

**Стрит-арт как феномен современной культуры:
проблема генезиса и семиотические особенности
сообщения**

И. С. Кудряшов

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Аннотация: Изучение такого явления современной культуры, как стрит-арт ставит ряд проблем перед исследователем. Проблема главным образом в том, что привычные подходы эстетики, социологии или культурологии не дали удовлетворительного описания специфики данного явления. В центре внимания данной статьи критика этих подходов на примере проблемы генезиса стрит-арта и семиотической специфики его сообщения. Так, в статье оспариваются некоторые уже ставшие общепринятыми характеристики сообщения в стрит-арте, прежде всего «анонимность», «выражение протеста», «ориентация на неподготовленного зрителя». Критика этих подходов позволяет нам предложить рассматривать феномен стрит-арта через призму современной проблематики телесности. Также в статье сделана попытка использования в формальном описании этого течения в искусстве таких понятий, как «отчуждение» и «пролетарское искусство».

Ключевые слова: Стрит-арт, культура, семиотика, сообщение.

УДК: 7.011: 18 + 74:003.

Контактная информация: Россия, Новосибирск, ул. Медкадры, 6. НГМУ. E-mail: ioann1983@yandex.ru.

Посвящается памяти художника Павла Пухова (Паши183)

Стрит-арт – явление очень молодое, но уже прочно ассоциирующееся с современностью. По признанию большинства исследователей он возник в 1990-е годы, а его предыстория началась во второй половине XX века. В последнее десятилетие предпринято много попыток описать этот феномен как со стороны философии, эстетики и теории коммуникации, так и со стороны искусствоведения и культурологии. Нередко исследователи обращаются также

к социологическим и психологическим теориям, причем чаще всего описывающим маргиналов и девиации. Общими проблемами для этих подходов остаются генезис стрит-арта и специфические черты стрит-арта в системе современной коммуникации. Мы считаем необходимым остановиться, прежде всего, на этих двух темах, так как уже существующие решения не представляются удовлетворительными. Проблемы эти носят ключевой характер для понимания самой сути данного явления.

Проблема возникновения стрит-арта зачастую сводится к одному из двух решений: либо (часто с явными натяжками) выстраивается его преамбула по отношению к предыдущим течениям в искусстве, либо все сводится к социологическим объяснениям. На наш взгляд, оба подхода значимы, но отнюдь не исчерпывают тему. Более того, во многом педалирование одного из решений фактически лишает стрит-арт специфических черт: философия обнаруживает универсальные тенденции в работе с визуальным образом, социологизм демонстрирует еще одну из субкультур, а искусствоведение насильно вписывает аутентичные феномены в традицию.

Что касается особенностей сообщения в стрит-арте, то здесь доминирует представление о стрит-арте как одном из проявлений постмодерна. В силу такого подхода характерные черты постмодерна, выделенные тем или иным авторитетным автором, напрямую проецируются на новый объект исследования. На наш взгляд, само существование единого постмодернистского тренда в культуре – это, скорее, серия весьма разнообразных культурологических гипотез, а не описательная теория. Кроме того, подобный парадигматический догматизм не способствует пониманию ни возникновения, ни эволюции данного феномена. Избыток постмодернистской терминологии позволяет вписать феномен в заранее заданную картину, но мало что дает для понимания, особенно практической составляющей. Поэтому в качестве еще одного критического замечания в адрес уже имеющихся исследований по теме хотелось бы отметить тот факт, что в них очень много ссылок на философов и критиков, но практически ни одной ссылки на высказывания самих уличных художников. Однако мнение тех, кто хорошо знаком с этой средой или даже с самой практикой уличного рисования, тоже важно.

По этим причинам в данной статье мы предложим некоторые критические замечания в адрес предыдущих попыток описания стрит-арта и попытаемся наметить пути для дальнейшего более продуктивного исследования данного феномена. Свои соображения по поводу генезиса и семиотики стрит-арта мы резюмируем в собственном представлении о том, в чем заключается сущность данного явления.

Начнем с генезиса стрит-арта. Истоком стрит-арта справедливо считается современное граффити (далее просто граффити), а сам стрит-арт очень часто называют также пост-графффити. Первые граффити были, по сути, простыми тегами (от англ. tag – знак, ярлык), т. е. подписями. В тегах обычно используют авторский псевдоним (никнейм), уличное прозвище. В качестве примеров, ставших уже легендой, обычно упоминают надпись «Kilroy was here» (Килрой был здесь), появившуюся во время Второй мировой войны в самых разных местах, а также теги таких авторов, как Taki183 и Julio204. Taki183 и Julio204 были нью-йоркскими граффити-райтерами, чьи надписи можно было увидеть

