

Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

*Санкт-Петербургская государственная консерватория имени Н. А. Римского-Корсакова, Россия
Кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой общественных и гуманитарных наук**Saint-Petersburg State Rimsky-Korsakov Conservatory, Saint Petersburg, Russia
Head of the Humanities Department, Ph.D. in Philosophy, Associate Professor
lmensch@mail.ru***ТИПОЛОГИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В АКЦИОНИЗМЕ 1960-Х ГОДОВ**

Статья посвящена изучению процессов становления креативных индустрий в акционистском искусстве 1960-х годов. Выявляются причины и условия распространения креативных индустрий. Описывается история основных индустриальных форм творчества этого времени. Строится типология наиболее влиятельных и распространённых креативных индустрий. Анализируются особенности таких художественных форм, как мультипл, магазин, лекция, торговая марка. Выводы делаются на обширном материале артефактов, созданных направлениями, близкими к концептуализму. Основное внимание уделяется становлению креативных индустрий в рамках художественных проектов флюксуса, поп-арта, арте повера.

Ключевые слова: культурные индустрии, креативные индустрии, концептуализм, концепт, инструкция, арт-магазин, флюксус, мейл-арт, мультипл, ивент, лекция-перформанс.

На рубеже 1950–1960-х годов авангардное искусство начинает активно изменяться благодаря новой культурной ситуации, приобретающей в это время глобальный характер, под влиянием становящегося общества потребления, которое вносит коррективы в структуру и организацию художественного процесса в рамках авангардных течений. С одной стороны, происходит превращение ряда течений и группировок в актуальном искусстве в своеобразные формы культурных индустрий, с другой стороны, некоторые из

THE TYPES OF THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE ACTION ART OF THE 1960TH

Article tracks the formation of the creative industries in action art of the 1960th. The reasons and conditions for the distribution of the creative industries are established. The history of the main industrial forms of creativity is described. The typology of the most widespread creative industries is formed. The features of such art forms as multiple, art-shop, lecture, trademark are analyzed. The conclusions on extensive material of the artifacts created by the art styles close to conceptualism are drawn. The main attention to formation of the creative industries within art projects of fluxus art, pop art, arte povera is paid.

Key words: cultural industries, creative industries, conceptualism, concept, instruction, art shop, fluxus, mail-art, multiple, event, lecture-performance.

них активно внедряют средства культурных индустрий в свою креативную деятельность. Особенно активно превращение искусства в креативные индустрии заметно в рамках таких форм художественного мира второй половины XX века как акционизм, новый реализм и концептуализм. В рамках этих направлений происходит становление ряда специфических форм художественной активности, среди которых наиболее важными являются арт-магазин, мультипл, торговая марка и лекция-перформанс. Все эти формы обладают характер-



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

ными признаками культурных индустрий, но остаются в рамках той сферы, которая была названа «периферийными культурными индустриями», поскольку они «производят тексты, а воспроизводство символов ведется в них полупромышленными или даже непромышленными методами»¹. Тем самым искусство постепенно лишается индивидуальной оформленности, создает почву для возникновения индустрий, коллективных по своей природе, и опирающихся уже не на эстетическое, а на креативное: «Исчезновение стабильного, постоянного ядра традиционной эстетики побуждает трактовать постмодернистское искусство как след, пепел художественных ценностей»².

Наиболее очевидной формой индустриализации и последующей коммерциализации художественного процесса является его подчинение работе арт-магазина, становящегося одновременно способом реализации художественной продукции, артезации и перформатизации процесса ее создания и выставочным пространством. Магазин становится символической формой существования и преобразования искусства, поскольку только «рынок обеспечивает условия, по которым произведение искусства существует как “открытое понятие”... включающее новейшие проявления антиискусства»³.

В конце 1950-х годов появился один из первых таких проектов – арт-магазин в Ницце, где Бен Вотье «продавал отчеты со своих ивентов, этот магазин стал местом собраний молодых художников»,⁴ своеобразным творческим пространством.

¹ Хезмондаш Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. С. 29.

² Маньковская Н. Б. Париж со змеями: Введение в эстетику постмодернизма. М.: ИФРАН, 1995. С. 41.

³ Фатеева Н. А. Арт-рынок как провокация искусства // Вопросы культурологии. 2008. № 7. С. 49.

⁴ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuburger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 102.

