

О. И. Томсон

Нелепые средства преодоления невозможного

В статье предпринята попытка продемонстрировать схожие и проходящие в одно время процессы в искусстве в разных с точки зрения экономического благополучия странах – Швейцарии и России; описать главный феномен, объединяющий творчество кардинально разных художников, в своих произведениях транслирующих картину мира, поддерживающих зрителя своими наивными рекомендациями в преодолении невозможного самыми нелепыми способами. Для общества, воспитанного эрой телевидения, творческий дуэт швейцарских художников Петера Фишли и Давида Вайса создает произведения, в которых художественные образы «глобальных» впечатлений детализируют банальное, говорят о банальностях банально, представляя забытые идеи миропорядка. В проектах товарищества «Новые тупые» проявлен феномен «среднерусской возвышенной тупости», подтверждающий последнюю стадию мучительной усталости художника и просто человека в период перестройки, где тупость диагностирует современность, а смех становится главным способом выработки иммунитета к болезням своей эпохи.

Ключевые слова: общество потребителей; банальная усредненность; картина мира; центр – периферия; стратегия развития информационного мира; глобальные перемены; критический момент; склонность к разменной жизни; среднерусская возвышенная тупость

Olga Thomson
**Ridiculous Means
of Overcoming the Impossible**

In this article, the author presents an attempt to demonstrate similar time period processes in the art of countries with different economic well-being –

Switzerland and Russia, to identify and describe the main phenomenon that unites creativity of radically different artists, who broadcast the picture of the world in their works, representing its arrangement, supporting the viewer with their naive recommendations for overcoming the impossible in the most ridiculous ways. For a society, brought up by the television era, the creative duo of Swiss artists Peter Fischli and David Weiss creates works in which artistic images of “global” impressions detail the banal things, talk about banalities banally, presenting forgotten ideas of the world order. The projects of the “New Stupid” partnership demonstrate the phenomenon of “Central Russian sublime stupidity”, confirming the last stage of the painful fatigue of the artist and a common person during the period of perestroika where stupidity diagnoses contemporaneity, and laughter becomes the main way to develop immunity to life, when you suffer from the diseases of the era.

Keywords: society of consumers; banal average; picture of the world; center-periphery; strategy for the development of the information world; global change; critical moment; propensity for a measured life; Central Russian sublime stupidity

Еще сравнительно недавно (для мировой истории пара лет – срок небольшой) наши представления о мире были совсем иными. Мы точно знали, что живем в глобализированном мире, верили в абсолютную безопасность, путешествовали и не сомневались в том, что любую болезнь можно победить. Наука, образование, досуг, демократия, медиа были гарантами нашей безопасности, а для описания глобальной истории искусств всегда было уместно использовать идеи Кима Вельтмана, директора по научным исследованиям Института Маклюэна в Нидерландах, который считал, что «следствием всемирной тенденции обобщения культур стало их собрание под сводами истории искусства» [2].

Важным стимулом создания хаотической, но сохраняющей свою идентичность современной картины мировой культуры является ее осмысление с эстетических позиций. Идея Кима Вельтмана исследовать культуры, связанные в своем развитии с Европой в контексте концепции «центр и периферия», стала одним из стержневых моментов создания коммуникативных связей, объединяющих культуры разных стран в единое понятие «история искусств». Изучать, каким образом могут развиваться культуры в сетевом пространстве, создавать музейные базы данных, использовать информационные сети для исследования

и создания новой истории искусств с учетом зачастую самых сложных явлений (например, поиск схожих тенденций в разных по своей структуре и особенностям культурах кочевых и оседлых народов) – все эти идеи связаны со стратегиями развития информационного мира.

Но наступил март 2020 г., и все резко изменилось. Все наши надежды оказались под вопросом. Мы, как считают многие аналитики, вошли в точку бифуркации, когда будущее непредсказуемо, а каждый из нас вдруг ощутил резкий поворот истории.

