация и навешивание ярлыков – неполный список факторов, влияющих коренным образом на восприятие актуального искусства. Следует еще раз подчеркнуть – в этом списке отсутствуют психологические, имманентные черты личности зрителя. Скорее речь идет о характеристиках его социального интерфейса, в той или иной степени поддающиеся манипулированию, в отличие, например, от врожденных особенностей темперамента. Л. Росс и Р. Нисбетт, подчеркивая это обстоятельство, говорят о смене парадигмы во всей теории личности. «Обыденная теория личности соотносится с более корректной теорией личности подобно тому, как обыденная физика соотносится с научной физикой» [1, с. 140]. Обыденная физика объясняет поведение физических тел их имманентными свойствами – массой, размерами и т. п., современная физика объясняет поведение тел средой и взаимными отношениями между телами, т. е. не только свойствами тел. Новая парадигма теории личности утверждает – параллель между представлениями о

физических взаимодействиях и социальными взаимодействиями уместна. Поведение людей определяется не только их внутренними диспозициями, но и внешней по отношению к ним ситуацией. Более того, ситуационное влияние сильно недооценено, а значение диспозиций преувеличено.

Ли Росс и Ричард Нисбетт исследуют культуру в ее социальной плоскости, искусство – часть культуры и поэтому выводы социальной психологии имеют прямое отношение к проблемам социального функционирования актуального искусства. Хотя жесткие условия социальных экспериментов, подтолкнувших социальных психологов к неожиданным выводам, например эксперименты Стэнли Милгрэма, отличаются от комфортных условий презентации произведений искусства у нас нет повода полностью игнорировать их выводы. Социальное влияние и групповой мышление – силовое поле, в котором живет зритель. Наивно полагать, что оно легко поддается манипулированию со стороны участников актуального искусства, но учет и регистрация этого влияния вполне уместны. Ошибки атрибуции, первое впечатление, схематизация представляются более доступными для управления. Возможно, для этого куратору придется сделать над собой усилие и посмотреть на презентацию глазами зрителя, попытаться вообразить зрительское восприятие и интерпретацию, пересмотреть принципы своего присутствия в СМИ и многое другое. Понимание внутренних процессов взаимодействия аудитории и актуального искусства не сразу трансформируется в набор практических рецептов, какие-то факторы легче поддаются управлению, какие-то может быть вообще не подлежат тактическим изменениям, поскольку прочно «зашиты» в социо-культурных архетипах. Тем не менее критическая рефлексия по этим поводам несомненно повышает вероятность практического успеха.

### Список литературы

1. Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация: перспективы социальной психологии / пер. с англ. В. В. Румынского; под ред. Е. Н. Емельянова, В. С. Магуна. Москва: Аспект Пресс, 1999. 429 с.
2. Семенов В. Е. Социальная психология как научная отрасль // Журнал социологии и социал. антропологии. 2002. № 2. С. 79–89.

### References

1. Ross L., Nisbett R. Person and situation: perspectives of social psychology / transl. from Engl. by V. V. Rumynskii; ed. by E. N. Emel'yanov, B. C. Magun. Moscow: Aspect Press, 1999. 429 (in Russ.).
2. Semenov V. E. Social psychology as branch of science. *J. of sociology and social anthropology*. 2002. 2, 79–89 (in Russ.).