Его фасад был плотно уставлен вещами, сделанными в его границах художниками, прежде всего это были рукописные тексты, объединенные подписью Вотье, которая стала с этого времени торговой маркой. Вотье подписал все, к чему мог прикоснуться; он разрисовал и прокомментировал надписями и свои работы, и свое тело, и работы других художников. Подписывание произведений – еще одна индустриальная стратегия, целенаправленно использовавшаяся с целью закрепления факта причастности художника к тому или иному проекту. «Магазин стал художественной машиной по производству перформансов. Ивенты в магазине и на улице перед ним были возможны в любое время»⁵. В 1960 году Вотье устроил свою первую сольную выставку «Ничто и всё». В 1962 году Шпёрри пригласил его на «Ярмарку неудачников» в Лондоне, где он жил в витрине «галереи номер один» в течение четырнадцати дней и выставлял на продажу собственные «жесты». В 1963 году он участвовал в фестивале флюксуса в Ницце с различными жестами в пространстве города. Впоследствии Вотье основал театр тотального искусства, газету *TO UT* («В сё»), офис которой был расположен на тротуаре перед его магазином в Ницце, и открыл крошечную галерею («Бен сомневается во всём») в бельэтаже того же дома. Таким образом вся его художественная деятельность была сосредоточена вокруг одной индустриальной идеи, своеобразного места производства искусства – магазинчика в Ницце. Первоначально индустрия имела своей целью привлечение внимания к деятельности художника, и «индустриальность, коммерциализованность» была хорошим средством для этого, поскольку «искусство становится популярным лишь тогда, когда делается объектом потребления»⁶.

⁵ Vautier B. Is everything art? Basel: Museum Tinguely, 2015. P. 53.

⁶ Емельянова М. А. Дискуссии о современном искусстве: Компаративистский анализ путей разрешения // Ученые записки: Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2015. № 2 (34). С. 69.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

Творчество Вотье показывает, что искусство на протяжении 1960-х годов стремится «перейти к созданию таких платформ, которые бы объединяли стратегии поведения, активировали фокус и рамки художественного действия одновременно», превращали его из индивидуально значимого акта в общественное, индустриальное действие; «фокус смещается с пианино Бена Вотье на флюксус-концерт»⁷.

Еще один аналогичный проект магазина был спроектирован Класом Ольденбургом. В 1959 году Ольденбург начал собирать объекты и инсталляции из обугленных и раскрашенных обломков, найденных на улице. Символом творчества на определенном этапе жизни для него стала лучевая пушка, лазерное оружие, известное по научно-фантастическим комиксам, этот образ стал эксплуатироваться в широких масштабах по причине привлекательности его как масскультурного объекта и по причине политизированности – как символ распространяющейся неконтролируемой силы. Дальше Ольденбург начал искать материал для объектов среди товаров потребления, в рекламе и на витринах. Он воспроизводил продукты массового потребления в гипсе и арендовал для их продажи собственный магазин. Аренда магазина стала ключевым ходом во всей его художественной деятельности, придав ей законченность и осмысленность, превратив ее в целостную креативную индустрию. Магазин продавал исключительно «художественные продукты».

В течение 1960-х годов Ольденбург развивал понятие магазина как художественной формы. Производство лучевых пушек инспирировало попытку создать компанию по производству игрушечных лучевых пушек и каталог для заказа и продажи художественных товаров по почте. Ольденбург собирал для каталога лучевые пушки, которые были впоследствии показаны в «музее пушек», еще

одной форме культурной индустрии, созданном с этой целью в 1977 году. Музей, в котором собираются объекты, соединенные одной ключевой идеей, становится такой же формой индустриализации арт-деятельности, как и магазин. «Вслед за игрушечными пушками, коллекция включила в себя объекты, которые в большинстве случаев в общих чертах напоминали по форме оружие»⁸. Дополняли коллекцию фотографии лучевых пушек, которые составили неотъемлемую часть окружения. Магазин, как и музей, представлял собой инвайронмент, художественно осмысляющий процесс создания, распространения, экспонирования и продажи искусства.

Проект Даниэля Шпёрри объединял идею мультипли – произведения искусства, тиражируемого в виде большого числа подлинников, – и магазина как продолжительного перформанса по их продаже. Он выставлял мультипли в виде картин-ловушек, предметов «искусства есть» как часть художественных акций, создававшихся в форме витрин продуктовых магазинов, ресторанов и банкетов. «В 1961 году “Продуктовый магазин” был открыт в Галерее Артура Кёпке в Копенгагене, где бакалея была объявлена произведениями искусства»⁹. Каталог галереи – картина-ловушка, сделанная из мусора, сформированного и запеченного в виде хлеба. «Ужин Хана», проведенный в доме коллекционера произведений искусства Вольфганга Хана, является одним из наиболее известных банкетов в духе «искусства есть» Шпёрри. В 1968 году ресторан под именем Шпёрри открылся в Дюссельдорфе, в котором Шпёрри использовал свою переписку в качестве обоев для оформления дверей и стен. В 1970 году «Галерея искусства есть» была открыта в том же доме этажом выше.

⁸ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuburger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 124.

⁹ Ibid. P. 138.