в 70-е в самых разных частях города. Наибольший всплеск граффити произошел как раз в Нью-Йорке в 1970-1980-е гг., оттуда как особая субкультура (или часть других субкультур, таких как хип-хоп, брейк-данс, скейтинг и т. д.) начал распространяться по миру. В основном это были теги и так называемый «wildstyle» (с англ. «дикий стиль»). В сущности wildstyle - это создание оригинального стиля написания своего тега с использованием разнообразных визуальных эффектов. В Европе пионером стрит-арта многие признают художника Blek le rat, который после посещения Нью-Йорка в 1971 г. начал рисовать в Париже, причем почти сразу перешел от сигнатур к образам. Особенно хорошо эта субкультура прижилась в бедных районах Латинской Америки, где еще ранее возникла своя собственная традиция рисунков на домах – «муралс» (от исп. mural – фреска, роспись на стене). К 1990-м гг. появляется все больше художников, которые отходят от граффити (написание букв, имен) и полностью переключаются на создание образов или прямых посланий, причем не только используя спрей-краску, но и придумывая новые техники (уличная скульптура, наклейки, принты, мозаика, нитки, скретч и др.). Следует заметить, что известность тех или иных уличных художников с самого начала зависела от случайных факторов – интереса к ним журналистов, фотографов, критиков и художников. Например, Taki183 стал известен благодаря фотографу Челфанту, сделавшему его тег одним из символов Нью-Йорка 70-х, а популярность Баскиа фактически целиком создана Энди Уорхолом, авторитетно рекомендовавшим его работы коллекционерам и галереям. Blek le rat, работами которого несколько десятилетий вдохновлялись европейские райтеры (в том числе Бэнкси), напротив, стал широко известен лишь в конце 90-х усилиями своих «учеников». Первая собственная выставка этого художника прошла в 2006 г.

В качестве истоков граффити обычно указывают нищету рабочих районов и предместий, социальный протест. Но эти причины существовали и ранее, однако почему-то не принимали форму граффити и стрит-арта: ни в средневековье, ни в XIX в. уличные стены практически не привлекали людей для самовыражения (надписи на стенах были либо политическими лозунгами, либо рекламой). Очевидно, что изобретение баллончика с аэрозольной краской (производство аэрозольной краски началось в 1949 г.) – не единственное объяснение этому.

Другой род объяснения обычно возводит стрит-арт к художественным течениям второй половины XX в. В качестве идейных предтеч обычно указываются поп-арт, лэнд-арт, а также урбанистические манифесты ситуационистов и анархистов 1970-х гг. Здесь тоже есть сложность: разные формы культурного протеста можно увидеть и в более ранних течениях (например, дадаизм), но нигде (кроме ситуационизма) нет идеи преобразования городской среды. Поэтому специфика граффити и стрит-арта возникает вне чисто художественного контекста, и лишь затем начинается взаимодействие уличных художников с идеями современного искусства.

При этом следует отметить также неоднородность самого стрит-арта. В нем можно выделить две традиции: условно англо-американскую и европейскую (или континентальную). В рамках этих традиций можно увидеть серьезные различия в мотивах и происхождении художников. В англо-американской

традиции, действительно, очень многие авторы не имеют художественного (а часто и вообще какого-либо) образования, прежде делали простые граффити, часто происходят из неблагополучных районов. В то время как европейская традиция, напротив, в большей степени представлена людьми с художественным или дизайнерским образованием (а часто еще и гуманитарным). Эти авторы охотно сотрудничают с галереями, часто используют философские и социологические обоснования для своих работ. Поэтому в стрит-арте есть как авторы, не имеющие никакой связи с прежним искусством, так и авторы, позиционирующие себя в качестве продолжателей определенных течений или мастеров.

Чтобы лучше понять всю сложность зарождения стрит-арта, будет полезно обратиться к истории и поискать продуктивные аналогии. Здесь мы обнаружим, что при раскопках самых разных культур иногда обнаруживаются надписи на стенах (граффити и дипинти), но либо они не значительны, либо попросту исследователи не считают их чем-то значимым. Поэтому, пожалуй, единственный пример активного использования городских стен для коммуникации мы видим в Древнем Риме. Римляне оставили на стенах огромное количество рисунков и надписей – объявления и рекламу, политическую сатиру, религиозные и философские обращения, разного рода самовыражение (стихи и рисунки) и даже общение (по типу современных форумов). Однако проводить прямые параллели здесь преждевременно.

На наш взгляд, проанализировав как само явление, так и контекст его возникновения, можно выделить три фактора, которые сыграли значительную роль в появлении стрит-арта в XX веке (в схожих формах мы находим их в Римской истории).

