Граффити — на улице или в музее?

Автор: Андрей Целуйко.
Опубликовано в 2008 году, в журнале «Хулиган».
Сохранено с сайта проекта «Стена»: www.thewallproject.ru

Последние три года охарактеризовались для европейского уличного искусства как «граффити-бум». Оно повсюду. Невозможно выйти на улицу и не наткнуться на проявления уличного искусства – трафареты, наклейки, постеры, незатейливые надписи и сложные композиционные рисунки в изобилии украшают любой современный город. Зародившись сорок лет назад в США, граффити из субкультурной подростковой забавы переросло в целую индустрию, стало одним из самых свежих и оригинальных течений в актуальном искусстве, постепенно «заразив» собой все сферы общественной жизни. Использование пластики и стилистических приемов граффити становится все более популярным приемом в дизайне и рекламе, а экспонирование произведений уличных художников – частый случай в выставочной политике крупнейших музеев и галерей по всему миру. В частных собраниях находятся работы таких райтеров, как CRASH, DAZE, DONDI, LADY PINK, BANKSY, OS GEMEOS, BARRY MC GEE и др. Исключение не составляет и Россия – после акции «Стрит-арт», прошедшей в 2006 г., фонды Третьяковской галереи на крымском Валу пополнились несколькими 10-ти метровыми холстами с работами российских уличных художников. После фестиваля «Граффити – Винзавод» в одном из помещений нового ЦСИ открылась своеобразная граффити-мастерская, где любой райтер может опробовать свои силы на холсте…

Как может быть возможно само экспонирование граффити? – ведь вне улицы, в галерее, переведенное со стены на холст, оно умирает, теряя свои природные качества. Тем не менее, по всему миру довольно успешно продолжают проходить выставки уличных художников, организованные именно таким образом, и никто и не думает говорить о смерти. В чем же причина такого кощунственного, на первый взгляд, отношения к стрит-арту?

Это можно легко выяснить, если заглянуть в историю. Ведь еще в 80-х, во времена расцвета граффити-культуры в США, деятельностью райтеров заинтересовались галеристы, признав их художественный и коммерческий потенциал. Сразу возник вопрос об экспонировании граффити в закрытом пространстве галереи. Для арт-дилеров, в свою очередь, остро стоял вопрос реализации работ райтеров на арт-рынке, поэтому решение пришло само собой, и пришло оно в форме холста. Не переведя уличные произведения райтеров на носитель традиционной живописи, их невозможно было бы продать. Стала бы невозможной их мобилизация, а следовательно, и экспонирование в других странах. Между тем, выставки, прошедшие в галереях «Fashion Moda» Стефана Эйнса и «Fun Gallery» Пети Астор, а так же «Gas gallery», «51x», «Sydney Janis», и «ESSES studio», сыграли впоследствии очень важную роль в ознакомлении музеев с уличным искусством, передав в их коллекции значительную часть работ. Знакомство это переросло в длительный диалог субкультуры и высокого искусства, не прекращающийся по сей день и породивший не один десяток звездных имен, в числе которых небезызвестные Жан Мишель Баскиа и Кейт Харринг. Примечательно, что транслировать этот диалог со временем берется все большее количество галерей.

С 2001 г в Париже (ныне в Швейцарии) начала функционировать галерея «Speerstra» (также существуют подобные ей «Taxi gallery» в Париже и «Vicious gallery» в Гамбурге), а ее профилем, помимо современного искусства, стало ***пост-граффити***. Несмотря на традиционный «белый куб» (белые стены, создающие нейтральный фон для восприятия), в галерее проходят довольно интересные выставки, раскрывающие перед зрителем альтернативное «я» уличных художников. К примеру, французский райтер «JONONE», в городе проявляющий себя исключительно в сфере «throw up's»[1], на выставке позиционируется как серьезный абстрактный

---

[1] Throw up («набросок» -*англ.*) – изначально стиль, а потом и дисциплина в райтинге, заключающаяся в максимально быстром нанесении своего имени-знака, чаще всего состоящего из одного контура и редкой заливки внутри него

художник. Закрытое пространство нисколько не вредит восприятию работ, поскольку их содержанием не является непосредственно райтинг или уличный бренд художника. В пространстве холста он реализует опыт, накопленный за время своей уличной активности, и предстает перед зрителем в кардинально новом для него амплуа.

