

## Тенденции поп-арта в творчестве Леди Гага

Марина Зайцева

Академия имени Маймонида Российского государственного университета имени А. Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Российская Федерация  
кафедра аналитической методологии и педагогики музыкального образования, доктор искусствоведения,  
профессор

**Аннотация.** В статье выявлена связь между творческими принципами популярной певицы Леди Гаги (Lady Gaga) и культовой личности поп-арта – Энди Уорхола (Andy Warhol). На основе анализа исполнительской практики Леди Гаги выявлены особенности ее исполнительского стиля, сформировавшегося под воздействием эстетики поп-арта. Прослежена динамика становления и развития исполнительского стиля Леди Гаги.

**Ключевые слова:** поп-арт; поп-музыка; Леди Гага; современное искусство; Энди Уорхол.

**LCC Subject Category:** M2147-2188

**DOI:** 10.22178/pos.19-2

### Введение

Исследование проявлений поп-арта в музыкальном искусстве имеет особую значимость, которую подтверждает неизменная популярность этого противоречивого, эклектичного художественного направления. Неутихающие дискуссии по вопросам эстетической значимости концепций и произведений поп-арта, их роли в развитии современного искусства и культуры демонстрируют, что необходимость дальнейшего изучения данного направления искусства остается актуальной.

Творчество Леди Гага (*Lady Gaga*) во многом базируется на идеях поп-арта. О своей близости к этому направлению и, в частности, к концепциям его яркого представителя Энди Уорхола (*Andy Warhol*), говорила в интервью сама певица. Изучение характера влияния эстетики поп-арта на творчество Леди Гага позволит проследить тенденции поп-арта в эстрадном исполнительстве и увидеть панораму современного искусства во всей полноте.

Поп-арт как одно из самых ярких направлений современного изобразительного искусства привлекает внимание исследователей. Большую роль в проведении данного исследования сыграли материалы о творчестве Леди Гага: ее интервью, биографические издания.

Целью исследования является определение характера влияния поп-арта на творчество

Леди Гага. Достижению этой цели способствует решение следующих задач:

- исследовать историю становления и развития поп-арта;
- выявить основные принципы эстетики поп-арта;
- изучить творчество Леди Гага с позиций преломления в нем тенденций поп-арта.

### Результаты исследования

Поп-арт является одним из наиболее известных направлений массового искусства. Рассмотрим кратко историю термина: в 1947 г. Эдуардо Паолоцци (*Eduardo Luigi Paolozzi*) применил приставку «поп» в названии коллажа. В искусствоведческий лексикон термин «поп-арт» был введен английским критиком Лоуренсом Эллоуэем (*Lawrence Alloway*), ставшим в последствие покровителем музея Гуггенхайма в Нью-Йорке [1, с. 142]. Он отмечал, что область его применения изначально была достаточно узкой: «Тогда я не вкладывал в это понятие тот смысл, который оно содержит сегодня. Я использовал это слово наравне с термином «поп-культура», чтобы охарактеризовать продукты средств массовой информации, а не произведения искусства, для которых были использованы элементы этой «народной культуры» [2, с. 142]. Термин быстро стал популярным.

Вскоре понятие «поп-арт» затмило какие-либо другие наименования этого движения («супернатурализм», «новый реализм» и др.). Оно также употребляется наравне с такими терминами как «поп-музыка» или «поп-культура». В 1957 г. Р. Гамильтон (*Richard William Hamilton*) даёт оценку появившемуся явлению: «это искусство популярное, рассчитанное на массовую аудиторию, переходное и занимающее небольшой период, легко распространяемое и легко забываемое, дешёвое, массово производимое, молодое и остроумное, сексуальное, хитроумное и трюковое, отдающее большим бизнесом» [3, с. 435]. Многого, конечно, не хватает в его суждении, потому что оно относится ко времени только зарождавшегося поп-арта. Действительно, понятие поп-культура включает в себя то, что можно назвать «популярным»: живопись, музыку, популярные сериалы, моду, рекламу и фотографию.

Появление поп-арта приходится на середину 50-х годов, а его расцвет уже был в 60-е годы XX века. Выдающийся представитель этого направления Р. Раушенберг (*Robert Milton Ernest Rauschenberg*) получает на Венецианском фестивале в 1964 г. Гран-При. Он писал это в 1966 году, когда поп-арт уже перерос пространства крохотных выставок в художественных вузах и небольших частных галереях и вышел на просторы мирового современного искусства.

Поп-арт – стиль в искусстве, появившийся как реакция на абстракционизм в живописи и характеризующийся общедоступностью художественных образов и идей. В основном используются образы продукта массового потребления и возможности высоких технологий. Расцвет поп-арта приходится на начало 1950-1960 гг.

Впервые тенденции поп-арта проявились в деятельности Независимой группы (*Independent Group*) при Лондонском институте современного искусства (*Institute of Contemporary Arts*), состоящей из молодых писателей, художников, архитекторов и просто любителей-интеллектуалов: Л. Эллоуэй, Р. Гамильтон, Э. Паолоцци, П. Блейк (*Peter Blake*) и др. Инициатор создания этой группы, Э. Паолоцци, через проектор демонстрирует на экране причудливо сочетающиеся элементы рекламных объявлений. Позднее группа проводит семинар с показательным названи-

ем «Параллель жизни и искусства», проводит выставки «Коллаж и объект», «Человек, машина и движение», «Это завтра».

В дальнейшем наиболее активно поп-арт развивался в США. Среди наиболее известных деятелей искусства, раскрывших в своем творчестве эстетические идеи поп-арта, отметим Роя Лихтенштейна (*Roy Fox Lichtenstein*), Класа Ольденбурга (*Claes Oldenburg*), Джеймса Розенквиста (*James Rosenquist*), Тома Вессельмана (*Tom Wesselmann*), Энди Уорхола, Роберта Раушенберга, Джаспера Джонса (*Jasper Johns*), Ларри Риверса (*Larry Rivers*). С момента появления поп-арта смешается география актуального искусства: Париж, до этого времени считавшийся центром мировой художественной культуры, уступает место метрополии современного искусства – Нью-Йорку. Поп-арт, тем не менее, активно проявился не только в искусстве Англии и США, но также и в Германии. Влиятельные коллекционеры покупали произведения поп-арта, стремясь выкупить больше работ и скорее выставить их в музеях перед ошеломлённой публикой, до того пока необычные эпатажные работы разойдутся по художественным галереям всей страны. Дармштадт, Ахен и даже Кёльн – именно в этих городах впервые экспонировались эти необычные произведения. В 1968 г. в Касселе состоялась выставка под названием *Documenta 4*, она наконец-то принесла художественное признание авторам и их творениям. Популярность выставки превзошла венецианские проекты, она стала престижным форумом современного искусства.

В музыкальной среде 50-е годы XX века частичка «поп» употреблялась только среди джазовых музыкантов, а затем использовалась для обозначения лёгкой танцевальной музыки в стиле ритм-н-блюз или коммерческого варианта рок-н-ролла. В 60-е годы понятие поп-музыки претерпевает изменение в своём значении из-за появления нового направления «британский бит», ставшего впоследствии одним из проявлений «рок-музыки». Синонимичными становятся термины «поп» и «рок», обозначающие не разновидности жанров, а степень их распространения и популярности. Усиление танцевального начала в рок-музыке приводит к рождению такого стиля, как диско, по своей лёгкости этот стиль относится к развлекательному

жанру эстрадной музыки, как и коммерческий поп-рок. Смешения понятий «поп» и «рок» в эстрадной музыке происходит до сих пор.