Первый и главный фактор – высокая степень отчуждения. Чем сильнее отчуждение, тем сильнее единичные ответные импульсы его преодолеть, вплоть до интервенции в отчуждающую среду (город). Большинство урбанистов XX в., так или иначе отталкивались от Маркса и его концепции отчуждения. Отчуждение в данном случае складывается из типовой архитектуры, эксплуатации трудящихся, отчуждения в сфере образов и слов (через активное воздействие массмедиа, особенно рекламы), роста индивидуализма на фоне господства массовой культуры. Типовая архитектура была заново изобретена в начале XX в. и стала возможна благодаря развитию машиностроения и широкому распространению качественного цемента (портландцемент изобретен в 20-е гг. XIX в., хотя схожий состав был хорошо известен римлянам, поэтому множество их строений сохранилось до наших дней). Судя по данным археологов и литературе того периода, римские города также были типовыми – и по застройке, и в архитектурном отношении. Например, сюжет о заблудившемся в однообразных постройках нередок в римской сатире, письмах и т. д. (см. «Сатирикон» Петрония Арбитра, письма Сенеки). В отношении эксплуатации также следует отметить, что с наибольшим размахом как раз в XX в. она коснулась не только обычных рабочих, но и людей творческого труда (журналисты, дизайнеры, креаторы, инженеры, конструкторы и др.), что привело к отчуждению текстов и образов от самих творцов. Кроме того, эксплуатацию сопровождала агрессивная экспансия бизнеса в сферу образов и даже идеологий (например, корпоративная этика, политика бренда и т. п.). Именно поэто-

му я считаю, что более правильно говорить об отчуждении и борьбе с ним, а не о протесте в стрит-арте.

Второй элемент, создающий подобную форму, – это индивидуальное самовыражение как значимая культурная ценность. Именно высокий статус самовыражения создает дополнительный стимул для преодоления отчуждения в творчестве, причем не всегда прямым образом (т. е. в так называемой академической сфере). Во многом усиление данной ценности связано с возникновением потребительского общества, так как в нем появляются предпосылки для активного вопрошания «как потратить личное время?». Также рост индивидуализма коррелирует с пессимистическими настроениями в обществе. В этом плане эпоха эллинизма часто характеризуется как атомизация сообщества с сильным преобладанием примитивных потребительских запросов («хлеба и зрелищ»). Поэтому в каком-то смысле можно утверждать, что в позднем Риме уже был создан аналог потребительского общества (в силу чего и оказались востребованы стоицизм и эпикуреизм не просто как учения, но как школы жизни).

Третий фактор – это агрессивное воздействие рекламы и средств массовой информации, создающие значительное количество людей интуитивно компетентных в плане оценки и создания образов, текстов, сообщения для массового восприятия. Этот феномен получил название «внутренний маркетолог» (термин предложен Джоном Сибруком, подробнее см.: [Кляйн, 2002, с. 176]). Суть его в том, что, сталкиваясь с рекламой в больших количествах и с самого детства, даже не будучи специалистом, человек начинает разбираться в том, как устроен и как работает рекламный образ. Сибрук считал, что новое поколение художников будет с самого начала описывать свои достоинства как товарные, т. е. будут представлять себя как бренд. Однако как отмечает Карли Стаско, эти качества используются в том числе и для борьбы с рекламой. Отсюда возникает, например, расцвет в интернете фотоколлажей (так называемых «фотожаб») и других видов искажения рекламы, или активное участие людей в акциях против брендов [Там же, с. 176-177]. Люди не просто начинают испытывать неприязнь к рекламным образам, они начинают понимать, как и почему это работает, а значит, и что нужно сделать, чтобы образ начал работать против хозяев.

По нашему мнению, именно специфическое преломление первого фактора в контексте современного общества, ориентированного на индивидуализм, оригинальность личности и самореализацию, создает активный запрос на графическое освоение городских пространств. Третий же фактор играет ключевую роль в переходе от протестных граффити к художественному высказыванию стрит-арта.

Вторая проблема, на которой мы собираемся остановиться, – это специфика взаимодействия автора и зрителя посредством стрит-арта. Семиотика общения в стрит-арт – тема малоразработанная, причем довольно обширная, так как в ней преломляется едва ли не вся проблематика современной коммуникации. В качестве подступа к теме я бы хотел обратить внимание на несколько характеристик стрит-арта, ставших уже общепризнанными. К сожалению, это по большей части клише, схватывающие лишь поверхностные наблюдения, поэтому я остановлюсь на их критике. Критика эта призвана не

столько отбросить ставшие уже привычными характеристики, сколько расширить их, наметив пути для плодотворного исследования.

Одной из основных характеристик стрит-арта называют анонимность. Этот термин, на наш взгляд, не описывает все многообразие форм игры с идеей авторства, что имеет место в современном стрит-арте. На деле мы можем увидеть целый спектр разнообразных отношений к авторству.

На одном полюсе чистая саморепрезентация. В самом деле, граффити были и остаются прежде всего чисто тавтологической самопрезентацией – «Это я». Это и ставшие легендой первые граффити (Килрой был здесь, Таки183), это и стихийные надписи и отметки, это и теггинг, и wildstyle, которые и поныне составляют значительную часть уличного искусства. Здесь нужно очень четко разграничивать граффити и стрит-арт. В граффити нередко предельно пустые знаки, не несущие никакого авторства: чаще всего короткое протестное сообщение (маты, ругательства). В стрит-арте же автор всегда присутствует, и его анонимность – это лишь одна из стратегий взаимодействия со зрителем.

