

Между монофалией и монофобией

теме пока больше вопросов, чем ответов, попробуем определить, что будет, если убрать из пространства и — шире — культуры привальные камни? Ответ простой: мир, бешено мчащийся к своей гибели. Что предполагается, если они останутся? Развитие, идущее естественным путем к Гармонии.

Марина
Георгиевна
ЧИСТЯКОВА

ПАБЛИК-АРТ: идентификация места

«Искусство публичных пространств» (англ. publik art) рассматривается в качестве феномена, содействующего обретению идентичностей места, индивида, группы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *идентичность, инсталляция, публик-арт.*

Процессы глобализации, захватившие самые разнообразные сферы жизни — от экономики до массовой культуры, — породили множество проблем современности. Масштаб их, безусловно, различен, и на фоне возникновения, например, проблемы противостояния западного универсализма (стремящегося к унификации культурного пространства) и восточного партикуляризма (всеми силами пытающегося сохранить свою культурную идентичность) проблема эстетической унифицированности современных городов не представляется сколько-нибудь значительной. Тем не менее среда обитания, ее наполненность смыслами, инспирированными в том числе и культурно-историческим контекстом, являются одним из важных факторов формирования наших представлений о собственной идентичности, как индивидуальной, так и групповой. По словам Т. Черняевой, «место в значительной степени предписывает способы поведения, мышления, организацию жизни и отношения людей и в то же время определяет картину мира, являясь естественным источником метафор для социального конструирования реальности» [Черняева 2006: 117]. Идентичность в конечном итоге — это не только основание картины мира, но и то, что определяет человека и в социальном, и в экзистенциальном пространствах.

С. Хантингтон выявляет множества идентичностей: «кровные», территориальные, экономические, культурные, политические, социальные, национальные. Будучи конструктом, ни одна из них не является величиной постоянной: в течение жизни индивид и группа могут менять их в зависимости от ситуации [Хантингтон 2004: 51]. Но при этом большинство из них в той или иной мере формируется именно в контексте среды обитания человека. В этом качестве в современном мире прежде всего выступают города, на которые, в свою очередь, индивид или группа проецируют свои

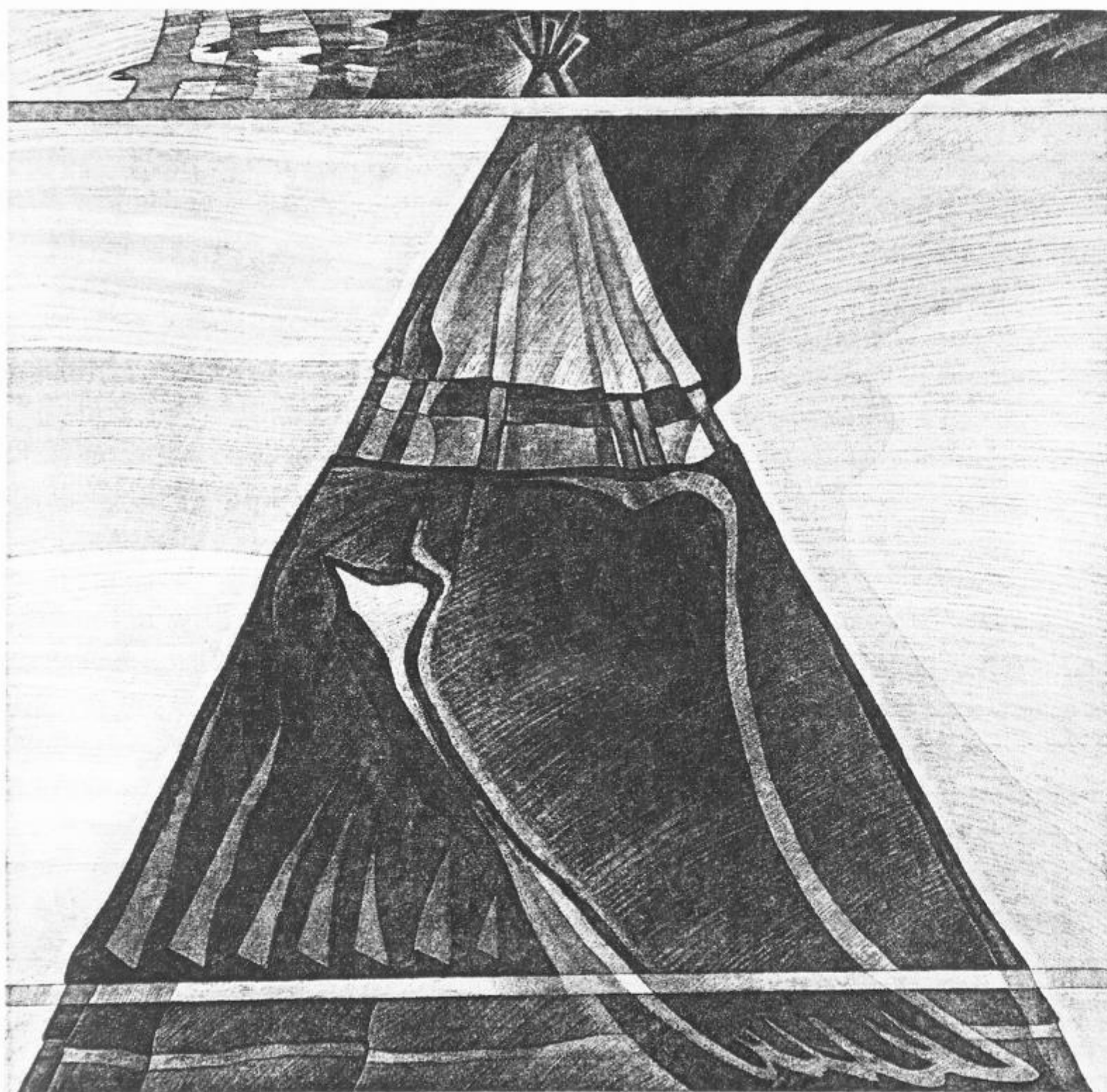
идентичности, формируя тем самым идентичность места. Таким образом, идентичность места не только участвует в формировании идентичности индивида или группы, но и сама является производной от них. Подобно тому как, по словам С. Хантингтона, «люди конструируют собственные идентичности» [Хантингтон 2004: 52], они конструируют и идентичность места (англ. place-making), формируют его, придают ему уникальность, выявляют аутентичность. Паблик-арт в этом контексте является инструментом формирования идентичности как места, так и группы.