⁷ Смолянская Н. В. Зачем снова говорить об авангарде // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Философия. Социология. Искусствозведение. 2016. № 1 (3). С. 68.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

Там Шпёрри расположил серии мультиплексов, включая «Леденец» Армана и «Лакричный портрет Даниэля Шпёрри» Брехта. Многие художники поп-арта и флюксуса часто обращались к базовым потребностям человека, в том числе к еде. «Быть неискусством стало критерием искусства»¹⁰.

Работы Эла Хансена, Джорджа Сигала показывают, как продукты бакалеи и процесс потребления еды стали частью содержания искусства и превратили его в индустриальный процесс переосмысления искусства как производства реальности. Здесь «отношения становятся формами искусства, а эти формы в свою очередь, моделируют и иницируют новые социальные отношения, новую социальность»¹¹. В искусстве закрепляются категории, связанные с понятием артефакта, «сознательно нивелируется эстетическая специфика арт-объекта; он демонстративно уравнивается со всеми другими продуктами человеческой деятельности. В пространстве современного эстетического опыта его удерживают не утилитарность, контекст экспопространства»¹², которые являются составляющими частями индустрии арт-магазина.

В 1962 году Роберт Филлиу открыл «Галерею Legitime» («законную» галерею, в которой выставлялись только произведения, одобренные владельцем). Это была «путешествующая» галерея, первоначальная версия которой состояла из старой кепки, которую художник носил на голове. Впоследствии она включила в себя ряд небольших объектов, сделанных им или его друзьями и скрепленных печатью «Работа-шеф-повара». Работы выставлялись на продажу на улице. «Уличный ивент» с их участием был разработан Бенджамином Паттерсоном под вывеской «Галереи Legitime» в Па-

риже. Для него Джордж Мачунас спроектировал план проекта, сценарии для проекта, а также различные музейные экспонаты, которые превращались в шляпы и цилиндры.

В продолжение этого проекта в Виллефранш-сюр-Мер на Лазурном берегу Филлиу и Брехт открыли магазин «Улыбающаяся седиль», которым они управляли с 1966 до 1968 года. «Там можно было купить объекты флюксуса, бижутерию, открытки и другие вещи».¹³ Глядя на фотографии галереи, можно понять атмосферу проекта как магазина-галереи. Название «Улыбающаяся седиль», а также содержание этого проекта, является игрой с крючкообразным значком, который был использован Филлиу, чтобы символически объединить отдельные художественные проекты. Седиль символизировала «центр безостановочного творчества», фабрику идей и разнообразных тем. Художники экспериментировали с устойчивыми формами художественной практики и критики, активно выступая в своих работах против войны во Вьетнаме. В 1967 году книга «Игры в Седиль, или Седиль взлетает», была издана Something Else Press, а в 1969 году, по случаю выставки группы в Мёнкенгладбахе, вошла в одноименный выпуск коробки флюксуса.

Не остался в стороне от проектирования искусства в виде магазинов и самый популярный художник поп-арта Энди Уорхол. К выставке «Американский супермаркет», организованной им в 1964 году в галерее «Бьянчини» в Нью-Йорке, доступ осуществлялся через турникет, открывающий посетителям картину почти совершенной имитации американского супермаркета. «Энди Уорхол выставил стопки коробок Brillo, банок супа Кэмпбелл, которые написал, превратив их в худо-

¹⁰ Гройс Б. Утопия и обмен. М.: Знак, 1993. С. 7.

¹¹ Ткач Е. Г. Актуальное искусство как область социального экспериментирования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Философия. 2002. № 3. С. 30.

¹² Бычков В. В. Постнеклассическая эстетика: К вопросу о формировании современного эстетического знания // Философский журнал. 2008. № 1. С. 98.

¹³ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuberger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 116.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

жественные продукты»¹⁴. Неоновое объявление рекламировало пиво Ballantine, освещенные знаки отмечали проходы, где находились яйца, консервы, хлеб и фрукты, выполненные Робертом Уоттсом. «Продукты» были упакованы в бумажные пакеты, спроектированные Энди Уорхолом и Роем Лихтенштейном. Американский супермаркет стал инвайронментом, в котором работы, обычно выставлявшиеся в специально предназначенном для этого пространстве музея, были помещены в их естественный контекст. В газетных статьях получившийся проект спровоцировал громкую реакцию. Эстетика «продуктового» дизайна, поведения людей во время выбора продуктов, доступных для покупки, общих правил поведения в магазине составляла суть выставки. Выставка показала «американский способ делать покупки» и включилась в художественную индустрию.