Плюс к этому некоторые авторы, причисляющие себя к стрит-арт, в общем-то никогда и не скрывались, изначально существуя по большей части в пространстве галерей современного искусства. Их имена известны, они имеют свои личные сайты, и почти все их работы делаются строго под запись, дабы подчеркнуть авторство. Собственно, три фактора: интерес галерей к стрит-арту, развитие Интернета и либерализация законов о рисовании на улицах в ряде стран, привели в 2000-е гг. к появлению значительного количества уличных художников, чьей основной деятельностью является самореклама, доходящая до крайних форм нарциссизма и озабоченности авторским правом. И если прежде необходимость скрывать лицо и имя за никнеймом была обусловлена чисто прагматически, то сегодня в ряде случаев – это, скорее, дань жанровому канону.

На другом полюсе то, что мы назвали стратегиями уклонения от прямого контакта зрителя с личностью художника. Действительно, во второй половине XX в. интерес явно переместился от произведения к художнику, что у некоторых авторов вызывает негативное отношение. В постмодерне художник либо становится медийной фигурой, либо вообще не считается современным художником, причем в первом случае само искусство низводится лишь до инструмента (если вообще не повода) для вхождения в медиасферу. Один из известнейших авторов стрит-арта, сохраняющий инкогнито, Бэнкси в своем манифесте четко сформулировал желание многих художников: Я хочу, чтобы обсуждали произведение, а не мою личность¹. Эти авторы используют для подписи никнеймы, а некоторые вообще полагаются на узнавание зрителем авторского стиля, техники, привычной тематики. Как отмечает Левисон, анонимность действительно «дает определенную силу граффити и стрит-арту» [Lewisohn, 2008, p. 100], но отнюдь не все художники способны использовать этот инструмент столь эффективно, как например, Бэнкси. Некоторые иссле-

¹ Banksy. Existencilism book (2002). URL: http://www.artofthestate.co.uk/banksy/Banksy_Existencilism_book.htm (дата обращения 23.08.2013).

дователи даже считают, что анонимность является важным условием того, что стрит-арт носит довольно провокативный и критичный характер¹.

Кроме того, многие известные и не очень известные стрит-райтеры активные противники копирайта. Например, художник Blu очень не любит рассказывать о себе, зато все свои работы (рисунки и видео) он выкладывает в Сеть в свободный доступ. Стрит-арт находится и в тесной связи с движениями, выступающими против права собственности на слова, образы, публичное пространство (например, движение RTS (Reclaim the streets) или движение «рекламобойцев», противников брендов).

Другой, не менее частой, характеристикой уличного искусства называют протест. Протест в чистом виде – это обычно довольно простое сообщение: либо выражение неприятия («мы против А»), либо отрицание (вместо А – не-А). Фактически неорганизованный протест редко возвышается на общенной лексикой и достигает уровня хотя бы карикатуры. Очевидно, что в эстетике протест преломляется в более сложные формы, которые возникают не только под воздействием негативной реакции, но и благодаря особенностям самого фактора. В стрит-арте мы видим скорее сложную реакцию, часто с элементами рефлексии, на современные реалии, нежели ненависть и протест.

Например, дежурным местом стало упоминание того, что объектом искажения и осмеяния в стрит-арте становится реклама. Дескать, таким образом неимущие классы протестуют против системы и против богатых. Это сильное упрощение, при котором социологическое описание скорее скрывает специфику сообщения в стрит-арте, нежели описывает ее. На деле связь между массовой медиа (особенно рекламой) и стрит-артом более сложная.

Во-первых, стрит-арт в своей экспансии идет строго вслед за рекламой. Именно реклама, начиная с 50-х годов, активно присваивает себе публичное пространство (от больших билбордов и баннеров до более интенсивного использования транспорта, в том числе городского, одежды, публичных мест для навязывания брендов или рекламных сообщений). Граффити, а затем и стрит-арт идут «по пятам», как бы «отвоевывая» это пространство обратно. Уже анархисты 60-х годов понимали, что нужны не просто слова протеста, но и борьба с символами этого общества (бренды являются такими символами даже в большей степени, нежели символы государственной власти). В конечном счете это приводит к тому, что и сама реклама начинает «учиться» у уличных художников, активно используя некоторые техники для «партизанского маркетинга».

Во-вторых, важным фактором в работе массы уличных художников стал эффект «внутреннего маркетолога». На стиль их работы уже влияет привычка, столкнувшись с новым рекламным сообщением, мысленно играть с ним, преобразуя его в шутивное или дискредитирующее себя послание. Появление значительного количества таких людей привело к тому, что именно в стрит-арте воплотилась сложная палитра отношения к рекламе. Не секрет и то, что многие райтеры работают в сфере рекламы, дизайна, копирайтинга.

