

## Спрей-фетишизм.

Автор: Кирилл КТО.

Ранее не публиковалось, (октябрь, 2009).

Сохранено с сайта проекта «Стена»: [www.thewallproject.ru](http://www.thewallproject.ru)

---

1949 — Роберт Абпланальп изобретает распылительный клапан современного типа. В том же году Эдвард Сэймур по предложению его жены Бонни налаживает производство аэрозольной краски.

Вместе с развитием автомобилестроения и другими отраслями промышленности, бурно развивается и эта технология, что позволяет ей становиться всё более и более массовой. Краска в аэрозольном баллончике теперь доступна и максимально удобна для нужд среднего потребителя. Каждый автовладелец теперь мог спокойно подкрасить и перекрасить свой автомобиль, вообще, любой желающий мог легко использовать ее в быту: для мелкого ремонта или изменения внешнего вида предметов своего частного интерьера или экстерьера. Популярность этого технического устройства росла. Вместе с этим, и в дополнение к этому, в шестидесятые годы молодежное протестное движение в Америке появляется, множится и крепнет, осуществляет несколько важных социальных преобразований и изменения мироощущенческой парадигмы у наиболее авангардно настроенных его представителей. Но многим надеждам и чаяниям последней большой социальной утопии 20 века, очаги которой, как мы знаем, разгорелись одновременно не только в США, но и в Европе не суждено было осуществиться до конца.

Всякая, пусть даже и «культурная» (не в смысле маоистская), пусть даже и сексуальная революция, неизбежно влечёт за собой реакцию, некий спад и застой. В лучшем случае, стагнацию на занятых рубежах, в худшем – откат назад и апатию у ее предводителей, агонию у наиболее радикальных «не сдавшихся» и ответное закручивание гаек властью предержащим, заручившимися поддержкой молчаливого большинства, не желающего более безобразий, разврата и разгула вольнодумства. Такие депрессивные настроения интеллектуалов, осознавших очередную крах, находят свое продолжение и новое развитие в коллективном бессознательном. Возникает спонтанное, никем вроде бы не инициированное, повальное увлечение. Подростки из бедных кварталов Нью-Йорка, находящиеся, по сути в резервации, в гетто, соревнуются в расписывании стен и поездов своими именами и незамысловатыми рисунками. Делают они это также преимущественно аэрозольными баллончиками. Баллончики, по причинам бедности, маргинальности и криминализованности расписывателей – воруется. Новая забава становится настоящим бедствием для администрации. Позже с ней удастся как-то справиться – отчасти благодаря её чёткому, научному определению, диагностированию, отчасти благодаря постепенной интеграции в широкую массовую культуру. Теперь массовая культура не боится граффити, наоборот, она всячески стимулирует его, устраивая выставки, показывая в фильмах, клипах. Наоборот, масскультура создает свою собственную удобную и наглядную модель – малую (суб) культуру, малую, но очень активную культуру граффити художников, поставив ее на службу и новой индустрии. Индустрии производящей аэрозоли, специально созданные для любителей аэрозоля. Эта же индустрия продолжает импортировать и свои ценности – суть свою продукцию с её возможностями и многообещающим разнообразием по всему миру.

В этой связи нам представляется показательным тот факт, что самые распространенные граффити и сегодня, спустя 60 лет после пришествия нового божка, нового фетиша, остаются прежним – такими же как и 30 лет назад (первый всплеск и одновременно с тем расцвет поклонению богу Злого Баллона на Западе, золотой век для граффити, прекрасно показанный в книгах Марты Купер, Джеймса Пригова и Генри Челфанта). Как и тогда, сегодня чаще всего в технике граффити (в том значении, которое наиболее употребительно в наши дни, *надпись или рисунок аэрозольной краской*) на стене пишется слово «граффити». Надпись дополняется имиджем – портретом Героя (более известного в нашей стране, как «Злой Баллон»). Такая весьма концептуальная по содержанию и лаконичная по форме работа есть истинный, не перегруженный

наслоениями, правильно исполненный, канонический обряд. И икона и канон в одном баллоне т.е. флаконе

Но возможны и наслоения, и дополнения, и отвлекающие от истинного посыла, вариативные элементы. Ведь у жрецов этого культа, конечно, есть масса препятствий, в исповедовании своей гонимой веры и проведении священных обрядов. Иногда, дабы избежать репрессий, **им приходится маскировать свои ритуалы под искусство**, под творчество – тогда они развивают выразительность и декоративность, привносят в священнодействия новые различные ингредиенты: параллельный смысл, сюжет, красоту, сложность воплощения, техническое совершенство. Под некий способ утверждения личной идентичности, тиражируя, таким образом, не икону Злого Баллона, а собственные сигнатуры и эмблемы. Под способ развлечения или под спорт – урбанизированный по форме, но с рудиментами архаичного – тогда они, *как бы* ради адреналина, соревнуются в количестве и в экстремальности своих камланий – разрисовывают под покровом ночи стратегические объекты (поезда), забираются в другие труднодоступные места, на крыши зданий. Такие пророки аэрозолизма вынуждены конфликтовать с другими согражданами, не понимающими их, или, дабы отвлечь и отвлечься от своей истинной миссии, вступают в открытое противостояние друг с другом – демонстрируя войну за признание у других ярых или лояльных адептов Баллона. Также, самые изворотливые жрецы и адепты научились мимикрировать под «непоколебимых вандалов» или под радикальных идейных борцов с системой, или под тех, кто лишь пользуется баллоном просто в бытовых целях, отвергая его сакральную роль в истории.

Мы усматриваем в этом вынужденные нарушения канонов ортодоксального аэрозолизма. Но именно благодаря синтетическому подходу и компромиссным формам взаимодействия, поклонникам Баллона, а вместе с ними, и их верховному божеству удалось проникнуть в другие, ранее относительно герметичные области. В дизайн и в кино, в театр и на телевидение, в компьютерные игры и литературу, в искусство и науку. Даже такую рациональную и конструктивную сферу деятельности как бизнес, аэрозольный баллон через своих приспешников поставил на службу себе. Были организованы предприятия по его производству и продвижению на рынок. Прикрываясь абсолютно гуманным зарабатыванием денег, фанаты баллона, на самом деле, грязно надругались над музой Коммерцией. Презрев святая святых капитализма – прибыль во имя прибыли, непомерно раздутую добавочную стоимость. Взяли на вооружение термин *бизнес в стиле фанк*, и регулярно декларируют, что работают за Идею, а не, как заявляют по близорукости их желчные критики «обогащаются на своих бывших коллегам, теперешних потребителях». А тот институт человеческого общества, который НИКОГДА не был замечен в пошлости, в мракобесии, в склонности к стадности, а являлся объективно критическим, искренним и самым передовым – институт заслуженного отдыха после любимой работы, снятия стресса, развлечения, досуга, образа жизни – обобщенно *лайфстайл* — что же стало с ним, сдалось ли ему избежать участи? Нет, теперь и он тоже захвачен аэрозолизмом.

Всё вышеперечисленное наглядно подтверждает нам ту мысль, что новому фетишу, фетишу аэрозоля удалось таки полностью подчинить себе действительность во всей его реальной и потенциальной широте.