Время появления поп-арта стало периодом значительных изменений в искусстве, когда рушились представления о традиционном различии между экспериментальным, неизобразительным, массовым, повествовательным и изобразительным искусством. Благодаря этому, «поп-арт выступил с резким критическим эпатажем вопреки предшествующему ему раннему модерну, с его классическими традициями» [4, с. 92].

Деятели этого направления ставили перед искусством цель «возвращения к реальности» [5, с. 341–342]. Объектами вдохновения для них стали реклама, упаковка, фотография, газеты, гляцевые журналы, комиксы и т.д. Таким образом, поп-арт возвращает вещь в искусство, но не с целью ее опоэтизировать видением художника, а с целью показать её бытовую направленность, связанную с современной культурой и формой передачи информации в телевидении и рекламе. Симптоматично, что первая выставка поп-арта называлась «Новый реализм».

Манифестация принципов «нового реализма» еще раз подчеркивает разницу художественных позиций поп-арта и актуального в этот период беспредметного искусства. Марсель Дюшан (*Marcel Duchamp*), говоря о поп-арте, подчеркивал, что «это течение... восхищает, ибо оно идёт против дурацкой идеи беспредметного искусства» [4, с. 167]. О том, что поп-арт является «полной противоположностью беспредметности» свидетельствовал и Г. Фромберг [4, с. 168]. Многие считали, что появление поп-арта несёт в себе «конец» абстрактному изобразительному искусству. Некоторые критики и представители абстрактной живописи Г. Рид (*Herbert Read*), К. Гринберг (*Clement Greenberg*) считали поп-арт «антиискусством» [2, с. 43].

Поп-арт не стремился завоевать статус академического стиля. Как отмечал Р. Раушенберг: «Живопись равна и искусству, и жизни, я же ищу середину между ними» [5, с. 345]. Мастера этого направления стремились найти такие приёмы, на основе искусством сблизится с жизнью. Ольденбург метко сказал, что «поп-арт – это искусство, которое не знает, что оно искусство» [2, с. 8].

Основополагающая идея поп-арта – культ предмета, при этом предмет неабстрактный и не просто предмет в стиле классического традиционного искусства, а предмет как таковой, предстающий перед зрителем в своей первозданной простоте, без дополнительной смысловой нагрузки. Джаспер Джонс говорил: «Флаг был только флагом, а номер – просто номером» [3, с. 447]. По мнению Джона Кейджа (*John Milton Cage Jr.*): «Мы должны поставить цель открыть способы, которые позволят звукам быть самими собой» [6, с. 4]. Один из творцов дадаизма Р. Лихтенштейн писал: «почему вы думаете, что холм или дерево красивее, чем газовый насос? Только потому, что для вас это привычная условность» [4, с. 93]. Его мнение разделял А. Соломон (*Alan Salomon*): «художественную ценность можно найти в любом предмете, даже в отбросах на улице» [4, с. 94].

Первостепенная цель художника – увидеть эту эстетическую ценность обыденного предмета и привлечь к ней общественное внимание. Основной девиз Энди Уорхола: «Все прекрасно»: художник считал, что грязь, отбросы, содержимое свалок, мусор и т.д. наделены эстетическими качествами наряду с традиционным предметом академического искусства [7, с. 61]. По мнению Уорхола, увеличенная в масштабе консервная банка будет не менее значима, чем портрет президента [5, с. 443]. По мнению представителей явления, поп-арт: «в определённом контексте каждый предмет теряет своё первоначальное значение и становится произведением искусства» [8, с. 179].

Художественный образ теперь не раскрывает сущность объекта или его значение. Поп-арт пребывает в отчуждённой знаковой системе, а значит в искусственном мире окружающего пространства.

Следует отметить, что поп-арт манифестирует творчество как акт некоего «природного пробуждения», а так же подлинности, несущей в себе элементы спонтанности. Джон Кейдж говорил: «Искусство должно быть утверждением жизни, а не попыткой внести в неё порядок... оно должно быть просто средством пробуждения той самой жизни, в которой мы живём, которая становится так прекрасна, как только освобождаешься от своих стремлений и позволяешь жизни развиваться самой по себе» [6, с. 7].

Поп-арт – это первое постмодернистское движение, отражающее власть кино, телевидения, рекламы, диктующей законы моды, тиражирующей изображения знаменитостей [9, с. 212]. «Экономика избытка» была почвой поп-арта, её девиз: «Я потребляю, следовательно, я существую» [10, с. 154]. Поп-культура носит ярко выраженные черты арт-проекта, арт-бизнеса.

Для того чтобы увидеть панораму развития современного искусства, проследим влияние эстетики поп-арта на творчество певицы Леди Гага.

Леди Гага на сегодняшний день является одной из наиболее популярных фигур в музыкальной индустрии. Ее успех был стремительным: буквально за год после первых концертов она смогла опередить своих коллег, в том числе своего кумира – Мадонну (*Madonna Louise Ciccone*), и стать самой востребованной певицей в шоу-программах. Ее имидж обсуждается на страницах многих газет и журналов. После шоу Джонатана Росса (*Jonathan Ross*) в масс-медиа долго обсуждали её фотографию в аэропорту Хитроу (*London Heathrow Airport*), где она появилась в костюме, смешавшем в себе огромную пчелку из ПВХ и дорожный знак. Рекламная броскость ее нарядов, несомненно, берет начало в эстетике поп-арта.

Появление новой песни или свежего клипа привычно в шоу-бизнесе, лаконизм объявлений о презентации нового клипа или альбома Леди Гага сильно контрастирует с накалом слушательского ожидания премьер. Так, например, пресс-релиз, который выпустила звукозаписывающая компания накануне появления нового клипа певицы, был предельно лаконичен: «Премьера нового сногшибательного клипа Леди Гага с участием Бейонсе (*Beyoncé*) на песню *Telephone* состоится на *E! News* во вторник, 11 марта, в 23:30» [11, с. 12]. Студия *Universal* предельно лаконично прокомментировала девятиминутный видеоряд, в съемках которого принял участие Юнас Окерлунд (*Jonas Åkerlund*), известный своим сотрудничеством Мадонной, *U2* и *The Prodigy*: «Настоящий кинематографический шедевр – смелый, резкий, исполненный эротизма и безусловно снятый» [11, с. 13]. Напомним, что к этому времени уже стала обладательницей популярных наград *Grammy*, выпустила два альбома *The Fame*. Содержа-

щиеся в них четыре сингла оказались в первых рядах хит-парадов Америки (*Just Dance*, *Poker Face*, *Love Game*, и *Paparazzi*, *The Fame Monster*).

Стремление исполнительницы к смелым и шокирующим визуальным образам способствовала росту популярности певицы, привело к возникновению ажиотажа вокруг её новых клипов. Привлечение зрительских масс шокирующим зрелищем откровенного изображения любви как болезни и деградации мы наблюдаем в её клипе *Bad Romance*. Вот как отозвалась об этом клипе Леди Гага: «Я очень рада, что это стало настоящим событием в мире поп-музыки. В юности я всегда радовалась большим событиям в музыкальном мире, и мне бы очень хотелось, чтобы выход моего клипа вызвал столь же большой резонанс» [11, с. 14].