Еще одной стратегией превращения искусства в производство стали торговые марки – запоминающиеся знаки или подписи, которые создавались художниками и превращались в своеобразные бренды. Так, Роберт Индиана придумал LOVE-дизайн (изображение английского слова «любовь» прописными буквами в две строчки, квадратом две на две, с наклонённой на сорок пять градусов вправо буквой O) «для рождественской открытки по заказу Музея современного искусства в Нью-Йорке в 1965 году, после чего продолжил использовать его множеством различных способов – в картинах, скульптурах, плакатах, гобеленах и почтовых марках»¹⁵. LOVE-дизайн имел невероятный успех, мотив стал не только подписью, знаком или торговой маркой художника, но также и символом движения за мир и любовь. В свою очередь это вызвало обратный художественному экономический эффект, поскольку LOVE-дизайн был заимствован рекламой и стал использоваться нелегально, без разрешения художника для продвижения многих других продуктов. Тем самым в искусстве прижился важ-

нейший принцип работы креативных индустрий: только «с помощью кражи идей можно развить свою креативность»¹⁶. В этом отношении LOVE-дизайн стал характернейшим примером появления новой парадигмы или стратегии «брендинга» (создания экономически востребованных брендов) в художественной деятельности. Благодаря своей символической стоимости, LOVE-дизайн многократно адаптировался разными художниками для иных нужд. Причем использовалась как вся марка, воспроизводимая в точности, так и принцип написания букв. Например, художественная группа «General Idea» («Общая идея») использовала этот способ расположения букв для написания слова СПИД (AIDS), тем самым не только заимствовав узнаваемую и эффектную художественную форму, но и наводила мост от идеалов сексуальной революции конца 1960-х годов к дискуссиям конца годов 1980-х. Так художественное произведение стало составляющей частью культурной индустрии, строящейся вокруг узнаваемого и запоминающегося бренда.

В мае 1967 года состоялась одна из самых важных «выставок-продаж» 1960-х годов, «Музей товаров». Он был открыт в «Совете по искусству» в Филадельфии. Выставка объединила художников различных группировок и направлений в актуальном искусстве. Нэнси Грейвс, Джим Дайн, Марисоль, Роберт Раушенберг, Ричард Серра, Джеффри Хендрикс и Дик Хиггинс спроектировали «мультипли, которые посетители могли купить, платя специальными платежными средствами – золотым кольцом Роберта Индианы, выполненным в LOVE-дизайне, столовой посудой Роя Лихтенштейна, серебряной бутылкой Кока-колы Энди Уорхола»¹⁷ и

¹⁶ Дробышева Е. Э. Ценностные стратегии культурных индустрий // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 2 (23). С. 112.

¹⁷ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuburger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 98.

¹⁴ Ibid. P. 108.

¹⁵ Ibid. P. 94.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

другими. Кристо упаковал входной фасад «музея», мультимедиа художник Лес Ливайн заполнил выставочное пространство пеной, Стив Райх сочинил музыку для выставки, под которую участники распевали лозунг «Покупайте искусство, покупайте искусство...» Музей товаров был разрекламирован наравне с модными показами под слоганами «Распродажа года» или «Это – необходимость», целью выставки было уничтожение границ между искусством и зрелищем, искусством и индустрией. Он удачно соединил в себе разнообразные формы креативных индустрий 1960-х годов и художников всех актуальных направлений.

Продаваемые произведения искусства 1960-х годов чаще всего создавались в форме мультиплексов. Наиболее обширный спектр работ в области этой формы принадлежит художникам группы «Флюксус». Характерной формой мультиплексов стали коробки и наборы – важные жанры в искусстве 1960-х годов. Джордж Мачунас, который работал над антологиями флюксуса с 1962 года, выпустил свои публикации текстов и мультиплексов в 1964 году. «Они составили ядро флюкс-магазина, который, наряду с реализацией идеи распространения предметов искусства по заказу через почту, был задуман как еще одна система распространения искусства»¹⁸, представив альтернативу магазину, галерее и музею. В согласии с Мачунасом, действовавшим в Нью-Йорке, Виллем де Риддер работал в том же направлении в Европе, распространяя заказы по почте из своего флюкс-магазина в Амстердаме. Его знаменитая вывеска флюкс-магазина давала обзор всего ряда изделий флюксуса и показывала выпуски флюкс-коробок, распространявшиеся по почте, такие как ежегодные коробки флюксуса или коробки «Водный ямс» Брехта, выпуски наборов флюксус-принадлежностей, журналы флюксуса ccV TRE. Коробки и наборы давали возможность не только для изменчивого и гибкого дизайна, но также и обеспечивали участие зрителя, потенциально неограниченное количество и состав

выпусков и дешевизну производства. Мачунас видел в этом преодолении «высокого искусства» политический смысл. Параллельным коробкам направлением издательской деятельности, не отличавшейся по сути, стали «Партитуры событий», которые преобладали в первой ежегодной коробке, содержащей работы Джексона Маклоу, Ла Монте Янга, Эммета Уильямса и Джорджа Брехта.

