

Что такое «публичное пространство»? Часто мы склонны полагать, что публичное пространство — это нечто уже существующее, нечто предзаданное, нечто, что существовало до того, как начался процесс приватизации этого пространства (как это, скажем, описано у Руссо), причем часть этого пространства оказалась обойдена процессом приватизации и осталась публичной: городские улицы и площади, или, может быть, воздух над этими городами, или пустоши вокруг этих городов. В этом смысле публичное пространство понимается как своего рода вакуум, открытое и пустое пространство, в котором могут расположиться некие строения, объекты искусства, памятники, коммерческая реклама, политическая пропаганда и много других вещей. Частные пространства, напротив, понимаются как пространства закрытые — выстроенные их владельцами и архитекторами внутри открытых публичных пространств.

Здесь, однако, возникает следующий вопрос: способно ли публичное пространство, описанное таким образом, конституировать общественную жизнь? Под публичной жизнью мы понимаем публичное взаимодействие, сотрудничество или конфликт, но в первую очередь — опыт экспонирования, выставленности на всеобщее (общественное) обозрение, можно сказать — опыт публикации. А также — ощущение того, что в этом пространстве мы становимся частью общества. И тут мы должны отметить, что наш нормальный, привычный, повседневный опыт, связанный с предзаданным публичным

пространством, не соответствует этому описанию публичного существования, то есть существования под взглядом публики. И ощущению того, что в нем мы становимся частью общества, — тоже. Каждый отдельный горожанин, перемещаясь по современным публичным пространствам, поглощен скорее своими личными, частными интересами и задачами. Толпы на улицах и городской трафик переживаются этим индивидом исключительно — или (по меньшей мере) преимущественно — негативно: как нечто мешающее его быстрому и беспрепятственному перемещению по городу. В его опыте пустое публичное пространство не является условием для конституирования общества. Скорее, он полагает, что это пространство — в идеале — должно оставаться пустым. Толпа на улицах — это одинокая толпа, толпа, которая общества не создает. (Исключение составляют фестивали, манифестации и демонстрации или карнавал [каким он описан у Бахтина], которые актуализируют это нейтральное городское пространство и конституируют общество; или «дрейф» [dérive], который практиковали и описали Ги Дебор и другие ситуационисты, — практика создания уличных событий, которые конституируют общество на некоторое время.) Парадоксальным образом, городское пространство не является публичным из-за того, что в нем помещается людская толпа.

Соответственно, если мы хотим, чтобы публичное пространство имело более постоянный характер, то есть конституировалось как пространство, которое, в свою очередь, может конституировать общество, нам нужно это публичное пространство построить, то есть построить вакуум, пустоту, в

которой общество может состояться: впустить в город вакуум, ничто, не-место, если хотите — у-топию. Я был участником конференции в Музее Бранли в Париже, организованной Жаном Нувелем. Конференция была посвящена памяти Жана Бодрийера, но по преимуществу на ней как раз обсуждались вопросы социальной, общественной роли современной архитектуры. Так вот, Жан Нувель в своем докладе постоянно подчеркивал, что его задачей как архитектора является создание вакуума, создание пустоты, в которой общество могло бы себя осознанно конституировать. Этот тезис поддержали и некоторые другие участники конференции, в частности — философ Поль Вирильо. Таким образом, здесь мы имеем дело с весьма парадоксальным проектом, который предполагает не столько строительство внутри публичного пространства, сколько строительство самого публичного пространства; строительство не в пустом пространстве, но строительство самой пустоты, у-топии внутри приватизированных пространств и пространств частных интересов.

Этот проект напомнил мне знаменитый пассаж о роли архитектора из классического эссе Хайдеггера «Исток художественного творения» (1935–1937) — эссе, которое, вне всяких сомнений, решительно повлияло на формирование современного дискурса об искусстве и архитектуре, и современного французского дискурса в особенности. В этом эссе Хайдеггер говорит именно о том, что задача архитектора состоит в создании вакуума, поля открытости в повседневном мире — пространства, которое позволит увидеть этот мир в его цельности, в его «несокрытости» (как это называет Хайдеггер), — между тем

как сокрытость мира создается рутиной частной повседневной жизни. Архитектор, по словам Хайдеггера, должен создавать разрыв (Riss) в текстуре мира, разымать его на части, создавать посреди него просвет. В качестве примера Хайдеггер приводит пространство древнегреческого храма, очерченное колоннами и открытое для свободного доступа, — пространство, в котором могла конституировать себя публика (Versammlung), или, скорее, народ (Volk). Очевидно, что Жан Нувель следует тем же путем, стремясь создавать нулевые пространства — пространства, обладающие потенциалом для конституирования Versammlung (собрания, как бы мы сейчас сказали), — хотя использует для достижения этой цели иные средства, нежели архитекторы Древней Греции. Однако Хайдеггер — у которого за плечами уже был опыт тоталитарных общественных Versammlungen (собраний) — в том же эссе признает, что эта открытость также создает и закрытость — или даже, как он пишет, речь идет именно об открытости закрытости. Открытость, таким образом, оказывается обманчивой, потому что она создается искусственно — но, с другой стороны, она и должна создаваться искусственно, потому что изначально ее нигде не существует. Соответственно, роль архитектора по отношению к публичному пространству оказывается в высшей степени парадоксальной: архитектор должен заниматься строительством вакуума, но строительство чего-либо — и в том числе вакуума — всегда оказывается в конечном счете строительством некоей закрытости. Это означает, что архитектура, которая пытается создать публичное пространство, в то же время должна стать, так сказать, антиархитектурой.