Леди Гага всегда предстает в необычном образе: толстые золотые цепи, свисающие с шеи, фантастические солнцезащитные очки, из которых выходят клубы сигаретного дыма. Частью ее имиджа может имитировать знаковые предметы: американский флаг, свадебный торт, газеты, желто-черную заградительную ленту, популярную у полицейских, детские игрушки (например, жакет из кукол в виде лягушонка Кермита (*Kermit the Frog*)). Порой ее артистический образ выстраивается на основе пародийных приемов. В частности, облик певицы в кожаной куртке с железными заклепками и в бигудях из диетической кока-колы пародировал небрежный костюм «домохозяйки на шопинге» Шерон Стоун (*Sharon Vonne Stone*).

Начало 2010 г. было щедрым на «большие события»: в феврале во время церемонии *BRIT Awards* Гаге присуждаются награды в номинациях «Лучший зарубежный дебют», а также «Лучшая зарубежная исполнительница». Британский музыкальный критик из *The Guardian* писал: «Только Гага оживила это скучное мероприятие. Певица приехала в середине церемонии и исполнила балладу, посвятив её Александру Маккуину (*Lee Alexander McQueen*), дизайнеру, погибшему накануне церемонии. Она была единственной настоящей поп-звездой в тот вечер; естественно, мальчики из группы *JLS*, победившие в телешоу «Икс-фактор» смотрелись на её фоне блекло» [11, с. 14]. Кич как сценический стиль, используемый Леди Гага, получает не-

однозначную оценку журнала *NME*. В 2010 г. ей присуждается журналом победа в номинациях «Лучший костюм» и «Худший костюм».

Зрительской сенсацией стал необычный тур певицы по Великобритании под названием *Monster Ball*. Этот фантастически захватывающий перформанс по-настоящему шокировал публику. Исполняя песню *Paparazzi* в манчестерском концертном зале *Man*, Гага одолела зубастое морское чудовище с громаднейшими щупальцами. Китти Эмпайер (*Kitty Empire*) в своей рецензии газеты *The Observer* отмечала, что Леди Гага продемонстрировала публике «зрелище поистине раблезианского масштаба» [11, с. 15]. А. Петридис (*Alexis Petridis*), посетив этот концерт, отмечал, что Гага стала звездой мировой величины, её власть над публикой настолько велика, что стоит ей снять тёмные очки – и зрители в экстазе. Также он с огромным восхищением пишет: «Леди Гага – ярчайшее явление в мире поп-музыки. Она побуждает своих поклонников быть смелее, предлагает им не просто музыку, которую можно послушать, но своеобразную альтернативную реальность, в которую можно окунуться» [11, с. 16]. Всего два года и Леди Гага достигает необычайной популярности. Можно предположить, что это стремительное восхождение певицы на вершины славы – удел случая, однако мир Леди Гага создавался постепенно.

Леди Гага (настоящее имя – Стефани Джоанн Анджелина Джерманотта, *Stefani Joanne Angelina Germanotta*), родилась в городе Нью-Йорк в семье итало-американского происхождения с традиционными устоями. Её отец любил музыку, но его мечту стать музыкантом воплотила дочь. В четыре года Стефани начала играть на фортепиано, затем в школьных рок-группах, а к четырнадцати годам она пробует себя на различных сценах ночных клубов нижнего Ист-Сайда Нью-Йорка. Она пытается изо всех сил удивить окружающих, играя в группах рока андеграунд. Её фантазия поражает своим разнообразием, а фантастические костюмы и поведение на сцене не только удивляют, но и шокируют избалованную публику.

Идея псевдонима «Леди Гага» появилась у Роба Фусари (*Rob Fusari*), первого продюсера певицы. Он заметил, что она своей театральностью и манерой поведения на сцене похожа

на Фредди Меркьюри (*Freddie Mercury*), а так как он обожал группу *Queen* и особенно песню *Radio Gaga*, у него возникла идея использовать название песни для псевдонима Стефани. Роб Фусари отправляет ей смс-сообщение с её новым псевдонимом *Radio Gaga*, но программы телефона дали сбой, и название вышло как *Lady Gaga*. Стефани с радостью приняла это имя. Больше никто не называл её Стефани, теперь она – *Lady Gaga*. Певица отмечала свою близость к Меркьюри, к его стремлению превратить концерт в яркий шоу: «Я думаю, что это часть меня и моего дела. Всем известно, что музыка – это воплощение истинной сущности человека, а я всегда была артистичным ребёнком, училась музыке и участвовала в прослушиваниях в Нью-Йорке. Помимо этого я танцовщица, певица и актриса, поэтому театрализованные выступления для меня – уникальная возможность воплотить все свои образы. Фредди Меркьюри всегда меня вдохновлял; я приходила на звукозаписывающую студию и мне говорили: «Ты чересчур артистична», а на прослушиваниях на роли в мюзиклах мне заявляли, что во мне очень много от поп-исполнения. В конце концов, мне удалось объединить эти миры» [12, с. 24]. Следует учесть, что группа *Queen* вдохновила Гагу на создание собственного сценического образа. «Фредди Меркьюри и Дэвид Боуи (*David Bowie*) оказали на меня очень сильное влияние, – признавалась певица. – Я не знала что делать, пока не открыла для себя их творчество. Им удалось объединить театр и поп-музыку. Когда я это осознала, то поняла, в каком направлении двигаться дальше» [12, с. 25].

Гага активно приступила к работе с Робом Фусари. Совместно они выбрали достойный репертуар, при помощи которого претворили свои художественные идеи. Обсудив их с продюсером Винсентом Гербертом (*Vincent Herbert*), Фусари добивается заключения контракта певицы с компанией звукозаписи *Streamline Records*, обладающей наследием *Interscope Records*. Певица восприняла это с воодушевлением: «как то так вышло, что я начала писать песни для других, ведь своего контракта у меня не было – вспоминает она сразу после появления её нового альбома в интервью для журнала *Billboard Magazine*, – у меня был лишь краткосрочный

контракт с *IDJ*, по окончании которого, я начала писать песни для других, и совсем не жалела о том, что эти песни исполняет кто-то другой, а не я» [12, с. 27]. Темпы работы над альбомом были чрезвычайно высокие. Как вспоминал Герберт, певица «написала практически все свои хиты за неделю, работая с Ред Ваном» (*RedOne, Nadir Khayat*) [12, с. 28].

Леди Гага в интервью отмечала близость своих творческих позиций к принципам одного из ведущих деятелей поп-арта Энди Уорхола: «Меня завораживал Энди Уорхол и то, с какой основательностью он подходил к коммерческой составляющей своей деятельности. Для него это такой же творческий процесс – поясняет Леди Гага. – Музыка сейчас настолько претенциозна, что быть поп-певцом – всё равно, что восставать против существующего порядка. Многие инди-рок-группы и исполнители, поющие свои песни, не обращают внимания на поп-индустрию и звукозаписывающие студии. За последние тридцать лет поп-музыке был нанесён огромный урон. Все потому, что многие артисты утверждают, что такая музыка не интересна. Они постоянно твердили, что нужно вернуться к «настоящей музыке», и нам пришлось слушать по-настоящему депрессивных исполнителей и инди-рок-группы» [12, с. 23]. Однако музыка, которую хотела исполнять Гага, была абсолютно далека от депрессивности произведений популярных в этот период инди-рок-музыкантов. Она хотела создать эмоционально сильную, позитивную, а главное – запоминающуюся музыку: «Настоящий хит не заставит себя долго ждать. Стоит только вложить душу в то, что ты делаешь, и песня появляется сама собой. Обычно, я пишу припевы, ведь без хорошего припева твоя песня никому не нужна. Я считаю, что большая часть создаваемой музыки – это поп-музыка. Хорошую песню отличает количество жанров, которые она в себя вбирает. Всё основывается на честности и желании общаться с публикой. Посмотрите на песню *I Will Always Love You*, которую Уитни Хьюстон (*Whitney Elizabeth Houston*) определила как песню в стиле поп, но её также можно отнести и к кантри и к госпел ... Да к чему угодно! Если я исполняю акустический вариант своей песни или просто наигрываю её на фортепиано, и она по-прежнему цепляет, я знаю, что она хороша» [12, с. 28].