Идея распространения художественной информации через продажу мультиплексов-коробок, производимых почти что массово, является определяющим фактором для возникновения концепции «Коробки сообщений» Джорджа Брехта, которая предназначалась для хранения картин, стихов или музыкальных партитур – всех миниатюрного размера, помещавшихся в ладони. В конце творческого пути Брехт переосмыслил свои ранние проекты, и с целью охвата всех знаний и опыта, создал проект, который назвал универсальной машиной. Объект состоял из американского обувного ящика с чугунными подставками для ног. Благодаря двум поднимающимся и опускающимся крышкам он мог использоваться для передачи письменных сообщений по принципу случайности. С целью организации работы Брехт установил следующие инструкции: «Поместите одну или более пьес под крышку с надписью “Дерби”. Извлеките преобразованное искусство через крышку с надписью “Эпидемия”»¹⁹. Прежде чем попасть в музей, коробка свободно использовалась посетителями на выставках – в 1964 году она была на выставке «Коробки» в галерее Dwan в Лос-Анджелесе. Большинство из 500 писем, фотографий, газетных обрывков, фрагментов текста и маленьких объектов, используемых в универсальной машине, были изготовлены самим Брехтом. Другие художники также предоставили свои вещи, в конечном счете создав важный архив для Брехта и движения «Флюксус». В 1965 году мультиплекс под тем же названием вошел в издание «MAT MOT» Шпёрри. В многообразии мультиплексов, чье производство было спровоциро-

¹⁸ Ibid. P. 146.¹⁹ Ibid. P. 156.

Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

вано деятельностью группы «Флюксус», можно увидеть индустриальную природу этого художественного явления, которое стало «одним из тотальных карнавальных игровых пространств XX века, в котором личность живет и развивается»²⁰. Это тотальное игровое пространство создавалось в первую очередь для механизации процесса производства искусства, исключения из него личностного фактора художника.

С деятельностью магазинов флюксуса связано рождение идеи мейл-арта (почтового искусства) как эффективной индустрии распространения артефактов. В начале 1960-х годов почта была открыта художественной индустрией как новая система популяризации искусства и активно использовалась в артистической среде. «С 1969 года Он Кавара посылал друзьям и коллегам-художникам экзистенциально окрашенное заявление – “Я все еще жив”, – которое фиксировало однородное течение времени, являвшееся главным выразительным средством в “Сегодняшних сериях” Она Кавары»²¹. Марсель Бродхарс отослал по почте Уолтеру Хану «Декларацию подлинности» в качестве буклета для его Музея современного искусства. Бродхарс послал и открытое письмо Йозефу Бойсу, который включал его как произведение искусства в книгу «Магия, искусство и политика». Гилберт и Джордж стали авторами восьмичастной серии под названием «Лимерики». Серия состояла из ста девятности семи изображений, сделанных в стиле старых гравюр, и рассылалась по почте. Джордж Мачунас использовал почту для распространения мультиплексов, производя почтовые марки и почтовую бумагу для своего собственного отделения флюксус-почты. Важный проект мейл-арта – «Дос-

тавочные ивенты» 1962 года Джорджа Брехта и Роберта Уотса, предшествовавшие Ямс-фестивалю. Все эти мероприятия показывают возможность включения почты как культурной индустрии в ткань искусства.

В 1960-е годы распространенной формой креативных индустрий становятся лекции-перформансы. Художники приспособили формат теоретических лекций для того, чтобы – часто иронически – представлять публике свои идеи и теории. Один из основателей флюксуса Генри Флинт, например, использовал этот формат, чтобы обеспечить стабильное и систематическое обрамление своего критического дискурса. Его деятельность в значительной степени сводилась к словесным перформансам, напоминавшим лекции. У истоков этого жанра – «Лекция о ничто» Джона Кейджа, которая помимо текстовой информации была перенасыщена намеренными паузами, передавая его эстетику тишины на перформативном уровне. «Ее впервые представили в Арт-клубе в Нью-Йорке в 1949 году, а затем использовали в качестве модели для последующих лекций-перформансов»²². Многие художники, связанные с флюксусом и хепенингами, создавали лекции-перформансы, среди них большую фантазию в этой области проявил Роберт Моррис, который рассказывал начало эссе Эрвина Панофски «Иконография и иконология» в своей лекции-перформансе. Текст лекции воспроизводился посредством магнитофона, выявляя театральную природу научной риторики. Некоторые лекции-перформансы, представленные, например, Алланом Капроу и Генри Флинтом, носили характер манифестов. В «Антологии» Ла Монте Янга и Джексона Маклоу Флинт издал свое первое эссе о концептуализме в форме лекции-перформанса. Образцовой может считаться лекция 1960 года Ла Монте Янга, впервые представленная в классе современной музыки на семинаре Анны Халприн летом 1960 года в Кентфилде в Калифорнии. Лекция состоит из нескольких частей – коротких

²⁰ Семёнова Е. А. Перформанс как хлеб // Инициативы XXI века. 2012. № 1. С. 166.