Архитекторы в основном старались обойти этот парадокс путем создания прозрачных конструкций — используя стекло и другие прозрачные материалы. (Жан Нувель в некотором смысле поступил так же.) Одним из ранних примеров таких сооружений являлся, как мы знаем, так называемый Хрустальный дворец, построенный Джозефом Пакстоном в 1851 году для Всемирной выставки в Лондоне. Пакстон создал образ утопического публичного пространства, который на очень долгое время покорила воображение европейцев. И можно сказать, что этой архитектуре в самом деле удалось конституировать общество — хотя и с некоторой задержкой. А именно: на собраниях, проходивших во время второй Лондонской выставки в 1862 году, был учрежден Первый Интернационал (речь идет о собраниях английских, немецких и других рабочих, присланных на выставку своими боссами, чтобы те познакомились с современным состоянием техники, — делегация французских рабочих финансировалась правительством Наполеона III). К тому времени выставочный павильон был уже другим — но можно сказать, что концепция Интернационала вдохновлялась именно тем первым, прозрачным, утопическим зданием Пакстона. В 1864 году было официально основано Международное товарищество рабочих. Интересно, что Карл Маркс зарегистрировался в руководящем органе товарищества как архитектор (каждый был обязан зарегистрироваться с указанием профессии). Очевидно, Маркс видел в себе последователя Пакстона как создателя определенного рода публичного пространства. Вальтер Беньямин в своей незаконченной работе «Пассажи» настаивал на том, что между современной выставочной практикой, архитектурой выставочных

пространств и возникновением современного понятия публичности есть связь, используя именно этот пример (Лондонская выставка — Первый Интернационал). Публичное пространство для Беньямина — это в основе своей пространство выставочное, пространство экспонирования и самоэкспонирования — товаров посетителям и посетителей друг другу. Прозрачный Хрустальный дворец экспонировал и цельность этого выставочного пространства, предъявляя его взгляду извне, и цельность внешнего мира, предъявляя его взгляду посетителей выставки, получивших наконец возможность смотреть сквозь стену.

Таким образом, вступление в просвет, пустоту, утопию публичного пространства означает не только — и на самом деле не столько — открытие мира некоему субъекту, сколько экспонирование самого этого субъекта — предъявление этого субъекта, его тела взгляду других. В публичном пространстве на субъекта налагается обязательство экспонировать самого себя — обязательство стать открытым, аутентичным и даже прозрачным для взгляда других. Впрочем, в сегодняшнем мире публичное пространство создается не столько прозрачностью архитектуры, сколько медиа и современным туризмом — медиальным освещением и взглядом туриста. Медиа и туризм создают не построенное, а виртуальное публичное пространство прозрачности, в котором все и вся подлежит экспонированию — и подчиняется требованию аутентичности, несокрытия и разоблачения самого себя, требованию честности и истинности. Когда публичное пространство создается не архитектурными средствами, а в основном конституируется медиа и туризмом,

архитектура и дизайн разворачиваются в новую сторону (и архитектура здесь на самом деле является частью дизайна) — в сторону аутентичности и честности, а не создания пространств для *Versammlung*.

Ранним свидетельством такого поворота можно считать знаменитое эссе архитектора Адольфа Лооса «Орнамент и преступление» (1908). В первых же строках своего эссе Лоос постулирует единство эстетического и этического. Он осуждает любую декоративность, любой орнамент как проявление безнравственности и порока. Внешность человека является для Лооса непосредственным выражением его этической позиции. Лоос, например — как ему казалось, — смог показать, что татуировками себя украшают только преступники, люди примитивные и невежественные или дегенераты. Украшение, таким образом, является выражением либо аморальности, либо преступности: «Папуас покрывает татуировками свою кожу, свои лодки и весла — юроче говоря, все, до чего дотянется рука. Он не преступник. Современный человек, который себя татуирует, — либо преступник, либо дегенерат». Особенно поражает в этой цитате то, что Лоос не делает никакой разницы между татуированием кожи и украшением лодки или весла. Точно так же как современный человек должен — как это от него ожидается — предстать перед взглядом Другого как честный и чистый объект, неприкрашенный и не «обработанный» дизайном, так и все остальные вещи, с которыми этот человек имеет дело, должны быть предъявлены нам как вещи честные и чистые, без прикрас и без дизайнерской обработки. Только в этом случае вещь будет свидетельствовать о том, что душа человека, который ею пользуется, чиста, целомудренна и неиспорченна. По Лоосу,