В 2008-м году Леди Гага переехала в Лос-Анджелес и сразу же принялась за создание коллектива, состоящего из дизайнеров, под названием *Haus of Gaga*. Название было придумано в честь немецкой школы дизайна и конструирования, под именем «Баухаус» (*Staatliches Bauhaus*), она существовала в начале двадцатого века в Германии. Вместе со своей командой Гага тщательно продумывала каждый нюанс своих программ и даже повседневного имиджа.

Гага утверждала, что подобное соединение каждой составляющей части её творчества напомнило ей знаменитую фабрику Энди Уорхола, где он воплощал свои знаменитые идеи в реальность: «в музыкальной индустрии существует большое количество стилистов и продюсеров, которые хотят с тобой работать, но у меня есть собственная креативная команда, созданная по примеру «Фабрики» Уорхола. Нам всё ещё нет двадцати шести, и мы вместе делаем общее дело» [12, с. 71]. Творческая группа Леди Гага включает в себя команду дизайнеров и модельеров, которые разрабатывают её костюмы, декорации, головные уборы, парики, обувь и аксессуары. Среди них есть как известные модельеры, так и совсем неизвестные, но чрезвычайно талантливые. Вместе с ними Гага придумывает свои шоу и воплощает новые творческие идеи.

Основная задача *Haus of Gaga* – создание ярких сценических образов, вызывающих сильную ответную реакцию аудитории. Достижению этой цели способствовала работа над первым альбомом *The Fame* («Слава»). Название альбома стало судьбоносным, он принес заслуженную славу певице. В альбоме используются инструменты и приемы, характерные для различных стилей современной эстрадной музыки (от ударных установок и хлопков в стиле рок-группы *Def Leppard* до ударных урбанистических треков в стиле металл).

За время создания альбома *The Fame* Гага уделяла внимание не только написанию треков. Она явилась автором текстов музыкальных композиций, в создании музыки и аранжировки ей помогал Ред Ван. Сам альбом, отмечает певица, повествует «о том, каким образом каждый может ощутить себя известным, – объясняет Гага. – Поп-культура – это искусство. И если вы её ненавидите, вы не

становитесь от этого круче. Я заключила её в свои объятия – вы поймёте это, послушав мой альбом. И это – слава, которой можно поделиться, поэтому я вас всех приглашаю вместе со мной стать частью этой удивительной жизни» [12, с. 86].

Певица подчеркивает связь альбома *The Fame* с эстетикой поп-арта, говоря, что он является манифестом поп-арт-движения, продолжательницей которого певица себя ощущает. В интервью с журналистом британского канала MTV она заявила: «Я считаю, творчество любого исполнителя должно сначала промаршироваться. У меня всё получилось не сразу, и только разобравшись в себе, я смогла создать этот альбом. Я невероятно горжусь собой. Это не просто пластинка, это целое поп-арт – движение, а не какая-нибудь однодневка» [11, с. 132]. Певица продолжает мысль: «Я чувствую, насколько этот альбом уникален. Это больше чем клубная шумиха, больше чем глэм семидесятых. Я ощущаю себя не просто автором, который исполняет свои песни – говорит Гага. – *The Fame* не о том кто ты, а о том кто ты на самом деле! У меня ушло некоторое время на то, чтобы, погружившись в себя, наконец-таки понять это. Вряд ли есть что-то, чем я могу также гордиться. Это не просто альбом – это манифест целого поп-арт-движения. Смысл не только в одной песне» [12, с. 87]. В *The Fame*, рассказывает певица, «музыка и тексты призваны вдохновлять людей на особое отношение к самим себе, чтобы они могли обрести ощущение внутренней славы и проецировать его на окружающий мир, отражение именно этой ауры служит беззаботный настрой альбома. Удивительно, как люди сами определяют собственную славу. Энди Уорхол как-то сказал: «Я знаменит своими вечеринками». Неважно кто ты на самом деле, главное – выбор и внутреннее самоощущение. Когда я думаю о работе Уорхола, то прихожу к выводу, что он создавал комментарий к нашей культуре. Слава – это идеал и все мы можем отхватить кусочек этого пирога» [11, с. 129].

Для достижения славы и демонстрации своей творческой уникальности Леди Гага сотрудничала с большим количеством продюсеров. Среди них на буклете альбома были имена и таких продюсеров как: Надир Хайат (*Nadir Khayat*), Эйкон (*Akon*), Роб Фусари и Мартин Киршенбаум (*Martin Kierszenbaum*). Такой

масштабный список соавторов в альбоме Леди Гаги с названием *The Fame* свидетельствует о грандиозности художественного замысла эклектичного альбома, в который вошли композиции различных эстрадных стилей. Гага дает определение стилю альбома как «театральный поп», подчеркивая значимость эстетики поп-арта в своем творчестве и смысловую и драматургическую значимость сценографии и актерской игры, площадкой которой становится как студия, так и вещевой рынок, городская улица. Как отметила сама певица, «Альбом получился безумно разнообразным, в нём сочетается всё, от клубной музыки до глэма семидесятых, от авторской песни до рока» [12, с. 93].

Альбом не сразу приобрел популярность, он был выпущен в августе 2008 года и только через четыре месяца хиты альбома *The Fame* попали на американские хит-парады. В Европе, альбом завоевал популярность лишь в начале 2009 года. Первые четыре сингла *Just Dance*, *Love Game*, *Paparazzi* и *Poker Face* из этого альбома стали самостоятельными мировыми хитами. Этот альбом стал номером один в Великобритании, Канаде и Ирландии, в США он занял второе место, и оказался лучшим электронным альбомом, как рассказывает журнал *Billboard*, а также разошелся десятиллионным тиражом по всему миру. Такой успех Леди Гага вполне был вполне сравним со славой её кумира Энди Уорхола.

Леди Гага много рассуждает о славе, о том, что большинство молодых людей её поколения, очень хотят стать известными. Она начинает пропагандировать «искусство славы», много рассуждая, прежде всего, о своей «внутренней славе», о том, как важно ценить свой внутренний мир, что нужно быть слегка нарциссом, ведь если ты любишь себя и свой образ, эта страсть передаётся другим [11, с. 140]. Конечно, добиться популярности не просто, как рассказывает Гага, но если сильно захотеть, то всё обязательно получится: «Я никогда не сидела сложа руки и не ждала, что мне всё принесут на блюдечке, – заявляет Гага – я завоевала себе место под солнцем. Я пишу музыку, придумываю одежду, – я дышу и живу своим искусством» [11, с. 141].