¹ *Daunt J.* The Tactics and Strategies of Banksy and Street Art (2012). URL: <http://ru.scribd.com/doc/104414386/The-Tactics-and-Strategies-of-Banksy-and-Street-Art> (дата обращения 23.08.2013).

В-третьих, стрит-арт как самостоятельное явление возникает где-то на рубеже 80–90-х, причем среди авторов не только маргиналы, перешедшие от простых граффити к образам, но и немалая часть образованных представителей среднего класса. Видеть в современном стрит-арте только социологию неблагополучных рабочих кварталов – значит, не видеть вообще никакой эволюции. Протест, который действительно оживляет, дает мощный импульс многим художникам в стрит-арте – это эмоциональная составляющая рациональной критики. Сама же эта критика захватывает обширный круг тем: экология, угроза войны, проблемы развивающихся стран, актуальные социологические и политические проблемы, идеология потребления, негативные стороны массовой психологии и т. д. и т. п.

Таким образом, в содержании сообщений стрит-арта очень часто мы можем увидеть не только эмоциональную реакцию художника на что-либо, но и явные отголоски рациональных критических суждений как самого художника, так и других авторов (философов, политиков, общественных деятелей). Протест переходит по большей части в сферу мотивации автора, что приводит к усложнению самого сообщения. Например, к возникновению мотивирующего стрит-арта, выступающего не против, а за.

Третьей чертой, неизменно приписываемой стрит-арту и его сообщениям, можно назвать ориентацию на неподготовленного зрителя. В плане ориентации на зрителя в стрит-арте можно отметить следующее. Первоначально уличное искусство мыслилось как прямая противоположность музею, галерее. Если человек в музее заранее ориентирован видеть, рассматривать, то на улице такой установки сознания нет. Однако, на наш взгляд, эта оппозиция изначально была скорее идеологической, нежели реальной. Вспомним хотя бы о том, что экспансия рекламы в публичное пространство города в последние десятилетия серьезно повлияла на установки видения современного человека. Собственно, неподготовленный зритель – это скорее модель, требующая конкретизации.

Во-первых, даже самые простые сообщения политического, социального или экологического стрит-арта все-таки требуют минимального уровня знаний у зрителя. Если данная тематика совершенно неинтересна и неизвестна (что в идеале и подразумевается под «неподготовленным зрителем»), то сообщение не сможет быть прочитано. Без узнавания политического деятеля, бренда, актуальной проблемы и т. п. сообщение оказывается смутным, неполным.

Во-вторых, что касается техник стрит-арта, то они разнообразны, но многие из них предполагают свой уровень условности. Трафарет, например, строится на сильном упрощении образа, который, как показывает опыт, ясно и четко прочитывается далеко не всеми (пятна не складываются в гештальт при отсутствии привычки у воспринимающего). Теги и *wildstyle* вообще не читаемы для обычных людей, которые часто даже не догадываются, что это не «черкотня», а буквы и слова. Не говоря уж о том, что в стрит-арте есть авторы, использующие абстрактные образы, стилистически близкие к супрематизму, оп-арту, сюрреализму. Говорить в данном случае о неподготовленном зрителе можно, но остается под вопросом, что именно он видит, и что предполагалось автором в качестве зримого.

В-третьих, ориентация только на обывателя привела бы к тому, что сообщения стрит-арта были бы совершенно лишены авторского отношения. Од-

нако мы видим как раз обратное: очень часто изображения подаются с иронией, амбивалентными чувствами, сложным отношением, явно выходящим за рамки «за или против». Все-таки в замысле стрит-райтера почти всегда упоминается желание расшевелить, заставить задуматься, в то время как обыватель, напротив, ориентирован на получение однозначной информации – «это хорошо», «мы против этого» и т. д. Иногда, чтобы рассмотреть подлинную цель сообщения, зритель должен обладать качествами, которые сегодня называют «постмодернистская чувствительность» или «герменевтика подозрения». В каком-то смысле и содержательно, и формально этот зритель уже подготовлен, только не академическим образованием, а современной сферой медиа. Видимо, именно это очень часто подразумевается под «неподготовленным зрителем».

И, в-четвертых, было бы большой ошибкой утверждать, что произведения стрит-арта совсем не содержат аллюзий, цитат и отсылок к другим художникам и стилям. Многие произведения обращаются к культурному наследию, и способность прочесть эти отсылки позволяет более полно воспринимать сообщение стрит-арта. Иначе говоря, у него есть первичный очень простой уровень: что нарисовано, то и есть сообщение, но он явно не единственный. Тем более что подобное прочтение предполагает и большая часть классической живописи.

