Мария Олеговна Потолокова

Санкт-Петербургский государственный университет

mpotolokova@yandex.ru

Юлия Владимировна Курышева

Санкт-Петербургский государственный университет

yuliakurysheva@gmail.com

**Место и роль аудитории в художественном процессе**

Художественное творчество является не только стремлением к самовыражению. Оно подразумевает двусторонней процесс, предполагающий позитивный или негативный отклик аудитории. Анализ роли места аудитории в процессе создания художественного произведения требует научного подхода, так как определяет допустимость свободы самовыражения.

Ключевые слова: аудитория, художественное творчество, коммуникативный аспект искусства.

Вопросы анализа выявления места и роли зрителей в искусстве, создании произведений искусства, процессе восприятия художественного произведения, индивидуализации восприятия, а также устойчивости потребительской реакции занимали и продолжают тревожить умы творцов, критиков, философов.

Современный художник находится в ситуации почти абсолютной свободы выбора сферы искусства, изобразительного языка, вида и формы создаваемых произведений искусства. И тем не менее, все чаще звучат слова о зависимости художника от зрителя – его готовности воспринимать искусство, понимать изобразительный язык, «голосовать рублем» за того или иного творца, за ту или иную конструкцию сферы искусства.

В этой ситуации важно определиться с позицией зрителя – позицией его свободного выбора. Выявление его интересов, устойчивости его желаний, а также развития культурологических потребностей лежит на плечах не только исследователей, но и представителей коммуникационной сферы, призванных создавать (формировать) потребности в сфере культуры информационными рычагами.

Свобода творца тоже должна быть уточнена в соответствии с двумя вариантами поставленной и достигнутой цели. Современный вариант свободы творца – «свобода от...», несомненно, характеризуется актуальностью и применимостью. Отрицание ранее созданного, использование нетрадиционных форм ради явного кардинального отличия от существующего – самый простой путь «свободы». Необходимо отметить, что это обусловлено и пихологически, и глобальным развитием цивилизации. Второй вариант свободы творца – «свобода для...» – имеет более гуманистический характер, подразумевая, что преобразование сферы культуры осуществляется ради зрителя, ради его новых эмоций, его взросления, его интересов. Лишь немногие творцы готовы признать, что не просто изучают/исследуют, но и следуют в своем творчестве за желаниями зрителя.

В связи с наличием даже незначительной доли таких «свобод для...» встаёт вопрос об обоснованности, о качестве потребительских желаний. Можно ли довериться вкусу зрителя? Можно ли идти на поводу у масс? И главное, как при таком пути не потерять своей самобытности и сути.

Роль коммуникационных инструментов, роль информации в «подготовке» «правильных желаний», в получении ожидаемых реакций становится наиважнейшей. Мы предлагаем уделить внимание данному аспекту, осуществив маркетинговый анализ среза выбора элементов культурной жизни жителей Санкт-Петербурга.