²¹ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuburger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 166.

²² Ibid. P. 182.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

фрагментов. Каждая часть первоначально состояла из одной страницы или нескольких страниц, сшитых вместе. Любое количество страниц могло быть прочитано в любом порядке. Порядок и выбор страниц определялись случайно, создавая новые отношения между частями и, следовательно, новые значения. В таких работах происходило формирование новой установки понимания творчества, она «с художественно-эстетического созерцания произведения переносится на возбуждение аналитико-интеллектуалистской деятельности сознания реципиента, лишь косвенно связанной с собственно воспринимаемым артефактом»²³. Главная задача такой индустрии – пробудить интеллектуальную деятельность зрителя. Другое направление творческой активности Ла Монге Янга, также имеющее индустриальную составляющую – его проект, в котором «особая организация пространства была спроектирована Янгом и его женой – художницей М. Зазилой, получив название “Дом мечты”»²⁴. Организованный в минималистском ключе как синтез звука, света и пространства, он превратился в своеобразную машину медитации, непрерывно производящую инвайронменты, «в которых световые инсталляции накладываются на нескончаемые бурдонные звучания, и исполняемые произведения могут не прерываться годами»²⁵. Тем самым минималистское стремление к медитации, созданию средствами искусства особого духовного состояния обрело в постмодернистской ситуации индустриальные формы, став в первую очередь новой технологией достижения определенного ментального эффекта.

Лекции-перформансы часто напоминали по форме ивенты, ориентируясь в значительной мере

на «Безымянный ивент» Кейджа как форму, включающую «в произведение элементы обыденности и синтеза искусств»²⁶. В 1963 году Джордж Брехт и Роберт Уоттс организовали «Ямс-фестиваль», один из самых ранних фестивалей флюксуса в Америке. Их совместно проведенная «Ямс-лекция», была задумана как ивент с элементами мультимедийного инвайронмента, в которой многочисленные визуальные, акустические и перформативные элементы были сплетены в целостный коллаж. «Показ ее состоял из ста тридцати двух слайдов, главным образом раскрашенных вручную»²⁷. Вслед за этим показали экспериментальный фильм, включавший материал, собранный Робертом Уоттсом из рекламных роликов, художественных фильмов, программ новостей и прочего. В то же время проигрывались две аудиоупленки со звуками природы и повседневной жизни города, ранних примеров электронных звуковых экспериментов, вдохновленных идеей Кейджа перемешивать повседневные звуки, речь и музыку. Кроме того, текущая информация и популярные песни передавались через радио и проигрыватель, на фоне этих звуков были разыграны более сорока инструкций и партитур к различным ивентам. Лекция таким образом превратилась в развернутый концерт флюксус-артистов.

С лекциями как теоретической формой художественных индустрий, отражающих тяготение постмодернистского дискурса к растворению художественного в научном тесно связаны проекты флюксус-художников, представляющие результаты их исследований в области истории искусств, которые реализовывались в необычной дизайнерской форме. Крупнейшим из таких проектов стали «Исучающие машины» Джорджа Мачунаса, орга-

²³ Бобринская Е. А. Концептуализм. М.: Галарт, 1994. С. 29.

²⁴ Кром А. Е. «Дом мечты» Ла Монта Янга: Американский музыкальный минимализм в диалоге с традицией индийской раги // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. № 8 (52). С. 87.

²⁵ Дубинец Е. А. Made in USA: Музыка – это все, что звучит вокруг. М.: Композитор, 2006. С. 99.

²⁶ Максимова А. С. Формирование второго центра Западной музыки в США // Проблемы музыкальной науки. 2015. № 4. С. 134.

²⁷ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuberger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 192.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

низованные как несколько сложных диаграмм-обзоров истории искусств. «Исучающие машины» – арт-объект, который «являлся частью коллекции работ флюксуса Гилберта и Лилы Сильверман, которые хранились у них в Детройте до 2006 года, а затем были переданы ими в музей МоМа в Нью-Йорке»²⁸. Но задумывался объект как мультипл. Он представляет собой приблизительно сорок диаграмм по истории, созданных инициатором флюксус-движения Джорджем Мачунасом между 1953 и 1973 годами как визуальное отображение хронологии истории и сложной сети причин тех или иных исторических событий. По мнению Астрид Шмидт-Буркхардт, диаграммы Мачунаса вели к изменению статуса истории искусства и ее растворению в искусстве, созданию новой художественной индустрии. Если бы искусство «развивалось согласно теории Мачунаса, не было бы никакого реального понимания эволюции искусства без диаграмм. Его графические работы... пытаются различными способами нарисовать картину истории, которая собирается из дат и фактов, линий и векторов. Результат получается научным и в то же время художественным, и весьма впечатляющим. В дополнение к выявленным ранее неизвестным связям между датами и историческими событиями, Мачунасом были разработаны совершенно новые формы передачи знаний. Диаграмма как система упорядочивания знаний помогает нам в рассмотрении и объяснении прошлого»²⁹.

