

5. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Пред. научно-ред. совета В. С. Степин. 2-е изд., испр. и допол. М.: Мысль, 2010 [biblioteka.cc/index.php?newsid=142532].
6. НПРС — Стыпула Р. Новый польско-русский словарь. М.: Русский язык. Медиа, 2004.
7. Словарь XVIII века — Словарь русского языка XVIII века. Вып. 12. СПб.: Наука, 2001.
8. СЦСиРЯ — Словарь церковнославянского и русского языка, составленный Вторым отделением Императорской Академии Наук. Репр. изд.: в 2 кн. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001.
9. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева / под ред. и с предисл. Б. А. Ларина. 2-е изд., стер. М.: Прогресс, 1986-1987.

Марина
Георгиевна
ЧИСТЯКОВА

YARN BOMBING: ПРАЗДНИК СТРИТ-АРТА

Одно из направлений уличного искусства — ярнбомбинг — рассматривается в статье в контексте актуальных проблем современной культуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

urban knitting, праздник, стрит-арт, урбанизм, ярнбомбинг.

Ярнбомбинг сегодня является, пожалуй, самой яркой, праздничной и привлекательной разновидностью стрит-арта. Это один из молодых видов уличного искусства — ему не исполнилось и десяти лет. Появление на художественной арене любого нового направления, вида или жанра искусства всегда симптоматично: как произведения классического искусства, так и современные арт-практики самим фактом своего существования способны выявить специфические тенденции в развитии культуры. С этой точки зрения не является исключением и такое новое направление стрит-арта (уличного искусства), как ярнбомбинг.

У этого вида уличного искусства, несмотря на его молодость, много названий и «yarn bombing» (англ. «бомбардировка пряжей») — лишь одно из них. Нередко его называют «urban knitting» (англ. «городское вязание»), иногда — «graffiti knitting» (англ. «вязаное граффити»). Но во всех случаях речь идет о декорировании при помощи яркой пряжи, крючка и спиц для вязания различных элементов городской среды: от малых архитектурных форм до целых домов, от деревьев до трещин в асфальте, от велосипедов до автобусов. Результатом этой деятельности становится недолгое во вре-

Сакральное и праздничное пространство

менном отношении преобразование обыденного ландшафта в яркое, запоминающееся, праздничное зрелище.

Ярнбомбинг возникает в Хьюстоне в 2005 г. Его создательница Магда Сейег (Magda Sayeg) была владелицей небольшого магазина, торгующего товарами для рукоделия. Первым созданным ею арт-объектом стала дверная ручка собственного магазина, которую она обвязала пестрой розово-лиловой пряжей. С одной стороны, этот незатейливый объект выступил в качестве остроумной и неназойливой рекламы, привлекающей внимание потенциальных покупателей. С другой стороны, он демонстрировал, какими простыми, незатейливыми средствами творческий человек может преобразить реальность, и сколь теплым, уютным и радостным может стать урбанистический ландшафт после такого вмешательства. Идея Магды оказалась заразительна настолько, что вскоре она вместе с единомышленниками создает арт-группу «Knitta Please», участники которой со временем берутся за реализацию все более амбициозных проектов, требующих коллективных усилий. В арсенале группы — целиком обвязанный автобус в Мексике, заботливо утепленные статуи в Париже, целая аллея деревьев, стволы которых наряжены в разноцветные «свитера» перед Художественным музеем в Остине и т. д. Благодаря социальным сетям у Магды Сейег появилось множество последователей по всему миру, включая Россию, где поклонники этого вида творчества реализовали несколько крупных проектов в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Туле и т. д.