Паблик-арт (англ. public art) — искусство в общественном пространстве — возникает в контексте тех трансформаций, которые произошли в художественных практиках второй половины XX в. и для которых, по словам М. Квон, характерны «перенос акцента с эстетических на социальные вопросы, переход от понимания произведения искусства как, в первую очередь, объекта к эфемерным процессам и событиям, от преобладания постоянных инсталляций к преобладанию временных, от первенства процесса творения как источника смысла к процессу восприятия как точке истолкования и от автономии авторства к его многократному расширению в рамках различных форм сотрудничества и соучастия» [Квон]. Паблик-арт — это выход искусства в общественное пространство, за пределы художественной инфраструктуры, с целью создания новых коллективных форм социальной практики, ориентированных на творческое освоение среды.

Задача паблик-арта — выявить новые грани привычной, нередко депрессивной городской среды, наполнить ее смыслами, не только общественными, но и личными. Это искусство динамично, демократично и — за редким исключением (например, монументальные минималистские объекты Д. Бюрена, Р. Серра или Р. Уайтрид) — недолговечно. Хотя необходимо отметить, что даже временные инсталляции/объекты художники, случается, по просьбе местных жителей, повторяют вновь, продляя их существование, как это произошло, например, с объектом Ф. Хоффмана, изображающего огромную ондатру (12 метров длиной), греющуюся под солнцем кверху мохнатым животом (материал — солома на деревянном каркасе), из голландской деревни Ньюверкерк («Musk rat», 2004). Ф. Хоффман создает гигантские объекты посредством многократного увеличения в размерах какой-нибудь безобидной детской игрушки. Одна из самых известных его работ — 26-метровой высоты желтый утенок — объездила весь мир, повсюду пробуждая у взрослых зрителей воспоминания детства, ощущения от него. Но многие его работы создавались для конкретных мест — небольших городков и даже сел. Во французском городе Анже Хоффман создал из пластиковых пакетов, найденных на свалке, гигантских улиток, длина которых достигает 18 метров. Ему же принадлежит огромный «Большой желтый кролик» («Big Yellow Rabbit», 2011) — многократно увеличенная мягкая игрушка «для объятий», по словам самого художника, достигающая