Искусство и наука соединялись с помощью схем, чисел, диаграмм и карт, это происходило в концептуализме, арте повера и искусстве флюксуса. В 1971 году Ханна Дарбовен представила свою пьесу «Одно столетие». Закодированным порядком цифр, номеров, букв и абстрактных полей, собранных в четыреста две папки, она иллюстрировала историю одного века. Эта целостная работа, упорядоченная по рядам и колонкам, имела строгую

форму, определенную способом ее создания, но при этом сообщала об истории ничуть не больше, чем ее фрагменты. Числа одновременно имели четкое значение, отсылали к определенному содержанию и являлись единицами измерения продолжительности записи, инструментом фиксации текста искусства.

Превращение искусства в художественную индустрию явно прослеживается в концептуалистском стремлении ряда художественных группировок заменить представление собственных ивентов их записью в виде пьес-инструкций. Этому предшествовало то, что в течение 1950-х годов многие композиторы, в первую очередь, Джон Кейдж и Мортон Фелдман все больше и больше освобождали форму партитур от необходимости их музыкального представления и придавали им такой вид, который допускал вербальное, буквальное прочтение. Кейдж, например, превратил записи своих пьес в исключительно словесные инструкции. Разделение письменной инструкции и ее перформативной реализации привело к созданию пьес-инструкций художниками флюксуса, среди которых особенно ярко проявили себя в этом жанре Джордж Брехт, Йоко Оно, Дик Хиггинс и Ла Монте Янг. Партитура события могла выполняться многими способами: как письменный текст, объект, фотография, фильм, рисунок или перформативный акт. «В ивенте Брехта “Три стула”, прошедшем в 1961 году в галерее Марты Джексон, использовались три стула: один перед дверью, один в комнате, и один в туалете, стулья были представлены наряду с текстом ивента, лежащим на подоконнике»³⁰. Брехт впервые начал соединять партитуры с предметами повседневного использования, делая отсылку к их первоначальному предназначению и обращая внимание на то, что каждый

139

²⁸ Ibid. P. 234.²⁹ Schmidt-Burkhardt A. Maciunas' Learning Machines: From Art History to a Chronology of Fluxus. Wien; N. Y.: Springer, 2011. P. 65.³⁰ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuberger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 256.

Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSNIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

объемный предмет изначально есть скульптура. Партитура, существовавшая в первый ивенты как словесное примечание к акции, теперь функционировала как «потенциальное действие», которое могло оставаться лишь воображаемым, никогда не получая осуществления. Аналитические партитуры ивентов Джорджа Брехта могут рассматриваться как предшественники концептуализма, поскольку часто не предполагают фактического воплощения идеи. Лоуренс Вайнер оставил свои «Заявления» открытыми для будущей реализации, он воспринимал язык как материал скульптуры, который может воспроизвести объемную форму в воображении наблюдателя. Здесь уже «концепция главенствует в произведении; эстетичность и художественная привлекательность играют не главенствующую роль в художественном объекте и имеют второстепенное значение»,³¹ подчеркивая его индустриальный характер. Теперь «произведение искусства все чаще выглядит не как след от уже совершенного действия, а как объявление о грядущем событии или предложение виртуального действия»³².

Критика традиционного статуса произведения искусства и сложившихся условий его представления – это то, что связывает Джорджа Брехта, Ла Монте Янга, Джорджа Мачунаса и группу концептуалистов Сета Сигелауба. Основные концептуальные подходы, сложившиеся в терминологии музыкальных партитур Джона Кейджа, обнаруживаются и в раннем концептуализме – «Звуковых структурах» Кристины Козловой, «Рабочих чертежах» Мэла Бохнера, которые сыграли не последнюю роль в движении искусства от материала к идеям, очевидном уже в работах художников движения «Флюксус». Партитуры ивентов Брехта, в