В этот период Леди Гага придумывает четкое определение собственного стиля, собственного искусства и собственного игривого эстетического мировоззрения – «ретросексу-

ал». Название возникло в процессе обсуждения с коллегами на студии особого типа мужчин – «метросексуалов». Новые необычные ботинки друга певицы привлекли особое внимание Гаги, она отметила, что такая обувь является признаком «метросексуала», друг же утверждал, что его обувь скорее относится к стилю ретро. Тогда Гага совместила эти два понятия, и получился термин «ретросексуал» [11, с. 143]. Такое название весьма соответствовало стилю самой исполнительницы, которая хотела соединить в своём творчестве андрогинность Грейс Джонс (*Grace Jones*), поп-артовскую раскованность Энди Уорхола и бисексуальность Мадонны. «Это была своеобразная шутка, – призналась поп-звезда. – А потом я задумалась. Я ведь обожаю ретро, семидесятые и восьмидесятые. Это слово просто слетело у меня с языка – и осталось со мной. Я так часто делаю: если уж придумываю какие-то слова, то они определяют основную идею моего проекта или песни» [11, с. 142].

Леди Гага часто обращается к идеям Энди Уорхола, отмечает их влияние на свое творчество: «Коммерческое искусство превращается в смесь интеллектуального и художественного пространства, и всё это воспринимается очень серьёзно. Идея состоит в том, чтобы создавать вещи – видео, моду, песни, шоу, – которые действительно важны и абсолютно второстепенны, чтобы затем спросить: «Насколько Леди Гага основательна?» [12, с. 31].

В 2009 году в мае Леди Гага предстанет прикрытая лишь пластиковыми пузырями на обложке журнала «Rolling stone», позже она поведала журналистам *The New York Times*: «Я верю в силу иконографии» [12, с. 30]. Также она верит в силу поэзии, так как она на левой руке вытатуировала готическим шрифтом цитату из «Писем к молодому поэту» её любимого философа Райнера Марии Рильке (*Rainer Maria Rilke*), его «философия одиночества» ей близка. В этой цитате значилось: «Признайтесь себе, действительно ли Вы бы умерли, если бы Вам запретили писать. Это – прежде всего: спросите себя в тишайший час Вашей ночи: должен ли я писать?» [12, с. 31]. Все эти экстравагантные костюмы, это всего лишь часть её образа, продуманного заранее очень тщательно.

Имидж является значимой частью творчества Леди Гага: «Я живу модой и своей работой? – заявляет певица. – Я возвела поп-музыку в ранг искусства, и мои песни можно было бы выставлять в Лувре. Я говорю о блёстках, вечеринках, славе, и о том, как бы мне хотелось, чтобы современная Америка больше походила на Америку Энди Уорхола. Если вы будете постоянно повторять одно и то же, люди начнут к вам прислушиваться. Ведь сам Уорхол постоянно твердил: «Это искусство, это искусство, это искусство». И люди признали его гением и поверили, что за ним будущее. Нужно непрестанно оттачивать свой образ» [12, с. 34].

В 2009 году певица была номинирована на получение престижной премии *Grammy*. 18 февраля этого же года она выступила вместе с Бренденом Флауэрсом (*Brandon Flowers*) из *The Killers* и группой *Pet Shop Boys* на церемонии *BRIT Awards*. После попури из хитов группы *Pet Shop Boys*, Гага и Флауэрс присоединились к легендарному дуэту 1980-х годов и исполнили с ними их популярный хит 1985 года *West and Girls*.

В марте 2009 года Леди Гага воплощает замысел «реализовать в своём творчестве концепцию Энди Уорхола и свести вместе перформанс, поп-арт, мультимедиа, моду, технологии, видео, кино. Это будет не просто шоу, а музей на колёсах» [12, с. 149]. Она предпринимает концертный тур по Северной Америке под названием *The Fame Ball* в поддержку альбома *The Fame*, в котором каждый концерт – это грандиозное мультимедийное шоу. Этот тур в поддержку первого альбома *The Fame Ball* получил особо яркий отклик у зрителей и слушателей, так как концерты проходили чрезвычайно динамично, как сквозное действие, состоящее из нескольких отделений: одно называлось «Сердце», второе «Мозг» и т.д. Смена костюмов и декораций, а также использование мультимедийной аппаратуры превращало концерт в нечто похожее на мюзикл «Шоу ужасов Рокки Хоррора» (*The Rocky Horror Picture Show*) и фильм «Бегущий по лезвию бритвы» (*Blade Runner*), которые бы возглавляли одновременно Жан-Поль Гуд (*Jean-Paul Goude*), Сесил Демилль (*Cecil Blount DeMille*) и Энди Уорхол. Шоу начинало театральное вступление «Меня зовут Леди Гага и это мой дом», в котором продемонстрировала великолепные актерские способности [12,



с. 170]. Её перформанс был необычен, наряды были запоминающимися своей необычностью: на певице было платье из прозрачных пластиковых шариков, «мыльных пузырей», и она играла на прозрачном фортепиано, которое было полностью наполнено пластиковыми шарами, иногда она играла на нём пальцами, а иногда прозрачными босоножками.

В ноябре 2009 года Леди Гага вернулась в студию для работы над следующим её альбомом *The Fame Monster*. Концепция альбома раскрывалась на основе соединения темы соиздания и его завершения, смерти [11, с. 162]. Она использовала эту концепцию, чтобы показать контраст настроений между альбомами *The Fame* и *The Fame Monster*. В интервью канала MTV она говорит: «Я готова к будущему, но оплакиваю прошлое. Это настоящий обряд перехода: некоторые вещи нужно отпускать. Только оплавав и похоронив их, можно двигаться дальше, – об этом мой альбом» [11, с. 162]. Весь альбом буквально пронизан темой смерти, и это неслучайно ведь Гага пережила потрясение, узнав, что её отец перенёс серьёзную операцию на сердце. При создании *The Fame Monster* она размышляет о смерти и просматривает старинные фильмы ужасов и научную фантастику 50-х годов XX века. В разговоре с корреспондентом *Daily Star* певица упоминает об этих размышлениях: «Это было что-то вроде кинематографической булимии – я поглощала один за другим фильмы про монстров и прочие ужасы, но всё тут же выходило обратно. Я заметила возрождение идеи монстра в кино: картины представляли собой фантазию на эту тему, но всё выглядело до жути реальным» [11, с. 163]. Леди Гага объясняет, что в кинематографических монстрах она видит метафору нашей культуры, помешанной на популярности. «Меня безумно беспокоит, что слава становится монстром в обществе, а знаменитости – символом разложения. Моя новая пластинка именно об этом» [11, с. 163].

Образы монстров, олицетворяющих разнообразные человеческие страхи, чрезвычайно увлекает певицу в этот период. Каждая композиция альбома, по замыслу Леди Гага, изображала какой-то конкретный страх: перед любовью, смертью, одиночеством: *The Fame Monster* – это поп-эксперимент с индастриал-битом, готической музыкой, танцевальными

мелодиями девяностых, увлечение текстами меланхолической поп-музыки 80-х. и подиумами» [12, с. 35]. Певица отметила также неослабевающий интерес певицы к экспериментам со сценическим образом: «Когда я писала, то смотрела по телевизору модные показы с выключенным звуком, так что, уж поверьте, мой альбом и мода неразрывно связаны» [11, с. 163].