«Очевидно, что любая система стремится к равновесию. Из равновесия ее может вывести либо удар снаружи, либо какое-то изменение внутри. Вот именно сейчас весь мир находится в уникальной ситуации, когда произошло и то и другое. Удар снаружи – эпидемия. А внутренние изменения – три миллиарда человек просидели примерно год под домашним арестом. Невиданный исторический эксперимент», – считает А. А. Аузан [1]. Он приводит аналогию с историей чумы XIV в., убившей треть населения Европы, ситуацию, когда европейцам пришлось разрешать эту катастрофическую для себя проблему. Сегодня карты снова перемешаны. И если итогом чумы стало изобретение станка Гутенберга, повлекшее за собой массовое чтение, расцвет эпохи Просвещения и многое другое, что стало для нас повседневностью и свидетельством нашего могущества, то что же окажется итогом нынешнего исторического перелома? Испанский философ Ортега-и-Гассет 90 лет тому назад сказал: «Образование существует для того, чтобы поднять человека до уровня его времени. Для того, чтобы у него возникла картина мира» [6]. Важно представлять эту картину, и если поменялся мир, то люди нуждаются в том, чтобы им рассказали, как он теперь устроен.

Во второй половине XX в. к главным средствам массовой информации, оказывающим существенное влияние на общество, относились радио, телевидение и пресса, распространяющие официальные взгляды и реакцию власти на события в стране и мире. В СССР не было разнообразия телеканалов, но уже в преддверии горбачевских реформ на нас обрушился шквал информации, а когда в начале перестройки рухнул «железный занавес» и открылись границы, в стране началась новая жизнь. Дешевые иностранные

телесериалы стали шлифовать сознание большинства. На наших глазах рушилась империя, и мы переживали этот исторический коллапс в реальном времени. В культурных институциях до сезона пандемии вновь вспомнили об этом историческом периоде со странным названием «перестройка», что отразилось в сериях разнообразных мероприятий, громко именовавшихся «Лихие 90-е».

Оказалось, что во времена глобальных перемен современным мастерам иллюзий ничего не стоило назвать искусством любой фрагмент даже самой обыденной реальности, чтобы он вошел в ранг творческих достижений. С тех пор художественное производство достигло такой невероятной скорости, что российский философ В. А. Подорога в работе «Критический момент. Актуальное произведение искусства на марше», название которой определяет степень его беспокойства, с тревогой пишет о концепции быстроты, проникающей в искусство [8, с. 46], развитие которой было резко остановлено в период пандемии всеобщим локдауном.

Оказалось и то, что творение, которое может быть объявлено искусством, зачастую таковым не является, поскольку к искусству предъявляются особые требования, а произведение оценивается по степени художественной новизны и качеств, которые еще отсутствовали в арсенале искусства. Впрочем, скорость инноваций в современном искусстве набрала настолько высокий темп, что общество оказалось не способным отрефлексировать и синхронизировать новые открытия со своей склонностью к размеренной жизни.

Одной из важных особенностей телевизионной индустрии, до недавнего времени существенно влиявшей на общество, является телереклама. Присутствие рекламы в TV-сетке было оправдано экономической выгодой, позволяющей развиваться теленеиндустрии. За несколько десятилетий четкие разграничения между рекламой и тематической передачей или художественным фильмом постепенно стирались, и частью рекламной продукции оказался даже актер, став рекламой произведения киноискусства. Он продавал свое имя в промежутках между теленовостями и традиционной рекламой товаров. Товары также становятся актерами, продающими и себя, и других актеров, которые участвуют в рекламе. В результате процесса

обобщения и сведения в единое целое информационных телепотоков и вследствие важных социальных пертурбаций в самом обществе реклама на телевидении стала осуществляться не только во имя себя самой и своей выгодной роли в эпоху потребления. Скорость восприятия в современном обществе до недавних пор была продиктована телевидением, сегодня телезрителей стало намного меньше, при этом темп, заданный данной индустрией, ускорился и, благодаря коммуникативным сетям, стал просто лихорадочным.