Помимо этих критических замечаний хочется сказать и еще об одном, перспективном, на наш взгляд, направлении в осмыслении семиотики стрит-арта. Как справедливо замечает исследователь М. Г. Чистякова, граффити и стрит-арт в целом можно рассматривать как альтернативу и реакцию на возрастание симулятивности культуры [2011, с. 213]. Ссылаясь на идеи Жана Бодрийера, она фактически говорит все о том же отчуждении, которое проявляется как на символическом, так и телесном уровне. Нам представляется очень важным заострить внимание на аффективно-телесной стороне стрит-арта. Дело в том, что отчужденные символические формы для стрит-арта – всего лишь материал, в то время как в плане мотивации и творчества большую роль играет дереализованная телесность. Стрит-арт как феномен современной культуры гораздо ближе к ряду новых форм телесности (каттеры, анорексия, дополнение тела гаджетами, имплантатами, body-модификации и т. д.), чем к новейшим формам коммуникации (средства связи, социальные сети, твиттер, интернет-сленг). Отчуждение как таковое идет от символического принятия к аффективным и телесным проявлениям, но именно поэтому обратная реакция, т. е. попытки преодолеть его, должны строиться по инвертированной схеме: от тела к знаку и образу. Другими словами, ключевая проблема не в том, что человек не может высказаться (такую возможность дает интернет), а в том, что его не устраивает само пространство для существования и высказывания.

Особенно сильно это выражено в англо-американской традиции граффити и стрит-арта. В основу творчества здесь часто полагается нечто примитивное, подражающее животному территориальному поведению или трибалистической сакральной разметке мира. Грань между вандализмом как чистым удовольствием от разрушения границ и стрит-артом как производством дополнительных смыслов здесь очень тонка. Отсылка к примитивному, часто докультурному, в данном случае является отнюдь не настоящим регрессом,

а способом рационализировать аффективно-телесные позывы к чему-то более реальному. Опасность, непосредственное взаимодействие с городом (вплоть до выбора места через ощущения), работа с краской и другими материалами, изготовление трафаретов из подручных средств – все это составляет не вполне явный, но, пожалуй, гораздо более значимый для понимания стрит-арта аффективно-смысловой фон, чем артикулируемая художником цель его работы. Расширение значения за счет включения телесного и эмоционального содержания – это прежде всего интенция самого автора, а не умозрение, обосновывающее подобный шаг. И если обратить внимание на высказывания самих райтеров, то мы вновь обнаруживаем, что многие подчеркивают в своей работе два момента.

Первый заключается в собственном удовольствии, ощущении удовлетворения от работы. Российский художник Паша183, отвечая на вопрос о творческом процессе, выразил то, о чем в сходных категориях говорят и другие стрит-райтеры: *«Процесс сам по себе – это исключительно механические и шаманистические движения. Это не может не нравиться, это какое-то шаманство, которое идет на каком-то энергетическом уровне. Ты должен ощущать что-то. Это тоже интересно: почувствовать, обыграть что-то, заложить какую-то информацию в то, что ты почувствовал... Самое важное – результат. Это как ребенок. Воспитание ребенка само по себе интересно, но очень важно, кем этот ребенок вырастет»*¹.

Второй момент связан с желанием вызвать эмоциональный отклик у зрителя: эмоция становится противовесом обезличивающему отсутствию (как отсутствию новых эмоций у горожанина, так и отсутствию рисунков, индивидуальных меток на серых городских стенах). Эта эмоциональная реакция на граффити очень часто представляется как самоцель и средство для подталкивания к осознанию или критике одновременно. Бэнкси, по его собственному признанию, взял баллончик с краской, чтобы вернуть этот мир, «присвоить» его себе снова. Еще сильнее выразилась граффити-райтер Сандра «Lady Pink» Fabaga: *«Я думаю, граффити отражает наше поколение. Извините мой французский, но мы не кучка п*диков. Художников всегда считали вялыми и спокойными, немного свихнувшимися. Мы в этом смысле больше похожи на пиратов. Мы защищаем свою территорию. И где бы ни рисовали, мы свирепо защищаем свои места»* (цит. по: [Chang, 2005, p. 124]). В городе полно надписей и знаков, которые указывают, что делать, а также рекламы, навязывающей свои однообразные сообщения, поэтому художники считают, что имеют полное право сказать что-то. В книге «Прекрати это!» Бэнкси объяснил свою логику: *«Любая реклама в общественном месте, которая не дает тебе выбор, смотреть или нет, – твоя. Ты можешь брать ее, переделывать и использовать по-своему. Спрашивать разрешения тут подобно просьбе оставить у себя камень, который кто-то кинул тебе в голову. Ты не должен компаниям ничего. Больше чем ничего, ты не должен даже оказывать им почтение. Они*

¹ Луганская Д. Уличный художник Павел 183: интервью перед смертью (04.04.2013) // Русская служба БиБиСи. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2013/04/130404_street_art_p183_interview.shtml (дата обращения 23.08.2013).