Тур Леди Гага в поддержку второго альбома с названием *The Fame Monster Ball Tour* начался 27 ноября 2009 года в канадском Монреале, а завершился 19 сентября 2010 года. Это шоу должно было стать ещё более грандиозным и ярким событием, чем презентация альбома *The Fame Ball Tour*: «Это будет настоящее художественное событие: самая крутая постапокалиптическая вечеринка в вашей жизни», – пообещала Гага фанатам [11, с. 172]. Леди Гага назвала это шоу «первой в мире оперой в стиле электро-поп» [11, с. 172]. Шоу представляло собой смесь музыки, перформанса и огромных инсталляций. В этом шоу используется одно из выдающихся достижений её фабрики *Haus of Gaga* – гигантский гироскоп под названием «Орбита». Основная тема шоу – эволюция человеческого духа, связанная с преодолением страхов. Новые декорации Гага сравнила с гигантским пустым телевизором без экрана. Спустя четыре месяца после премьеры шоу, в феврале 2010 года, певица заявила, что у нее сформировалась новая концепция шоу, в связи с чем необходимо значительно изменить оформление сцены, увеличив ее масштаб в четыре раза. Как рассказывала Гага, её желанием было вернуть то, что много лет назад считалось безвозвратно утерянным, а именно – концепцию успешного и грандиозного музыкально-театрального представления, «идею шоу-бизнеса» [11, с. 173]. Среди элементов этого театрально-музыкального шоу и феерии особое внимание привлекает «синтара» – инструмент, сочетающий в себе синтезатор и гитару, – с названием «Эмма», который Гага впервые представила на церемонии *BRIT Awards 2010*.

Костюмы Леди Гага, используемые в данном шоу, заслуживают внимания: певица трансформирует образ, появляясь то в футуристическом комбинезоне, украшенном серебром и лампочками, то в боди в египетском стиле с золотой короной, то в чёрном кожаном пла-

ть. Зрителей особенно поразила сценка с Гагой в кресле стоматолога и эпизод, где певица предстаёт в виде космической Рапунцель. Турне *The Monster Ball* вызвало восторг публики и прессы, так как «вышло за границы возможного по меркам высокой моды и даже театра абсурда» [11, с. 173]. Критики сошлись на мнении, что «Леди Гага вполне заслужила звание артиста, способного создавать красочные шоу. Бесконечный поток звуковых и визуальных образов не может затмить музыкальные способности и вокальные данные поп-звезды» [11, с. 174]. Келли Нестрак (*James Kelleher Nestruck*), канадский театральный критик, который пишет для *The Guardian* отметил: «Хотя *The Monster Ball* не имеет ничего общего с великими операми золотого века музыкального театра «электро-поп-опера», которую представила нам Леди Гага, как минимум, вдвое интереснее и несоизмеримо свежее, любого мюзикла последнего десятилетия» [11, с. 175]. Собственные грандиозные шоу поп-звезда называла не просто турами, а передвижной вечеринкой. Леди Гага получает награды на церемонии вручения *Billboard Touring Awards* за 2010 год, в номинации «Прорыв года» и лучший концертный маркетинг и промоушен.

Следующий альбом, который записала исполнительница в мае 2011 года – *Born This Way*. Этот альбом, по словам Гаги, существует для неё «в двух разных полушариях, которые работают одновременно. С одной стороны, этот альбом – целый мир, в котором каждая его песня является его частью. Основные темы альбома: выбор личности, выбор своей жизни, осознание себя, но на другой стороне полушария, взаимосвязь *Born This Way* и концепции записи в том, что вы не обязательно рождаетесь лишь однажды» [13]. Человек всю свою жизнь находится в процессе внутренних перерождений, становления своего «Я», Гага говорит, что в альбоме *Born This Way* такое перерождение бесконечно [13]. Музыка в этом альбоме также эклектична по стилю и выразительным средствам: поп-музыка насыщается элементами рока, в общее звучание добавляются новые тембры (в одной из песен под названием *Marry The Night* во вступлении используется электронный инструмент, стилизованный под орган).

В 2012 году певица предпринимает свой самый грандиозный тур по латинской Америке

*Born This Way Ball Tour*. Излагая концепцию этого тура, Гага отмечала, что идеей шоу стала демонстрация силы духа, его революционных, преобразующих качеств. Певица хотела подчеркнуть важность «обратной» связи артиста с публикой: ее собственное творчество – это результат веры в нее зрителей. Эффектным сценическим решением стало создание на сцене гигантского замка. Певица перемещается по комнатам замка, постоянно меняя сценический образ: «Вы видите яйцо, видите меня в мясном платье, видите все идеи о политике и обществе, культуре, всё сходится воедино. И вы пока не совсем уверены, куда всё это придёт, а в конце мы все уходим под сцену, знаете, как в космическом корабле, а замок остаётся» [11, с. 174].

В финале шоу певица предложила своей творческой команде начать демонтаж сценического оформления прямо на глазах зрителей. Леди Гага отмечала, что ей важен создаваемый при этом эффект: «люди ушли с чувством реальности, перевоплотившейся в фантазию, а затем обратно в реальность. Так что, шоу начинается, и мы видим просто занавес, а потом он падает, а за ним этот огромный замок. А в конце шоу я ухожу под сцену, а моя команда разбирает замок, но в памяти он остаётся целым» [14].

Художественный подход к сценографическим и режиссерским решениям в рамках шоу демонстрирует желание Леди Гага создавать перформансы, характерные для практики поп-арта. Наиболее ярко эта тенденция проявилась в новом альбоме Леди Гага 2013 года под названием *Artpop*. Певица в этом альбоме хотела реализовать цель: «включения арт-культуры в поп-музыку» [14]. Игра с терминологией поп-арта стала поводом для возникновения самого названия альбома. В интервью Леди Гага с художницей Мариной Абрамович (*Марина Абрамовић*) певица рассказала о замысле альбома: «Работая над альбомом *Artpop*, с самого начала я раздумывала, над тем, что хочу сказать. Я размышляла о маркетинге, о культурной составляющей слов, и том, что эти слова значат. Как слова изменяют значение, после того, как выйдет музыка, наравне с визуальной составляющей. Я рассматривала эти слова «арт» и «поп», совмещённые в обратном порядке, поп-арт, как я привыкла их видеть. И затем, после ещё большей работы *Artpop* стал приобретать хо-

рошее звучание. У слов была правильная вибрация. Я переживаю свой творческий процесс, как вибрацию. Я думала о поп-арте, и о том, что доминирующим предметом всегда была звезда поп-культуры, изображённая на холсте, и я тогда подумала, а что если то, чем я постоянно пыталась стать, с помощью моих работ – это празднование моих изменений, с помощью искусства, где я выступаю в роли холста, в противоположность меня, как главного предмета, изображённого на холсте. Я не хочу быть иконой только в одной форме. Я хочу быть иконой во многих формах. Именно так это и началось» [15].

В этом интервью певица рассказывает о сущности своего сценического образа, о метафизической сущности своего искусства: «Фанаты могут прикоснуться и почувствовать музыку и искусство с помощью философии и основы, которая поможет им понять, что я – артист – оборотень. Я – та, кто хочет, чтобы они видели меня не только как человека с множеством париков, но как человека, у которого и цвет кожи разных оттенков, и ногти разнообразных цветов, и обувь от разных дизайнеров, с сердцем многих воров и многих мудрецов и возможностью трансформироваться, как эмоционально, так и интеллектуально, и с человеческой точки зрения. Я так создаю свою работу, чтобы она была представлена и в физическом, и в виртуальном плане. Вот, о чём *Artpop*, о том, как объединить технические аспекты бытия артиста с метафизическими. И попросить фанатов увидеть и пережить их все одновременно» [15].