Новым классом, который давно сменил существовавший в начале XX в. пролетариат, оказался класс потребительский, так называемый консьюмтариат. Потребление жизни, согласие на установленные свыше правила игры стало для него едва ли не единственной возможностью выбора, где сам выбор ограничивался разными брендами и способом самореализации в организации приватного. Собственно об этих свойствах и особенностях нового класса и говорит в своих произведениях дуэт из Швейцарии Петера Фишли и Дэвида Вайса. Одной из целей их совместного творчества является визуализация скучнейшей усредненной повседневности обывателя и представление заблуждений и стереотипов, бытующих в развитых европейских странах.

Придумав себе творческие аватары – плюшевую Крысу (Фишли) и Медведя-панду (Вайс), с 1979 г. художники, обыгрывая образы ранней диснеевской эстетики, создают совместные проекты, воспроизводят в своих работах процессы, которые происходят в реальности. Они ничего не придумывают, а в мельчайших подробностях транслируют образ окружающего предметного мира, экспериментируют, стараясь обнаружить и проявить самые нелепые видимые и предполагаемые связи вещей во вселенной. Представляя себя как дуэт выдающейся «усредненности», Фишли и Вайс делают самые посредственные работы для самого посредственного зрителя о самых обыкновенных вещах, которые существуют в непосредственной близости. Их художественные образы «глобальных» впечатлений детализируют банальное, говорят о банальностях банально, представляя далеко не очевидные или забытые всеми идеи миропорядка.

Абсурдные медиадиалоги Крысы и Медведя об искусстве и мироздании позволяют выстраивать взаимосвязи разновеликих

событий. В своих неприхотливых работах, не призывая к высокой духовности и вневременным категориям, они по-бытовому делятся со зрителями своими наивными советами и дают простодушные рекомендации о способах преодоления жизненных ситуаций, совершая посредственные, при этом не лишенные внутренней логики чудаковатые и ошеломительные открытия.

Их скульптурные работы созданы, как правило, из недорогих материалов. Используя прием реди-мейда [7] наоборот, как это делали и многие художники в России, они имитируют реальные предметы, которые своей наивной рукотворностью напоминают школьные поделки. Макеты придуманного творческим дуэтом мира скорее транслируют детские суждения человека, который, возможно, и прожил достаточно долгую жизнь, но так и не согласился принять устоявшиеся представления о нем, поскольку в его сознании все выглядело намного смешнее.

Прекрасно разбираясь в вопросах театральной драматургии, они создают свои нехитрые художественные «эпосы» и простым, случайно выхваченным из бытовой среды предметам назначают роли, не связанные с их утилитарными функциями. И в мире без людей эти предметы, проявляя свой сложившийся с годами характер, начинают действовать самостоятельно. Но поскольку предметы, наполняющие и организующие художественные пространства Фишли и Вайса, долго служили людям и их жизнь была нацелена на организацию благополучия человеческого быта, они, унаследовав особенности характера и привычек своих хозяев, научились объединяться в абсурдные неустойчивые ассамбляжи и устраивать катастрофы, демонстрируя законы физики, известные каждому школьнику. О простых историях вещей, про которые в теленовостях не расскажут, повествует их полу-часовой фильм «Ход Вещей», снятый в 1986–1987 гг., который принес авторам мировое признание. Апокалипсический фильм-катастрофа или комедия в традициях немого голливудского кино, где предметы из повседневного обихода: чайники, установленные на ролики, мусорные пакеты, приведенные в движение своей внутренней энергией, стремянки, ведра, шины, бутылки и другой пустяшный мусор – превращаются в исполнении швейцарского дуэта Фишли и Вайса

в исследовательский проект реального мира. Он скорее напоминает передачу советских времен «Хочу все знать», поскольку в апокалипсисе, записанном в формате видео, работают простые законы физики, подчеркивая саму вещность каждого предмета, способную вещать [9], не претворяясь метафорой чего-то большего.