В числе других художников галереи состоят: Из представителей райтеров «первой волны» – «CRASH» и «DAZE», из «новой» – «HONET» и «SHARK». В постоянной коллекции галереи находятся фотографии Марты Купер, а так же работы одних из самых легендарных нью-йоркских райтеров, таких как «DONDI WHITE», «FUTURA 2000» и «ZEPHYR».[2]

Среди недавних проектов галереи – выставка Генри Челфанта «BURNERS»[3], сформированная из 40 ранее не экспонировавшихся фотографий мастера. Для большинства посетителей выставка стала большим культурно-просветительским событием в контексте изучения истории нью-йоркской граффити традиции.[4]

Политика галереи, таким образом, плодотворно сказывается на вливании практик уличного искусства в мировой художественный процесс, способствует популяризации творческой активности как молодых так и «старых» художников, и обеспечивает коммуникацию между представителями различных школ и дисциплин граффити.

Помимо галерей, работы уличных художников сегодня можно увидеть в Британском музее, Нью-йоркском музее современного искусства, музее Метрополитен, Бруклинском музее, Музей современного искусства в Чикаго, и др.

В этом отношении стоит особенно отметить выставку «GRAFFITI BASICS»[5], прошедшую в июне 2006г. в бруклинском музее современного искусства (неоднократно привлекавшего райтеров к выставочной деятельности), в рамках празднования «недели чести Хип-Хопа» – ежегодной программы радио «VHI». Экспозиция продемонстрировала посетителям часть коллекции Сиднея Джениса, одного из первых арт-дилеров, коллекционирующих граффити. В 1999 году его наследники пожертвовали в фонд музея около 50 работ райтеров «первой волны». 11 из них и были представлены публике. В их числе произведения Мишеля Трейси (TRACY 186), Квема Монро (BEAR 167), Мелвина Семюелса (NOC 167), и Сандры Фабары (LADY PINK). Главной изюминкой выставки стала настоящая дверь вагона метро периода 1983–86 гг. с сохранившимися на ней граффити[6]. На другой выставке – «GRAFFITI», гипсокартонные перегородки, обыкновенно сооружаемые для выстраивания экспозиционного маршрута, были исписаны сплошным слоем надписей и имен, оставленных посетителями – такая форма интерактивности, по мнению кураторов выставки, должна была помочь зрителю окунуться в атмосферу первых лет существования граффити-культуры.[7]

Эксперименты с интерактивностью продолжились в проекте «Planet Prozeess», прошедшем в августе 2007 г. Его идея состояла в том, чтобы создать «живую» экспозицию, которая бы менялась по ходу выставки. Так или иначе, при монтаже эта концепция учитывалась художниками, и каждый отдельный проект в итоге создавал некое поле для зрительского эксперимента – приходя на выставку, посетитель мог в ней что-либо менять своими действиями. Например, в проекте «Styleconstructor» московского райтера Оскеса, зритель из кубиков с начертанными на них символами кириллицы, мог выложить свое имя. Каждый символ был выполнен в определенном стиле, что давало возможность изменять экспозицию с каждым новым посетителем – взаимодействуя с ней, он всякий раз ставил точку/сдвиг в том процессе, который начинал художник.