Энди Уорхол трактует поп-культуру как отражение присущей человечеству коллективной потребности в красоте и успехе: «В нынешние времена тебя уважают, даже если ты жулик. Ты всё равно звезда, Это происходит потому, что люди нуждаются в звезде больше, чем в чём бы то ни было другом» [7, с. 176]. Имя Леди Гага становится брендом, знаковой фигурой современного искусства.

Леди Гага добилась коммерческого и артистического успеха, что подтверждается объемом продаж ее музыкальных альбомов. Ее популярность во многом обусловлена эклектичностью сценического и исполнительского стиля, готовностью создавать эффектные шоу, отвечающие высшим стандартам арт-бизнеса как индустрии развлечений. Активное вовлечение визуального аспекта в мо-

мент выступления (смена сценической одежды) свидетельствует о внимании певицы к реакции зрителей, которое активизируется в такие моменты. Восприятие музыки при этом обогащается, общий художественный эффект оказывается чрезвычайно сильным: «Подразуется, что визуальное искусство и поп-музыка находятся в отношениях дополнительного распределения, поскольку взгляд и слух реализуют принципиально различные модальности. На практике это не так. Во-первых, в современных визуальных искусствах время от времени появляются художники, интересующиеся музыкой и звуком, во-вторых, возможности визуальных искусств имеют важное значение в плане привлечения внимания к поп-культуре» [16, с. 7]. Сценическое поведение, освещение, костюм, грим, декорации, плоскостная и объёмная графика, а также фото-, кино- и видеопрактика способствуют усилению визуального начала в процессе восприятия художественного продукта. В поп-музыке организованное звучащее слово на записи жаждет быть увиденным [17].

Активное использование жанра клипа в творчестве Леди Гага также является отражением актуальных тенденций современного искусства, присутствующих и в эстетике поп-арта. Как отмечает К. В. Головкин в работе о языках массовой коммуникации, клип есть «виртуальное пространство, наделяющее особым статусом все проявления повседневности, которые в иных условиях и не претендуют на полноценность и значимость ... Не соответствуя никакой иерархии, этот медальный хаос неких образов – отблесков реального мира ... этот стихийно сформированный архив, претендующий на некое место в культурной памяти, нельзя игнорировать» [18]. То есть, клип – это пёстрое собрание «обрезков» современного мира, произвольно выкладываемых в некий образ, подчиняющийся лишь воле автора и разворачивающийся под музыку, вносящей в неё дополнительные и часто неожиданные смыслы.

Клип как жанр зарождается в начале 60-х гг. в Англии понимается как *popular music* («народная музыка», демократическая музыка). Клипы Леди Гага можно увидеть в интернете и на телевидении по всему миру, этот способ культурной коммуникации приобретает глобальный характер. В клипе, по сути, происхо-

дит та же гиперболизация знака, как и в поп-арте, здесь смешиваются культурные коды разных эпох и стран.

Обложка музыкального диска – это ещё одна разновидность продукта, адресованная массам. Обложки дисков песен Леди Гага своей яркой броскостью. Обложка диска также является визуальным товаром, предметом и продуктом потребления. В формировании образа поп-артиста важную роль играют внемузыкальные элементы, в том числе дизайн обложек дисков в записями его произведений. Обложки альбомов становятся знаком артиста, его брендом.

## Выводы

Поп-арт, возникший в 50–60-е годы XX века, во многом отражает психологию и философию так называемого «общества потребления». Потребительская практика становится ориентиром производства, рекламы и искусства. Фокусирование взгляда деятелей поп-арта на массовой культуре определило их особый интерес к вещественной сфере жизни. Именно она стала сферой художественных ценностей и образов поп-арта. Радикально изменились содержательные и творческие установки искусства. Творческий процесс теперь понимается как деятельность по производству продукта массового употребления.

Парадоксальность оценок критики художественных идей поп-арта является также следствием стилевой «всеядности» направления, эклектично соединяющего различные стили и жанры. Тем не менее, поп-арт оказал сильнейшее, революционное воздействие на культуру второй половины XX – начала XXI века. В частности, об Энди Уорхолье его современники говорили, что «это самый худший, но самый значительный по своему влиянию ныне живущий художник» [19, с. 244].

## Список информационных источников

1. Геташвили Н. В. Англия. Новые идеи. Поп-арт. *Современная Европа*. 2007. № 2. С. 138–146.
2. Клаус Х. Поп-арт. Москва : Арт-Родник, 2005. 172 с.
3. Турчин В. С. Образ двадцатого. Москва : Прогресс-Традиция, 2003. 648 с.
4. Альманах ДАДА / пер. с нем. и франц., под ред. М. А. Изюмской. Москва : Гилея, 2000. 202 с.
5. Бычков В. В. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. Москва : РОССПЭН, 2003. 607 с.

Иконография поп-арта разнообразна: «лики» политических, кино-, эстрадных звезд (Джона Кеннеди (*John Fitzgerald «Jack» Kennedy*), Мао Цзэдун (*Máo Zédōng*), Джуди Гарланд (*Judy Garland*), Мэрилин Монро (*Marilyn Monroe*), Элвиса Пресли (*Elvis Aaron Presley*), Денниса Хоппера (*Dennis Lee Hopper*) и др.), ансамбли мебели, пишущие машинки, консервные банки и бутылки, обувь, одежда, обстановка ванных комнат, баров, еда, напитки, сигареты, окурки, автомашины, корабли, самолеты и проч. Идеи поп-арта оказали воздействие на исполнительский стиль Леди Гага. Это подтверждается особым вниманием певицы к предметам массового потребления (плюшевым игрушкам, банкам «Пепси-колы», мыльным пузырям и т.п.), становящимся частью сценического образа, и, в целом, возросшим интересом к имиджу, к его эксцентричности и вариативности. В сценической деятельности Леди Гага усиливается визуальная составляющая шоу.

Леди Гага отмечала, что поп-артовская идея доминирования личности артиста (звезды поп-культуры) в системе арт-бизнеса стала основой ее личностного и профессионального развития. Она воплощает в своем творчестве уорхоловскую идею поп-культуры как отражения коллективной потребности в красоте и успехе.

Влияние поп-арта на творчество певицы сказывается также в стилевой эклектичности, в соединении перформанса, инсталляций, мультимедийных технологий в процессе театрально-музыкального шоу.

Певица ощущает себя продолжательницей поп-арт-движения. Одной из характерных работ Леди Гага стал выпуск в 2013 году диска с симптоматичным названием *Artpop*. В нем с особой полнотой отразилось стремление певицы реализовать творческую цель включения арт-культуры в поп-музыку.