*тебе должны. Они переделали мир, поставив себя перед тобой. Они никогда не спрашивали твоего разрешения, поэтому никогда не спрашивай их»*¹. В данном случае можно видеть, что первичным является сам жест, а идеология против брендов, корпораций и копирайта оправдывает и проясняет его.

Чистая прагматика в стрит-арте возникает гораздо позже: явление, получившее название «партизанинг» и ориентированное на улучшение комфортности жизни в городе (например, самостоятельное изменение разметки на дороге, создание удобных указателей и ориентиров и т. п.), мало связано с эстетикой и все еще является очень редким.

Изложенные соображения приводят нас к мысли о том, что ключом к пониманию стрит-арта является не столько эстетическое содержание, сколько психосоциальное значение этого феномена. Эстетика оказывается в данном случае средством отчужденного субъекта, которое используется не только для символического захвата городских пространств, но и для реализации аффективных импульсов. Другими словами, протестом оказывается не только нарушение границ (юридических, социальных, моральных), но и эмоции, удовольствие, телесное самоощущение субъекта. Понимание такого субъекта, его мотивации и положения позволяет лучше представить феномен в целом. Стрит-арт в отличие от граффити представляет собой довольно сложное сообщение, текст, а не просто жест (пустой знак протеста или перформативное утверждения своего я). Иначе говоря, это не просто субъект, а субъект, артикулирующий себя, свою позицию. И в какой-то степени отчуждение объясняет не только автора, но и зрителя, так как он частично или полностью разделяет эту позицию.

Поэтому для существенной характеристики стрит-арта мы используем крайне непопулярный в наши дни термин «пролетарское искусство». Не только по форме или содержанию, но по самому положению в общественной структуре стрит-арт – это современное пролетарское искусство, искусство отчужденных, преодолевающее это отчуждение в городской среде. На наш взгляд, искусство никогда не бывает чистым искусством вне идеологии и политики, в нем всегда реализуется некоторая ангажированность. Подлинное искусство стремится к универсальному уровню, но достичь его можно только через принятие себя, своего конкретного воплощения. Единственный способ стать художником (вообще, т. е. на уровне человечества, а не отдельной группы, этоса) – это полная идентификация со своими особенными чертами: с тем, кто я по национальности, по профессии, по страте, по призванию и т. д. И в данном случае речь идет не о наличии классово верного искусства, а о том, что представляет собой идентичность пролетария. Уже у Маркса есть неявное различие между рабочим классом и пролетариатом. Как пишет Славой Жижек, с развитием технологий рабочий класс играет все меньшую роль в обществе, но означает ли это, что понятие «пролетарий» безнадежно устарело? В отличие от исчезающего рабочего класса – «объективной» социальной категории, т. е. абстракции некоторой группы лиц, пролетариат – это субъективная позиция [2008, с. 143]. Пролетарий – это самоидентификация, воплощающая соци-

¹ *Banksy. Cut It Out* (2004). URL: <http://ru.scribd.com/doc/80732094/Banksy-Cut-it-out-2004> (дата обращения 23.08.2013).

альную негативность, это образ самих себя для тех, кто чего-то лишен системой. Пожалуй, вполне можно утверждать, что в наши дни многие «нерабочие» ощущают себя так же, как отчужденный и лишенный прав пролетарий XIX в. Именно эти люди, осознавшие свою лишенность и созревшие для борьбы, являются сегодня пролетариями.

В работах известных стрит-райтеров (Banksy, Shepard Fairy, MearOne и мн. др.) можно найти явные отсылки к самым разным идеологиям: идеи анархизма, антикапитализма и альтерглобализма, антивоенного движения и антифашизма, протест против расизма и других форм дискриминации, борьбу с брендами, потребительством и колониализмом. Но эти позиции являются лишь способом выразить свою собственную, которая и строится как противостояние отчуждению в самых разных сферах.

Стрит-арт мало привязан к стилистике и технике, главной его чертой является направленность на прямой диалог со зрителем и со средой. Известный российский уличный художник Паша183, например, во всех своих интервью подчеркивал, что для него важно делиться какими-то мыслями и высказываниями с другими, в то время как средства он использовал самые разные – от граффити до уличных скульптур и сложных технических устройств. Стрит-арт концептуален, но при этом не нуждается в дополнительном обосновании (от зрителя, художника, критика). В то же время современные акции стрит-арта часто похожи на перформанс с социологическим подтекстом (например, коллективная работа французских стрит-артеров в Тунисе, или выезды известных художников в какую-нибудь третью страну). Фактически стрит-арт, с одной стороны, продолжает антиакадемическую и антимузейную традиции нового искусства, с другой – радикально пересматривает контекст всякого искусства (не только вопросы серийности, авторства, но и вопросы этики образов, контекста восприятия, целей эстетического высказывания).