Ярнбомбинг представляет любопытный объект исследования сразу в нескольких контекстах: он отразил проблемы как индустриального, так и



постиндустриального общества. Тот немаловажный факт, что приоритет здесь отдается ручному, а не машинному вязанию, может быть истолкован как попытка противостояния унифицирующему влиянию цивилизации. В определенной степени этот вид уличного искусства (как и любое другое проявление стрит-арта) являет собой специфическую реакцию на доминирование в современной культуре урбанистической составляющей. Со времен становления индустриального общества (и поныне) город интерпретируется исследователями как пространство подавления, как «физически и идеологически угнетающая среда, приобретающая бесчеловечные, антигуманные черты» [Богомяков 2012: 84]. Эта среда подчинена по преимуществу интересам экономики, а не человека. Город является для власти инструментом манипулирования обществом и контроля за ним. Размышляя вслед за К. Марксом о феномене отчуждения, Г. Дебор рассматривает урбанизм как его основание. Для него урбанизм — это «захват капитализмом в собственность человеческой и природной среды» [Дебор 1999: 59], вследствие чего общество разобщается и атомизируется. Но урбанизм, унифицируя как общество, так и пространство, в то же самое время инспирирует и поиски новой среды, и нового образа жизни. Но унификации ярн-бомбинг противопоставляет аутентичность объекта, созданного вручную; атомизации общества — создание внутри него сообществ, объединяющих людей с общими интересами. Так, еще в середине XX в. представители художественно-политического движения «Ситуационистский Интернационал» (одним из основателей которого был Г. Дебор) в качестве стратегии преодоления отчуждения предлагали «конструирование ситуаций». Они



Сакральное и праздничное пространство

призывали к созданию ситуаций нетипичных, отличных от обыденных, призванных, в конечном итоге, повлечь за собой установление принципиально новых связей между людьми. Стрит-арт во всех его проявлениях (акционизм, граффити, флэш-моб и т. д.) помещает зрителя в непривычный контекст восприятия, позволяя ему пережить ощущения, в повседневной жизни маловероятные. Ярнбомбинг, с этой точки зрения, есть не что иное, как попытка преодоления урбанистического «угнетения средой» посредством создания неожиданных решений декорирования пространства, решений, в равной степени ироничных, игровых и экспериментальных. Спрятанные в нарядные вязаные чехлы проржавевшие трубы и фонарные столбы, вязаные фигурки, сидящие на заборе, яркая растаманская шапочка на голове статуи создают образ другой среды — не враждебной, а (хотя бы здесь и сейчас, в данный момент времени и в данной точке пространства) дружелюбной и приветливой. У наблюдателя эта метаморфоза вызывает ощущение внезапного праздника, но праздника особого рода — камерного, домашнего, очень личного. Будучи лишены пафоса, размаха серьезности и обязательности официальных государственных праздников, этот праздник «очеловечивания» урбанистической среды покоряет своей искренностью и теплом, дарит ощущение свободы самовыражения и радости.

В отличие от традиционного граффити, объекты ярнбомбинга провоцируют зрителя не только на визуальное, но и на тактильное восприятие. В этом отношении ярнбомбинг выступает как реакция на симулякризацию и нарастающую виртуализацию современной культуры. В ситуации «ускользания реальности» (Э. Гидденс) человек, ищущий определенности и подлинности, интуитивно обращается к тому единственному, что не вызывает у него сомнения — к собственному телу. Целью многих художественных акций становится акцентирование внимания зрителя на различных чувственных реакциях тела. Усиление телесной составляющей в процессе восприятия произведения современного искусства (как профессионального, так и уличного) симптоматично: искусство вынуждено искать тропы, ведущие к реальности. Не случайно оно обращается к одному из самых примитивных способов восприятия — осязанию. Виртуализация культуры приводит человека к осознанию того, что существовать значит осязать. Ярнбомбинг оказывается сродни тем экспонируемым в музеях и художественных галереях инсталляциям, на которых зритель видит табличку с надписью «Можно трогать!». М.Эпштейн отмечает, что именно тактильное восприятие, касание, максимально приближает человека к миру (в отличие от зрения и слуха, предполагающих некую дистанцию) [Эпштейн 2006: 19]. Мягкая яркая пряжа провоцирует человека на тактильное восприятие, а необычная ситуация, в которой он совершает это простое действие, придает последнему особую значимость (как если бы это ощущение было пережито им в первый, или, наоборот, в последний раз в жизни), иначе говоря, в мире, перенаселенным симулякрами, оно переживается как подлинность.