Между монофалией и монофобией

13 метров в высоту, «потерянная» кем-то на площади небольшого шведского города Оребро. Предназначение объекта — улучшать настроение прохожих и быть поводом для улыбок. Та же тема игрушки из детства воплощена и в инсталляции «Толстая обезьяна» («Fat Monkeys», Сан-Паулу, 2010), материалом для которой послужили десять тысяч пар резиновых шлепанцев. Цель Ф. Хоффмана, по его словам, — «изменить то, как люди воспринимают то или иное место. Большинство моих работ живет недолго: какие-то устанавливаются на месяц, какие-то — на полгода. И это принципиально, потому что, если объект возводится надолго, люди привыкают к нему и в конце концов перестают замечать. Но если проект временный, он не успевает надоесть. Когда он исчезает, люди видят, что окружающее пространство снова изменилось, их восприятие не «застаивается» [Аске, По]. Гигантские размеры объектов не случайны: «на фоне больших объектов люди немного теряются и начинают иначе воспринимать и себя, и мир вокруг» [Там же]. Работы такого рода разрушают монотонность повседневности, привносят



Ю. Бычков. ПТИЦЫ МОЕГО СОЗНАНИЯ. ЛИСТ 4. 2012

в нее атмосферу неожиданности; позволяют прохожим иначе взглянуть на привычный маршрут, который при обычных обстоятельствах человек преодолевает машинально, погрузившись в свои мысли. В любом случае люди фотографируются на фоне объекта, рассказывают о нем друзьям, живущим в других городах, он становится местной достопримечательностью, его стремятся увидеть гости города. Эмоциональное восприятие делает объект частью личной истории зрителя, одновременно наполняя новыми смыслами и то место, где этот объект находится (или находился, и тогда о нем вспоминают, долго и ностальгически). По словам куратора М. Дж. Джейкоб, «места... сообщают конкретную идентичность происходящим в них событиям, наполняя опыт уникальностью места» [Цит. по: Квон].

Паблик-арт довольно часто апеллирует именно к чувственной составляющей процесса восприятия, вновь делая сопереживание составляющей процесса эстетической коммуникации. Так, инсталляция Хоффмана «Синие дома» (Роттердам, 2004-2006) представляла собой выкрашенный в синий цвет, «цвет неба», по словам художника, целый квартал домов, обреченных на снос. Произведение не только выявляло прощальную красоту уходящих строений, но и провоцировало зрителей на размышления экзистенциального свойства. Работе Хоффмана близка по настроению инсталляция Х. Хофстра «Голубая дорога» («Blue Road», 2007), реализованная в голландском городе Драхтен. Участок дороги длиной в 1 км (пролегающий там, где когда-то протекала небольшая река, позже засыпанная городскими властями) художник окрасил в ярко-голубой цвет. Вдохновленные проектом, горожане приняли решение проложить на этом месте канал, проиллюстрировав действием слова М. Квон о том, что «искусство, учитывающее особенности места, может привести к «раскапыванию» скрытых, подавленных историй... и инициировать процесс открытия (возвращения) «малых» мест, до сих пор игнорировавшихся господствующей культурой» [Там же].

Паблик-арт действительно формирует идентичность места, выявляя его уникальность и оригинальность, активно используя в том числе и культурно-исторические контексты. Так, на одной из станций нью-йоркского метро экспонировалась инсталляция художников Дж. Григольд и К. Чанха, состоящая из бронзовых отливок стульев разных эпох (собранных из окрестных домов) [Сергеев], которые можно было использовать по назначению в ожидании поезда. Таким образом, аутентичность места высвечивается в контексте исторической перспективы, связавшей прошлое с настоящим.

Подобные временные объекты паблик-арта, безусловно, увеличивают туристическую притягательность самого незначительного поселения (не случайно мэрии небольших городов часто выступают заказчиками объектов), поэтому нередки случаи обретения ими статуса постоянных, как это произошло с произведением Э. Гормли «Другое место» («Another Place»,

Между монофилмией и монофобией

Ливерпуль, 2007). Эта инсталляция, размещенная на прибрежной полосе пляжа к северу от Ливерпуля, представляет собой сто чугунных человеческих фигур, занимающих около 2 км береговой полосы и частично уходящих под воду во время прилива. Изначально не имеющая привязки к конкретному месту, она демонстрировалась во многих странах Европы, но в конечном итоге обосновалась, по просьбе общественности, в Ливерпуле, став одним из самых посещаемых мест города. Художник посвятил свое произведение проблеме эмиграции: позади — родина, впереди — неизвестность, в душах зрителей одновременно ощущения сожаления, бесприютности и надежды.