Весьма оригинальным является немецкий проект «City of Names». В основе его концепции – город из шрифтов, построенный под открытым небом при помощи различных промышленных материалов. Так обыгрывается классический способ самоутверждения в граффити, только здесь перед райтерами стоит задача не просто написать или нарисовать, а построить свое имя, сохранив при этом свой оригинальный стиль. Из дерева и картона были также выстроены своеобразные

---

[2] http:// www.speerstra.net/collections
[3] «Burners» - (сленговое «прожигатели» - *англ*)
[4]http:// www.speerstra.net/exhibitions/chelfant
[5] «основы граффити» – *англ*.
[6] http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/graffitibasics
[7] http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/graffiti

«павильоны» – миниатюрные здания, улицы, станции метро (на одной из них даже можно было прокатиться на разукрашенном поезде). В итоге получился настоящий «город имен», где каждый «дом» представлял собой полноценный арт-объект – трехмерную каллиграфию, инсталлированную в окружающий ландшафт. Так, в этой игре сохранялась и оригинальная уличная атмосфера, и главная идея «оригинального» граффити – имя как бренд автора.

Два вышеописанных проекта показывают, что помимо галеристов и арт-дилеров, выставки с не меньшей охотой устраиваются и самими художниками. Этот процесс стал особенно заметен в начале 2000-х, когда при очень активном содействии участников команды «Getting Up», в Германии (Гамбург) начинали проходить периодические выставки «Urban Discipline», ежегодно показывающие последние работы сильнейших райтеров мира, выполненные посредством как традиционных, так и относительно новых для граффити медиа. На одной из них, райтер DADDY COOL, известный своими объемными типографскими шрифтами, представил «пленочную» инсталляцию, выполненную в форме объемного прозрачного куба с эмбрионом внутри. Этот объект – далеко не единственный из представленных на выставке работ пример того, что творчество уличных художников выходит уже далеко за рамки ортодоксального райтинга.

Об этом же говорят выставки, с 2003 г. организуемые галереей-дизайнерским бюро «Xhoch4». Работы, экспонируемые на них, особенно ярко демонстрируют слияние традиционного райтинга с последними тенденциями графического дизайна и иллюстрации.

Подобного рода выставки всякий раз предоставляют пространство для художественной коммуникации, фиксируя уровень развития уличного искусства за прошедший год и демонстрируя нарастающий интерес райтеров к различным формам современного искусства. Однако большинство из них довольно узко специализированы – демонстрируя богатый потенциал уличных художников в не совсем «уличных» аспектах их творчества, они не отражают многих процессов, происходящих непосредственно в среде.

Исключение составляет фестиваль «Backjumps – the live issue», проводящийся с 2003 г. как своеобразное биеннале уличного искусства. На сегодняшний день он является, пожалуй, крупнейшим событием последних лет (до этого времени «Backjumps» был известен как печатный журнал о райтинге, существующий с 1994 г.). Взяв на вооружение слоган «сделай из города журнал», этот международный проект ставит своей целью превращение городского пространства в четырехмерный «живой журнал», обсуждающий уличное искусство в терминах городской коммуникации и эстетики. Это уже не просто фестиваль – это настоящий парад уличного искусства, длящийся от полутора до двух месяцев и включающий в себя выставки (в числе которых вышеописанные «City of Names» и «Planet Prozeess»): уличные акции, прогулки, флешмобы, хепенинги, мастер классы, музыкальные вечеринки, программы видео и медиа-арта. При этом организаторы не стремятся загнать его в галерею. Музейное пространство (Kunstraum Kreuzberg/Bethanien) здесь выполняет функцию информационно-аналитического центра, где проводятся не только выставки, но и симпозиумы, конференции, круглые столы, на которых обсуждаются различные проблемы уличного искусства. Экспозиция центральной выставки (около 1 200 квадратных метров), максимально многогранно репрезентирует деятельность художников: экспонируются холсты, скульптура, инсталляции, ассамбляжи, объекты видео, медиа и оп-арта, что дает возможность судить об авторах не только как об уличных, но и как о потенциальных художниках современного искусства, свободно выражающихся в любых формах творческой активности.