Кудесники смешного, Фишли и Вайс переизобретают связи вещей и явлений, работая с темой «художник – производитель культурных смыслов», иронизируя и критикуя все завоевания искусства XX в., рассуждают о национальной идентичности, глобализации и месте искусства в мире потребления. Как новые дадаисты, они дискутируют с предшественниками и архивируют вещи, изображения и впечатления, пополняя свой тезаурус «скучного». Переворачивая с ног на голову многие устоявшиеся в социуме смыслы, они крайне требовательны к зрителю, заставляя его испытывать неудобства, педантично демонстрируют «я» самую усредненную его повседневность, последовательно информируя о средней жизни, среднем быте, средних представлениях. И если бы не их блистательное остроумие, своим творчеством они повергали бы всех в страшнейшую депрессию.

К числу общепринятых исторических событий и важнейших открытий времени, как, например, строительство Вавилонской башни, швейцарские художники добавляют свои точки-привязки на шкале времени из области материальных и бытовых открытий века потребления. Наряду с изобретением станка Гутенberга, они мифологизируют важность создания «батона хлеба», или «людей в ожидании лифта», или «пакет чипсов» и многие другие незначительные в быту достижения современности. Они вроде бы даже и не иронизируют, а серьезно восстанавливают справедливость, напоминая о «важных» приобретениях общества, которые остались незамеченными теоретиками нематериальной культуры. Кажется, что абсурд творческого сознания этого дуэта призван помешать искусству интеллекту досконально исследовать мир и создать «правильный» свод законов и методик. Эмоциональные качества человеческого в установках художников конкурируют с алгоритмами действий, обманывая их, делая из незначительного глобальное, скрывая самую суть душевной простоты обывателя.

В 1990-х гг., чуть позднее создания первых работ швейцарским дуэтом, в России на депрессивном фоне хаоса родился термин «актуальное искусство», созвучный термину «современное», с расширяющим его смысл авангардизмом: новаторством, радикальностью, использованием новых техник и приемов. Творческая деятельность петербургской группы «Товарищество Новые тупые» 1990-х гг. стала своеобразным междисциплинарным ответом на безвременье и собственную ненужность в эпоху перемен. Одним из первых перформансов группы стал «Учитесь видеть сами», который состоял из трех действий: поджигание кирпичей, завязывание глаз и их обозначение, зажигание огня в ложках, – по сути своей передающих ощущение времени.

После раз渲ла СССР художники были буквально ослеплены новой системой координат, напичканной неизвестными картинками, идеями, которые необходимо было осмыслить. Они брали в поисках своей идентичности на ощупь, ослепленные малопонятными западными арт-стратегиями повсеместно открывающихся в стране новых авангардных институций эпохи перестройки. Многие художники занялись всерьез вопросами идентичности. Как пишет Л. Матвеева, «восточноевропейская идентичность в перформансе колеблется между воплощением местных особенностей и принадлежностью к массе различных культур, рассеянных в виртуальных пространствах, советской красной звездой и желтой звездой Евросоюза» [4].

Группа художников, назвавших себя «Товарищество Новые Тупые», по сути своей стала художественной альтернативой новой генерации русских бизнесменов, прозванных в народе «новыми русскими». С присущей им беззлобной иронией они начали представлять свою версию той реальности, в которой оказались, – ее русскую принадлежность, напоминающую в своей эстетике пропаганду «лучшей жизни в России».