Будучи искусством публичных пространств, паблик-арт актуализирует и визуализирует проблемы различных городских сообществ, включая маргинальные; с этой точки зрения он является социально ориентированным искусством. В интерпретации Г. Кестнера ключевая идея такого искусства выглядит следующим образом: «Глобальный капитализм предопределяет процессы общественного распада, следовательно, наша цель — восстанавливать социальные связи. Достичь этого можно путем расширения предметного поля творчества и путем привлечения к совместной работе других людей» [Цит. по: Бишоп 2005: 19-20]. В этой ситуации художник должен противостоять тенденциям фрагментаризации общества, превращению человечества в «атомизированные псевдо-сообщества потребителей». Ослаблению социальных связей, социальному отчуждению искусство противопоставляет арт-практики, основанные на идее активного взаимодействия/взаимоотношения между зрителем и произведением искусства. Паблик-арт, программно ориентированный на большие пространства и крупные сообщества, как нельзя лучше соответствует этим требованиям. Так, знаменитая бетонная «Клава» А. Вяткина (Екатеринбург, 2005), представляющая собой многократно увеличенное изображение клавиатуры компьютера, стала местом встреч представителей IT-сообщества, а массивных очертаний каменный дом, находящийся неподалеку, горожане называют «системным блоком». Инсталляция Н. Холт «Солнечные туннели» («Sun Tunnels», 1976), которую из-за ее расположения (в пустыне Невада, неподалеку от заброшенного городка Лючин) уместнее отнести не столько к паблик, сколько к ленд-арту, инициировала среди поклонников произведения возникновение своего рода субкультуры.

Созданное для публичного пространства, любое произведение паблик-арта рассчитывает на диалог с потенциальным зрителем, оно концептуально диалогично. Ключевая его особенность — непосредственная коммуникация со зрителем в реальном времени и пространстве, нередко включающая в себя элементы игры и интерактива — содействует установлению новых связей между людьми, общностями и, соответственно, выявляет новые идентичности не только индивида и группы, но и места.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аске Д., По К. Гиганты Флорентина Хоффмана. URL: <http://www.codered.ru/mag/art/sculpture/82>
2. Бишоп К. Социальный поворот в современном искусстве // Художественный журнал. 2005. № 58-59. С. 19-25.
3. Квон М. Public art и идентичность городов. URL: <http://www.rpublicart.ru/publication?id=11>
4. Сергеев А. Как искусство улучшает жизнь горожан. URL: <http://www.slideshare.net/>
5. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. М.: АСТ, 2004.
6. Черняева Т. Город: производство идентичностей // Гражданин мира или пленник территории? К проблеме идентичности современного человека. М.: Новое литературное обозрение, 2006. С. 116-137.

Елена
Анатолевна
БОНДАРЕЦ

Анатолий
Дорофеевич
ХОРЕНКОВ

ГЕОКУЛЬТУРА:

ренессансные тенденции в украинской музыкальной культуре XIX в.

**ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО
СЕМЕНА СТЕПАНОВИЧА
ГУЛАКА-АРТЕМОВСКОГО
(4 (16).02.1813 – 5 (17).04.1873)**

Знаменитый певец, композитор, научный и общественный деятель, С. С. Гулак-Артемовский известен не только в Украине, но и во всем мире. Первая украинская опера «Запорожец за Дунаем» — образец ренессансных тенденций, действовавших в украинской музыкальной культуре XIX в.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *геокультура, ренессанс, романтизм, реализм, фольклор, народная музыкальная культура, опера, лирическая трагедия, водевиль.*

4 (16) февраля 2013 г. исполнилось 200 лет со дня рождения выдающегося певца и композитора С. С. Гулака-Артемовского. Он является корифеем украинской музыкальной культуры, а его первая украинская опера «Запорожец за Дунаем» — достоянием мировой оперной сцены. Опера «Запорожец за Дунаем» — пример произведения музыкальной геокультуры, так как постановки ее осуществлены на сценах многих оперных театров мира,