И, как мы уже отметили, первой наиболее близкой сферой, которую желают отстоять от отчуждения современные пролетарии, – это собственная телесность и территория. При этом позиция пролетария выстраивается сперва негативно: как тот, кому нечего терять («кроме своих цепей»). Нужно подчеркнуть, что любая идентичность строится на каких-то ощущениях, но только пролетарская начинается с чувства нехватки. Первое стихийное самоощущение пролетария – это злость, обида, отчаяние, желание мести, в которых больше значимо то, чего у него еще нет, чего он лишен. Уличные художники, «рекламобойцы», анархисты и многие другие протестные группы видят необходимость вернуть себе улицы, культурное и общественное пространство, и своей борьбой или искусством они выражают позицию всех лишенных в этой сфере. Причем в духе подлинного пролетарского искусства нет страха перед разрушением просто потому, что культура уже колонизирована рынком, т. е. по факту маркирована как вражеская территория.

В стрит-арте происходит попытка дать новому пролетариату не только голос, форму выражения, но и форму положительной идентичности, т. е. возможность быть гордым за то, кто ты есть (даже если тебя сделали этим). Петер Слотердаик отмечал, что попытка социализма сформировать единое пролетарское сознание потерпела крах, потому как *«его психополитика почти повсеместно оставалась на примитивном уровне; она могла поставить себе на служе-*

бу злобу, надежду, тоску и честолюбие, но никак не то, что имело самое решающее значение – не радость и счастье быть пролетарием» [2001, с. 134]. Но в стрит-арте сила образа позволяет заражаться этим чувством – почему быть пролетарием лучше. Реальная сила любого класса невозможна без притязания на собственную классовую культуру, потому что, как отмечает Слотердаjk, существует «тайная связь между нарциссическим наслаждением культурой и политической властью» [Там же]. Другими словами, власть и беспросветный труд в конце концов огулляют, а для возобновления высоких чувств необходима способность класса к творчеству.

На наш взгляд, пролетарская самоидентичность в силу своей негативно-сти возникает как поиск альтернативы социальной разобщенности, невротизирующим индивидуализму и конкуренции. Здесь уместно процитировать Бэнкси, сказавшего, что бытие самим собой слишком переоценено. «Люди говорят “я просто был самим собой” как будто это действительно может быть оправданием. Это не оправдание, это не честность – это попросту трусость и нехватка воображения»¹. Пролетарское «бытие-никем» – это и вызов для подлинного самопознания, и открытость для настоящего чувства жизни. Стрит-арт как феномен современной культуры не только вписывается в теории, осмысливающие проблемные (кризисные и отчужденные) формы этой культуры, но также подталкивает нас к поиску новых, альтернативных решений этих проблем.

Литература

- Жижек С. Устройство разрыва. Параллаксное видение. М.: Европа, 2008.
 Кляйн Н. No logo. Люди против брендов. М., 2002.
 Слотердаjk П. Критика цинического разума. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001.
 Чистякова М. Г. Стрит-арт в контексте вызовов современности // Изв. Алт. гос. ун-та. 2011. № 2–1. С. 210–213.
 Chang J. Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation. N. Y.: St. Martin's Press, 2005.
 Lewisohn C. Street Art: The Graffiti Revolution. L.: Tate Publishing, 2008.

Article metadata

Title: Street art as a phenomenon of contemporary culture: the problem of its genesis and semiotic features of message in street art.

Author: I.S. Kudryashov.

Author's e-mail: ioann1983@yandex.ru.

Author affiliation: Novosibirsk State University of Medicine.

Abstract: Description of such a phenomenon of contemporary culture as a street art raise some problems before the researcher. Mostly this is a problem which grows up from an insufficient explanation of specific features of street art

¹ Banksy. Existencilism book (2002). URL: http://www.artofthestate.co.uk/banksy/Banksy_Existencilism_book.htm

brought about with the methods of esthetics, sociology, cultural studies. In the focus of this article there is criticism of such approaches which are based on the examples of genesis of street art and semiotic features of its message. In this article we rebut some entrenched features of street art messages like the «anonymity», «protest» and «reliance on unprepared viewer». A critical view of this approach allow us to suggest a description of street art from the standpoint of modern problematic of corporeality. Also in this article we make an attempt to use in our analysis of street art as a new trend in Art such concepts as «alienation» and «the Proletarian Art».

Key terms: Street art, culture, semiotics, message.

Reference literature (in transliteration):

Žižek S. Ustrojstvo razryva. Parallaksnoe videnie. M.: Evropa, 2008.

Klein N. No logo. Ljudi protiv brendov. M., 2002.

Sloterdijk P. Kritika cinicheskogo razuma. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2001.

Chistjakova M. G. Strit-art v kontekste vyzovov sovremennosti // Izv. Alt. gos. un-ta. 2011. № 2–1. S. 210–213.

Chang J. Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation. N. Y.: St. Martin's Press, 2005.

Lewisohn C. Street Art: The Graffiti Revolution. L.: Tate Publishing, 2008.