Кризис выразительных средств и тупость как способ преодоления экономического, политического и культурного кризисов, обрушившихся на страну, стали основой деятельности этой группы. «Гармония новой тупости» складывалась из остроты ощущения слова и, казалось бы, бессвязных коллективных действий. Неразрывная

связь с реальной жизнью стала главным кредо группы и отличала этих петербургских художников от московских перформансистов. Проблемы у всех в стране были одинаковыми, но москвичи делили сферы жизни и искусства, в то время как «Тупые» существовали в жизни, не определяя пограничье между жизнью и искусством. Их художественные жесты перетекали в повседневность и были несвоевременно забыты, поскольку в отличие от многих групп того времени «Тупые» не были столь амбициозны, как многие московские их «друзья по цеху», и не заботились о документации собственных жизненных арт-поступков.

Товарищество возникло в складке времени [3] между выставочными пространствами, учрежденными в советское время, и улицей, еще не имеющей своих надзорных организаций и фондов.

«Тупым свойственно все уменьшать и тем самым одомашнивать мир», – определил творческий код группы Аркадий Драгомощенко¹ в страшное время коллапса. Активность группы, их небезразличие и любовь к жизни как она есть напоминали безнадежные усилия по упорядочиванию и одомашниванию хаоса. Их незадокументированные художественные акции принадлежали немногочисленному кругу друзей, поэтому выпадение «Товарищества Новые Тупые» из общей истории современного российского искусства вполне понятно. Они не грезили прославиться и добиться успеха. Главным для них было высказаться, а их существование во времени напоминает поиски равновесия в незнакомом пространстве во «Время Ч»², где «все серьезное становится игрой» и, наоборот, «игра вновь становится серьезным». Спасительная ирония как интеллектуальная надстройка, где «юмор – искусство поверхности, а ирония – искусство глубины и высоты», обернулась проектом «Среднерусская возвышенная тупость», который стал попыткой ответа на вопросы: возможно ли искусство в момент конца? сохраняется ли время в момент апокалипсиса? [5].

Ирония выявляет отклонение от нормы, позволяет ее нащупать, обнажает противоречия между реальным и идеальным. Это игра, основанная на двусмысленности, «общественно значимое орудие критики несовершенной действительности» и определенная степень

свободы от нее. Смех как признак жизни способен поставить диагноз эпохе, это главный способ выработки иммунитета к ее болезням. «Тупой» взгляд «Товарищества Новые Тупые» на мир 1990-х был устремлен прямо в корень, диагностируя современность. Используя стратегию существования во времени, «Товарищество» утверждает, что «тупая жизнь» это и есть бытие в гармонии со временем, трагическое межвременное странничество в историческом промежутке, когда грядущая эпоха провозгласила время, которое еще недавно казалось канувшим в историческое небытие.

В конце XX в. о совершенных средствах связи говорить не приходилось, но в том и сила искусства, что в разных странах по степени комфорта и экономического благополучия проявилась эта интересная тенденция. Сегодня благодаря развитым медиакоммуникациям ее можно проследить и описать, определив как феномен преодоления невозможного самыми нелепыми средствами и способами. В благополучной Швейцарии в обществе, воспитанном эрой телевидения для класса потребителей и запросами его банальной жизни, художники творили волшебную реальность для банального зрителя, пресыщенного счастливой пошлостью. «Среднерусская возвышенная тупость» «новых тупых» стала констатацией последней стадии мучительной усталости в безвременье эпохи перемен и апелляцией к новизне, желанию прорыва в будущее. Индифферентным к политической активности, власти и капиталу, оппозиционным к элитарности и снобистским тенденциям, зарождающимся в современном искусстве эпохи перестройки, «Новым тупым» удалось наглядно представить рождение нового человека, явить его образ миру конца XX столетия. Образ этот оказался другим, совсем не победоносно-патетическим, как утверждали мастера авангардного искусства начала прошлого века. Пафос начала XX в. уперся в образ «просто человека», «запутавшегося в тине и пene культурных слоев». На смене исторических эпох «Товарищество Новые тупые» так же, как и швейцарский дуэт П. Фишли и Д. Вайса, преодолевает смыслы понятий «банальность» и «тупость», а их поэтический код и художественный метод ставят точные диагнозы своему времени и обществу.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Фраза приводится из частного интервью В. Козина, одного из художников «Товарищества Новые тупые», записанного автором статьи в 1998 г.