Помимо традиционных и инновационных выставок, на фестивале создаются ретроспективные проекты, освещающие историю уличного искусства. Как правило, это фотовыставки легендарных фотографов граффити, таких как Марта Купер, Генри Челфант и Джеймс Пригофф. Фотоматериал сопровождается проекцией и звуковым рядом.

Каждый из проводимых фестивалей в итоге становится крупным междисциплинарным проектом, демонстрирующим уровень развития и бытования уличного искусства во всех его проявлениях на текущий момент. Главная цель «Backjumps» – постоянно указывать на него и подчеркивать его «живой» контекст, призывать зрителей смотреть на него с позиции не просто наблюдателя, но и аналитика.

Как видно, Европейская практика общения музея и улицы довольно богата. Россия не уступает ей в этом, даже не смотря на не большое количество проектов. Об отечественных

выставках уличного искусства можно говорить, начиная с 2000-х. За 8 лет российские галереи не только познакомились со стрит-артом, но и научились включать его в концепции групповых выставок современного искусства. Зародившись как закрытые и внутрикультультурные проекты («Аэросоль»), эти выставки успели показать потенциал райтеров на контрасте с молодыми академистами (проект «Между» в Музее современного искусства), выставить произведения нескольких московских команд как один из примеров коллективного действия в истории современного искусства («Сообщники» в Третьяковской галерее), показать возможные варианты использования изобразительных средств и языков граффити при создании экспозиционного бэкграунда, а также, через воссоздание фрагмента уличной стены, адаптировать их к галерейному пространству (выставки «Горизонталь» и «Адаптация» в центре современного искусства «М'АРС»). В числе последних проектов такого рода – выставка «Духи Места», прошедшая в типографии Оригинал. На ее территории в течение всего 2007 г. существовали художественный сквот и галерея, закрывшиеся сразу после смены арендатора. Комментируя события, в одном из залов московская группа «310» представила работу – размышление на общую для прощальной выставки тему борьбы с всепоглощающей капитализацией, изображающую две руки, одна из которых выхватывает у другой символическое право свободы.

Помимо концептуальных, так же можно выделить целый ряд документальных выставок, частично обнародовавших домашние архивы райтеров и зафиксировавших отдельные ситуации в истории российского стрит-арта. Таковы, например выставки «ГРАФФОМАНИЯ» в музее им. Щусева, и «Граффити: культура-субкультура-контркультура» в Библиотеке иностранной литературы. Обе выставки прошли в 2004 г. и являли собой фотографии с ретроспективой работ таких команд, таких как «Зачем» и «Рус», а также случайные снимки работ других райтеров[8].

Схожую цель преследовала выставка «Original Fake», прошедшая зимой 2005 г. в МЦИ. Здесь не стояло задачи вписать уличных художников в концептуальный или хронологический ряд, все внимание концентрировалось на фиксации основных тенденций московского граффити как вида современного и актуального искусства. На примере работ одних из лучших московских художников, работающих в различных стилистических направлениях и практикующих самые различные медиа, организаторы (в роли которых выступали сами художники) пытались наиболее объективно показать специфику и эстетику московской субкультуры.[9] Однако, несмотря на видимое разнообразие (монументальная работа, уличная каллиграфия, фотография, инсталляции, графика), объективно отразить московский уровень на момент проведения выставки авторам не удалось. В основном, из-за недостаточной степени освещенности существующих в столице дисциплин.

Наиболее успешной выставкой, показавшей московскую граффити-культуру практически во всех ее проявлениях, стал уже упоминавшийся выше проект «Граффити-Винзавод». Пожалуй, данное мероприятие можно считать единственным, совместившим в себе и традиционный граффити-джем,[10] и выставку работ уличных художников, выполненных на холстах, фотовыставку, сформированную из личных архивов участников проекта, и историко-документальную видеопрограмму. Более того, это был первый за всю историю российских выставок проект, задействовавший большую часть московской граффити-сцены и давший объективную оценку основным процессам, происходящим в сфере российского стрит-арта.