6. Кейдж Д. Композиция как процесс. «Арт-эксперимент»: буклет выставки (г. Москва, 7-11.01.2015). Москва, 2015. 8 с.
7. Каррьеро К. Потребление и поп-арт. Москва : Искусство XXI век, 2010. 320 с.
8. Морозова М. А. Влияние художественного поп-арта на дизайн-проектирование второй половины XX века. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2008. № 67. С. 177–184.
9. Юн Н. Е., Баклыская Л. Е. Популярное искусство, как направление в современном мире. *Новые идеи нового века*. 2014. №13. С. 212–213.
10. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. Москва : Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
11. Лестер П. Lady Gaga : В погоне за славой: жизнь поп-принцессы / пер. с англ. Санкт-Петербург : Амфора, 2010. 216 с.
12. Герберт Э. Леди Гага. Королева поп музыки / пер. с англ. Москва : Рипол Классик, 2012. 256 с.
13. Born This Way стал юбилейным в истории Billboard: Интервью журналу «BillBoard». *Gaga Fan*. Дата: 19.02.2011. URL: <http://gaga-fan.ru/2011/02/born-this-way-stal-yubilejnym-v-istorii-billboard> (дата обращения: 29.12.2016).
14. Эксклюзивный перевод интервью Леди Гага о турне «The Born This Way Ball» от сайта «HeyGaga.ru». *Hey Gaga*. Дата: 04.06.2013. URL: <http://heygaga.ru/interview/40278-eksklyuzivnyy-perevod-intervyu-ledi-gaga-o-turne-the-born-this-way-ball.html> (дата обращения: 02.01.2017).
15. Эксклюзивный перевод интервью Леди Гага с Мариной Абрамович для журнала «V Magazine» от сайта «HeyGaga.ru» (Часть 1). *Hey Gaga*. Дата: 17.08.2013. URL: <http://heygaga.ru/interview/41514-eksklyuzivnyy-perevod-intervyu-ledi-gaga-s-marinoy-abramovich-dlya-zhurnala-v-magazine-ot-ot-sayta-heygagaru.html> (дата обращения: 02.01.2017).
16. Walker J. A. Cross-overs: Art into Pop, Pop into Art. London : Metheun, 1987. 169 p.
17. Левченко Я. С. Заметки о тиражной графике в поп-музыке. *Русская рок-поэзия: текст и контекст*. 2001. № 5. С. 12–25.
18. Фуртай Ф. Явление клиппинга в современной массовой культуре: Опыт культурологического анализа. *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*. 2009. 1(4). С. 126–134.
19. Ашбель Е. В. Графический дизайн обложек музыкальных альбомов: индивидуальность и общая стилистическая тенденция в единстве и противоположности. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2007. № 76. С. 242–247.

© М. Зайцева

Статья получена 02.02.2017, принята 20.02.2017, опубликована online 22.02.2017

## Pop Art Trends in Lady Gaga's Creativity

Marina Zaytseva

Maimonides Academy of A. N. Kosygin Russian State University (Design. Technologies. Art), Russia

**Abstract.** The article reveals the connection between the creative principles of the popular singer Lady Gaga and the cult personality of pop art – Andy Warhol. On the basis of analysis of Lady Gaga's performance practice, the features of her performing style, formed under the influence of the aesthetics of pop art are revealed. The dynamics of formation and development of the performing style of Lady Gaga is followed.

**Keywords:** pop art; pop; Lady Gaga; modern art; Andy Warhol.

**LCC Subject Category:** M2147-2188

**DOI:** 10.22178/pos.19-2

### References

1. Getashvili, N. V. (2007). Anglija. Nove idej. Pop-art [England. New ideas. Pop Art]. *Sovremennaja Evropa*, 2, 138–146 (in Russian).
2. Klaus, H. (2005). *Pop-Art*. Moscow: Art-Rodnik (in Russian).
3. Turchin, V. S. (2003). *Obraz dvadcatogo* [The image of the XX]. Moscow: Progress-Tradicija (in Russian).
4. Izjumskaya, M. A. (2000). *Al'manah DADA* [Almanac DADA]. Moscow: Gileja (in Russian).
5. Bychkov, V. V. (2003). *Leksikon nonklassiki. Hudozhestvenno-jesteticheskaja kul'tura XX veka* [Lexicon nonclassics. Artistic and aesthetic culture of the XX century]. Moscow: ROSSPJeN (in Russian).
6. Kejdzh, D. (2015). *Kompozicija kak process. "Art-jeksperiment": buklet vystavki* [The composition of the process. "Art Experiment": Exhibition booklet]. Moscow: n. d. (in Russian).
7. Karr'ero, K. (2010). *Potreblenie i pop-art* [Consumption and Pop-Art]. Moscow: Iskusstvo XXI vek (in Russian).
8. Morozova, M. A. (2008). *Vlijanie hudozhestvennogo pop-arta na dizajn-proektirovanie vtoroj poloviny XX veka* [Influence of artistic pop art design on the design of the second half of the XX century]. *Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta im. A. I. Gercena*, 67, 177–184 (in Russian).
9. Jun, N. E., & Baklyskaja, L. E. (2014). *Populjarnoe iskusstvo, kak napravlenie v sovremennom mire* [Popular art, as a trend in the modern world]. *Novye idej novogo veka*, 13, 212–213 (in Russian).
10. Bodrijar, Zh. (2006). *Obshhestvo potreblenija. Ego mify i struktury* [The Consumer Society: Myths and Structures]. Moscow: Respublika; Kul'turnaja revoljucija (in Russian).
11. Lester, P. (2016). *Lady Gaga: V pogone za slavoj: zhizn' pop-princessy* [Lady Gaga: Looking for Fame: The Life of a Pop Princess]. Saint-Petersburg: Amfora (in Russian).
12. Gerbert, Je. (2012). *Ledi Gaga. Koroleva pop muzyki* [Lady Gaga: Queen of Pop]. Moscow: Ripol Klassik (in Russian).
13. Gaga Fan. (2011, February 19). *Born This Way stal jubilejnym v istorii Billboard: Interv'ju zhurnalu "BillBoard"* [Born This Way was the anniversary in the history of Billboard: Billboard Interview]. Retrieved from <http://gaga-fan.ru/2011/02/born-this-way-stal-yubilejnym-v-istorii-billboard> (in Russian).
14. Hey Gaga. (2013, June 4). *Jekskljuzivnyj perevod interv'ju Ledi Gaga o turne «The Born This Way Ball» ot sajta «HeyGaga.ru»* [Exclusive interview with Lady Gaga translation of the tour "The Born This Way Ball" from HeyGaga.ru Site]. Retrieved from <http://heygaga.ru/interview/40278-eksklyuzivnyj-perevod-intervyu-ledi-gaga-o-turne-the-born-this-way-ball.html> (in Russian).
15. Hey Gaga. (2013, August 17). *Jekskljuzivnyj perevod interv'ju Ledi Gaga s Marinoj Abramovich dlja zhurnala "V Magazine" ot sajta "HeyGaga.ru" (Chast' 1)* [Exclusive interview with Lady Gaga translation of Marina Abramovic for «V Magazine» Magazine from «HeyGaga.ru» Site (Part 1)].

Retrieved from <http://heygaga.ru/interview/41514-eksklyuzivnyy-perevod-intervyu-ledi-gaga-s-marinoy-abramovich-dlya-zhurnala-v-magazine-ot-ot-sayta-heygagaru.html> (In Russian).

16. Walker, J. A. (1987). *Cross-overs: Art into Pop, Pop into Art*. London: Methuen.
17. Levchenko, Ja. S. (2001). *Zametki o tirazhnoj grafike v pop-muzyke* [Notes on the lottery schedule in pop music]. *Russkaja rok-pojezija: tekst i kontekst*, 5, 12–25 (in Russian).
18. Furtaj, F. (2009). *Javlenie klippinga v sovremennoj massovoj kul'ture: Opyt kul'turologicheskogo analiza* [Clipping phenomenon in contemporary popular culture: The experience of cultural analysis]. *Vestnik LGU im. A.S. Pushkina*, 1(4), 126–134 (in Russian).
19. Ashbel', E. V. (2007). *Graficheskij dizajn oblozhek muzykal'nyh al'bomov: individual'nost' i obshhaja stilisticheskaja tendencija v edinstve i protivopolozhnosti*. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 76, 242–247 (in Russian).

© M. Zaytseva

*Received 2017-02-02, Accepted 2017-02-20, Published online 2017-02-22*