том виде, в котором они появляются, например, в коллекции «Водного Ямса», свидетельствовали о легализации подхода, который разделял понятие произведения и само произведение искусства, допуская исполнение инструкции, но не требуя его в обязательном порядке. Сет Сигелауб, галерист и локомотив раннего концептуализма, считал каталог самым существенным и важным моментом художественной выставки, который даже может заменить ее. В 1969 году выставка его группы проходила в специально арендованных офисах в Нью-Йорке. Вместе с двумя работами каждого из художников – Барри, Хюблера, Кошута и Вайнера – было показано несколько копий каталога, составивших неотъемлемую часть выставки. В том же самом году каждому из художников, приглашенных участвовать в выставке «Один месяц», назначили по одному дню в марте, чтобы сделать одну страницу для календаря. Проекты страниц имели общие черты с ранними пьесами-инструкциями и также не всегда были выполнимы. Очевидна аналогия с идеей «Водного Ямса» Брехта, в связи с чем в данном случае также можно говорить о становлении нового типа креативной индустрии. Люси Липпард – одна из первых критиков и теоретиков концептуализма – также боролась за освобождение искусства от ограничений формы. «В 1969 году она устроила сначала выставку 557.087, позже выставку 955.000, первую в Сиэтле, вторую в Ванкувере»³³. Название отсылает к численности населения этих городов. Каталог состоял из девятиста пяти свободных карточек, дизайн которых был разработан художниками, и двадцати карточек с текстом и кавычками. Карточки представляли собой очень обобщенные указания на те или иные действия, представленные в крайне абстрактной форме. «Центральным мотивом инструкций была

³¹ Григорьев А. Д., Захарченко Т. Ю. Развитие концепций цифрового искусства // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 5 (180). С. 13.

³² Ткач Е. Г. Актуальное искусство как область социального экспериментирования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Философия. 2002. № 3. С. 35.

³³ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuburger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 278.



Леонид Александрович МЕНЬШИКОВ / Leonid MENSHIKOV

| Типология креативных индустрий в акционизме 1960-х годов / The Types of the Creative Industries in the Action Art of the 1960th |

неопределённость, способность работ быть реализованными различными путями»³⁴, что превращало их в своеобразную машину по производству искусства – один из путей существования креативных индустрий.

В конце 1960-х и в начале 1970-х годов эксперименты в этой области продолжались. Близкие к флюксусу художники Брюс Науман и Барри Ле Ва задумали большое число ориентированных на процессуальность концептов и инструкций, некоторые из которых были реализованы в сложных инсталляциях-инвайронментах. Для «Подземной аудио-видео камеры» Брюс Науман сделал в 1969 году инженерный чертеж длинного и пустого коридора, который был устроен под землей. Видео-аппаратура и микрофон были установлены в освещенном изнутри коридоре. Его снимали на видео, материал съемки передавался непосредственно на маленький монитор в выставочном пространстве. «Осенью 1974 года проливной дождь повредил видеоаппаратуру и микрофон в помещении, и с тех пор Подземная аудио-видео камера не действовала»³⁵. Обозначая границу между знанием, физическим опытом и запрещенным действием, акция Наумана говорила о главных проблемах творчества художника, ничего на самом деле не говоря.

Аналогично организованы «Тетради» Жана Ле Гака, произведенные между 1968 и 1971 годами, которые являются развлекательной фототекстовой работой, инструкцией, отражающей сложную историю. В этой истории случается следующее: рассказчик внезапно верит, что можно найти

скульптуру во время приморского отпуска в южной Франции. Загадочный поиск направляется различными предположениями, которые реализуются, но не приводят ни к какому результату. «Работы включает двадцать пять блокнотов и тридцать две фотографии»³⁶, фиксирующие этапы поисков. Она была показана на Документа 5 Харальда Зеемана, где нарративные возможности языка и концептуальной практики были исследованы под призмой дискурса расследования и создания индивидуального мифа, фиксируемого в вербальных следах. На этой выставке и в этих работах была отражена ключевая проблема, приведшая искусство к рождению креативных индустрий, проблема того, «нуждается ли современное искусство в форме, или форма, уже вышедшая из разряда визуальных явлений (осуществленная... “намерением”), представляет собой нечто большее... чем образ, стилистика, композиция»³⁷.

Технологии творчества, которые сложились в рамках акционизма 1960-х годов, позволяют проследить поворот, произошедший в авангарде второй волны. Он обозначил превращение искусства в креативные индустрии, что вполне согласуется с теми изменениями, которые происходили в это время в постиндустриальной глобализирующейся культуре. Богатый материал ивентов и инструкций, оставленный околоконцептуалистскими направлениями и группировками, позволяет создать некоторые контуры типологии таковых креативных индустрий.

³⁴ Biennials and Beyond – Exhibitions That Made Art History. 1962–2002 / Ed. V. Altshuler. L.: Phaidon, 2013. P. 113.

³⁵ Bruce Nauman. Audio-Video Underground Chamber / MUMOK. Nurnberg: Verlag fur modern Kunst, 2005. P. 22.

³⁶ Concept. Action. Language: Pop-Art, Fluxus, Concept Art, Nouveau Realisme and Arte povera. From the Collections Hahn and Ludwig / Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien; Edited by A. Hochdorfer, W. Kuehn, S. Neuberger. Koln: Verlag der Buchhandlung Walter Konig, 2010. P. 302.

³⁷ Бирюкова М. В. Кассельская Документа 5 Харальда Зеемана: К проблеме художественной формы в западном искусстве второй половины XX века // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. 2008. № 54. С. 18.