Художники разместили свои работы на стенах цехов и складских помещений. Под открытым небом, зрители могли наблюдать не только результат деятельности райтеров, но и непосредственно сам творческий акт, «живое» граффити-шоу. Такой ход видится довольно удачным, поскольку граффити – это феномен, постоянно пребывающий на грани перформанса и изобразительного искусства. Следовательно, для его адекватного восприятия зрителем при экспонировании необходимо в равной мере освещать не только стилистические и эстетические

---

[8] «Граффити: культура-субкультура-контркультура» в Библиотеке иностранной литературы http://www.kommersant.ru/archive/archeve-material/htmldocId=483130

[9] О.Саркисян. выставка «Original Fake». Пресс-релиз. Личный архив автора.

[10] Граффити-джем – мероприятие, в ходе которого художники собираются на заранее определенной, как правило, легальной территории и разрисовывают ее с целью демонстрации многообразия стилей, обмениваются опытом и информацией. Крупнейшим мероприятием такого рода является джем «Meeting of Styles», проводящийся ежегодно в разных городах мира и собирающий аудиторию в 25000-30000 человек.

аспекты, но и процессы исторические, коммуникативные, созидательные. Последние были подробнейшим образом освещены в одном из помещений завода, где транслировались художественные, документальные и любительские фильмы, многогранно отражающие всю сущность райтера и как вандала, и как художника.

Для России фестиваль «Граффити-Винзавод» можно охарактеризовать как знаковый, по своей важности равносильный европейскому «Backjumps», но еще не дотягивающий до него ни по масштабам, ни по содержанию. В отличие от западного, наш фестиваль был ориентирован исключительно на российскую публику. Однако это не указывает на отсутствие международных контактов. В 2005 г. в Москве проходила выставка известной американской художницы «SWOON», русские уличные художники участвовали в таких стрит-арт проектах, как «Don`t copy me», «Access», «Cowparade», «Kontrast», «Planet Prozess» и др.

В целом, можно говорить о российском граффити-культуре и связанной с ней выставочной деятельности как о перспективной области современного искусства, выходящей на мировой уровень. Активность уличных художников на улицах и в галереях постоянно растет, им присуждаются премии. Последнюю такую премию учредил музей актуального искусства «ART4RU». Её обладателями стали художники группы «310» – за роспись одного из 12 фасадов пятиэтажных домов, расположенных недалеко от ст. метро Бабушкинская (проходившей, в свою очередь, в рамках еще одного художественного проекта – фестиваля «Rozamira»).

Однако, рассматривая наиболее яркие и знаковые проекты запада и России, можно выделить их один общий минус – не достаточно адекватное отношение галеристов к природе уличного искусства и, как следствие, к методам его экспонирования. С одной стороны, музейный зал продолжает оставаться склепом для стрит-арта, с другой – открывает для художников новые творческие горизонты и способствует изучению уличного искусства в целом. Свободы постмодернизма дали возможность райтерам, упражняющимся в оригинальном написании своего имени, экспериментировать абсолютно с любыми формами художественного выражения. Это, как известно, привело к началу «постграффитиального» этапа в истории уличного искусства. Граффити с пространства стены перекочевало в пространство холста, объекта, скульптуры и инсталляции, что повлекло за собой и соответствующие формы экспонирования. Тем не менее, пространства, наиболее часто используемые для демонстрации произведений уличных художников, а именно – индустриальная среда заводских построек и «белый куб» галереи – не совсем удачны по той причине, что работы, созданные на холстах, обретают ярко выраженные границы, лишая граффити их стихийности и монументальной эстетики. Экспонирование ***уличного*** искусства на ***улице*** остается либо делом случая, либо пространством для шоу и эксперимента. Исключение составляет берлинский фестиваль «Backjumps» (и в чем–то схожий с ним «Граффити-Винзавод»), объединяющий в себе несколько форм репрезентации уличного искусства и ставящий своей целью его дистанцированное изучение в «естественной» среде. И именно такой способ экспонирования видится для него наиболее правильным и перспективным.