Специфической особенностью ярибомбинга является его абсолютная неагрессивность. В отличие от политизированного и перенасыщенного социальной проблематикой граффити, создатели которого заявляют о себе в панковском духе «я есть и я против», высказывание представителей ярибомбинга звучит иначе: «я хочу, чтобы мир стал лучше» — это, скорее, аллюзия на субкультуру хиппи: вязаные цветы, украшающие металлические заборы; обвязанное оружие в руках



бронзовых статуй ассоциируются с пацифизмом и миролюбием хиппи. С этой точки зрения ярибомбинг является воплощением дружелюбия (даже работники муниципалитетов, с раздражением воспринимающие традиционное граффити, приравнивающие его к вандализму, в случае с этим видом творчества демонстрируют большую терпимость — ведь эти произведения при необходимости легко убираются). Можно предположить, что причиной тому — гендерный состав участников: в их числе преимущественно женщины. Интересно, что в западной культуре победившего феминизма женщины нередко демонстрируют различные проявления маскулинности, тогда как ярибомбинг ассоциируется, скорее, с возвращением традиционных представлений о женщине как хранительнице домашнего очага; создательнице теплого, обжитого, уютного пространства. Именно такое одомашненное пространство и пытаются создать мастерицы ярибомбинга, обвязывая городские скамьи, велосипедные стоянки, заботливо укутывая в пряжу деревья и наряжая городскую скульптуру. При этом ярибомбинг нельзя упрекнуть ни в слащавости, ни в китче: иронии и юмора в этих произведениях ровно столько, сколько необходимо для того, чтобы нейтрализовать впечатления такого рода.

В контексте постмодернистской ситуации в культуре — с ее неопределенностью, отказом от лежащей в основании самой культуры логики бинарных оппозиций — возможно, ярибомбинг является знаком того, что культура находится в поиске более устойчивого состояния, где виртуальное уравнивается реальным, подлинным; где город становится продолжением дома, а праздники случаются не по запланированным властью дням, а возникают экспромтом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Богомяков В. Г. Дискурс неимперского пространства // Богомяков В. Г., Рассказов С. В., Корандей Ф. С. Дискурс неимперского пространства. Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс Пи», 2012. С. 4-110.
2. Дебор Г. Общество спектакля. М.: Логос, 1999.
3. Эпштейн М. Н. Философия тела // Эпштейн М. Н. Философия тела; Тульчинский Г. Л. Тело свободы. СПб.: Алетея, 2006. С. 9-194.

Иллюстрации взяты с сайтов:

1. <http://www.magdasayeg.com/>.
2. <http://oddstuffmagazine.com/awesome-urban-knitting-woolen-street-art.html>.

Татьяна
Сергеевна
СУЭТИНА

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – НОВОЕ МЕСТО ОБИТАНИЯ ЧИТАТЕЛЯ?!

В статье описываются новые форматы чтения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

читатель, социальные сети, читательские группы, книжные объединения.

В 2008 г. Б. Дубин и Н. Зоркая опубликовали исследование, посвященное изучению современной культуры чтения россиян [Дубин, Зоркая 2008]. Результаты оказались предсказуемыми: 46% респондентов признались, что не читают книг; 58% не смогли назвать художественные произведения, которые произвели на них впечатление; весомая часть опрошенных «записала» А. Пушкина в писатели XX в. На фоне такой безрадостной картины приятным исключением стало наблюдение о росте интереса к чтению среди молодого поколения. Тем более что некоторые исследователи говорят о них как о «невключенных» в современный литературный процесс [Левина].

Что же сегодня читают? В поисках ответа мы отправились в популярные социальные сети (<http://vkontakte.ru>, <http://bookmix.ru>, <http://www.anobii.com>, <http://www.livelib.ru>). Кроме того, нами было проведено анкетирование студентов 3-5 курсов филологического факультета ТюмГУ, с целью выяснения их читательских предпочтений. Безусловно, полученные результаты не претендуют на абсолютную объективность, но все же отражают восприятие не только литературы, но и культуры в целом.

Как известно, на становление человека как читателя оказывают влияние разные факторы: социальные, психологические и т. д. Социальные сети в этом плане (в настоящее время), пожалуй, самый сильный трансля-