² Персонажи проекта Гриши Брускина «Время Ч.» пребывают в бесконечно длящемся моменте временной неопределенности, см. об этом: [10].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Аузан А.* Мир после пандемии. Цифровые двойники и великкая пауза. URL: <https://yeltsin.ru/archive/video/101699/> (дата обращения: 14.07.23).
2. *Вельтман К.* E-Culture Net: Европейская сеть экспертных центров для исследований и образования в области электронной культуры // Электронные изображения и визуальные искусства. № 3-1-1 : сб. докл. Междунар. науч.-практич. конф. М. : ГТГ, 2002.
3. *Курпатов А.* Складка времени. Сущность и критерии. СПб. : Трактат, 2016.
4. *Матвеева Л.* Миф о «Новых Тупых» // Товарищество Новые Тупые (1996–2002). М. : Московский музей современного искусства, 2016. С. 15.
5. *Мизиано В.* Тупая жизнь // Товарищество Новые Тупые (1996–2002). М. : Московский музей современного искусства, 2016. С. 145.
6. *Ортега-и-Гассет Х.* Миссия университета / пер. с исп. М. Н. Голубевой ; ред. перевода А. М. Корбут ; под общ. ред. М. А. Гусаковского. Минск : БГУ, 2005 // Центр проблем развития образования БГУ. URL: <http://charko.narod.ru/tekst/ortega/ortega.htm> (дата обращения: 21.03.2021).
7. *Осминкин Р.* От артефакта к арте-акту: реди-мейд как агент социального действия // Артикуль-20 (4-2015). URL: <http://articult.rsuh.ru/articult-20-4-2015/articult-20-4-2015-osminkin.php> (дата обращения: 18.05.2021).
8. *Подорога В.* Kairos. Критический момент. Актуальное произведение искусства на марше. М. : Grundrisse, 2013.
9. *Хайдеггер М.* Вещь // Электронная библиотека RoyalLib.com. URL: https://royallib.com/book/haydegger_martin/veshch.html (дата обращения: 12.07.2023).
10. *Ямпольский М.* Живописный гнонис // Журналный клуб Интелрос «НЛО». № 122. 2013. URL <http://www.intelros.ru/readroom/nlo/122-2013/20570-zhivopisnyy-gnozis.html> (дата обращения: 19.08.2021).



1. Петер Фишли и Дэвид Вайс. Колбасная серия (Wurstserie). 1979

Научные труды Санкт-Петербургской академии художеств. Вып. 67:
Вопросы теории культуры. СПб. : С.-Петербург. акад. художеств, 2023.
При цитировании ссылка обязательна



2. Петер Фишли и Дэвид Вайс. Плот. 1982

228 Научные труды Санкт-Петербургской академии художеств. Вып. 67: Вопросы теории культуры. СПб. : С.-Петербург. акад. художеств, 2023.
При цитировании ссылка обязательна



3. Петер Фишли и Дэвид Вайс. Палаццо Литта.
Инсталляция «Больше цветов и больше вопросов». 2008



4. Товарищество Новые Тупые.
Проект «Учись видеть сам». 1980-е

230 Научные труды Санкт-Петербургской академии художеств. Вып. 67:
Вопросы теории культуры. СПб. : С.-Петербург. акад. художеств, 2023.
При цитировании ссылка обязательна



5. Товарищество Новые Тупые.
Плакат из проекта «Евреи вернитесь в Россию». 1999

Научные труды Санкт-Петербургской академии художеств. Вып. 67:
Вопросы теории культуры. СПб. : С.-Петербург. акад. художеств, 2023.
При цитировании ссылка обязательна