функция дизайна состоит не в том, чтобы каждый раз по-новому упаковывать, украшать и декорировать вещи, то есть постоянно предлагать новый дизайн для второстепенной внешности вещей, оставляя их внутренность, их истинную природу скрытой. Скорее, настоящая функция современного дизайна состоит в том, чтобы отбить у людей желание заниматься дизайном вещей как таковым. Лоос, например, рассказывает, как он пытался убедить сапожника, которому он заказал ботинки, никак их не украшать. Лоосу достаточно, чтобы сапожник взял наилучшие материалы и аккуратно ими распорядился. Качество ботинок определяется качеством материала и добросовестностью и точностью, с которыми выполнена работа, а не их внешним видом. Украшение ботинок преступно, поскольку оно не способствует раскрытию честности сапожника, то есть этического измерения ботинок. Орнамент скрывает этически неудовлетворительные аспекты продукции, а этически безупречные делает нераспознаваемыми. Для Лооса настоящий дизайн — это борьба с дизайном, борьба с преступным желанием скрыть этическую суть вещей под их эстетической поверхностью. Однако, парадоксальным образом, только создание иного, обнажающего суть орнамента — то есть антидизайна — гарантирует то единство этического и эстетического, к которому стремился Лоос.

У борьбы с прикладными искусствами, в которую вовлечен Лоос, несомненно, есть мессианские, апокалипсические обертона. Так, например, Лоос писал: «Не плачьте. Разве вы не видите, что величие нашего века состоит в самой нашей неспособности создать новый орнамент? Мы — по ту сторону орнамента, и мы достигли ясной, неприкрашенной простоты. Воззрите, время

близко, и исполнение времен ждет нас. Скоро улицы городов воссияют, как белые стены! Подобно Сиону, Святому Граду, Небесной столице. И тогда исполнится все написанное». Таким образом, борьба с прикладными искусствами становится последней битвой перед наступлением Царства Божия на Земле. Лоос хотел низвести небеса на землю; он хотел видеть вещи такими, каковы они есть, без прикрас. Соответственно, Лоос хотел присвоить себе божественный взгляд. Больше того — он хотел, чтобы каждый мог видеть вещи такими, каковы они есть и каковыми они открываются взгляду Бога. Модернистский дизайн стремится к «апокалипсису сегодня» — к апокалипсису, который снимет с вещей их покровы, очистит их от декора и даст нам увидеть их такими, каковы они есть на самом деле. Не понимая того, что дизайн претендует именно на выявление истины вещей, невозможно понять многие дискуссии, которые ведут на протяжении XX века дизайнеры, художники и теоретики искусства. Такие художники и дизайнеры, как Дональд Джадд, или такие архитекторы, как Херцог и де Мерон — я называю лишь некоторых, — чтобы оправдать свои художественные практики, прибегают не к эстетической, а скорее к этической аргументации, то есть апеллируют к истине вещей как таковых. Модернистский архитектор или дизайнер не ждут конца света, чтобы очистить вещи от внешней шелухи и представить их людям такими, каковы они есть. Они хотят, чтобы апокалипсическое видение появилось у каждого здесь и сейчас — и превратило каждого в Нового Человека. Тело принимает форму души. Душа становится телом. Все вещи становятся небесными. Небесное становится земным, материальным. Современность становится абсолютom.

Модернистское производство искренности функционировало как редукция дизайна, и цель этой редукции состояла в создании пустого, вакуумного пространства посреди мира дизайна, в уничтожении дизайна, в использовании нулевого дизайна. Художественный авангард стремился к созданию зон, которые были бы свободны от дизайна и которые воспринимались бы как зоны честности, высокой морали, искренности и доверия. Нулевой дизайн — это попытка искусственно создать для зрителя разрыв в плотной текстуре мира — зону прозрачности, которая позволит зрителю увидеть вещи такими, каковы они есть в действительности. В этом смысле требование редуцировать (а на самом деле — устранить) дизайн, сформулированное Лоосом, совершенно совпадает с требованием создавать вакуум, сформулированным Нувелем. В обоих случаях мы имеем дело со стремлением к честности и прозрачности — и того, на что мы обращаем свой взгляд, и нас самих, когда мы предстаем перед взглядом других.

Дизайн сегодня в основном понимается как способ эстетизации мира, товаров, человеческих тел, зданий и пр. А эстетизация, в свою очередь, в основном отождествляется с соблазнением и прославлением. Вальтер Беньямин, безусловно, подразумевал именно такое использование понятия «эстетизация», когда противопоставлял политизацию эстетики эстетизации политики в конце своего знаменитого эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости».

Здесь функция дизайна по-прежнему формулируется в терминах старого метафизического противопоставления внешности и сути. Дизайн, по Беньямину, ответствен только за

внешний вид вещей и, следовательно, обречен на то, чтобы скрывать их сущность, обманывать взгляд зрителя — препятствовать пониманию истинной природы реальности. Соответственно, дизайн последовательно понимался как манифестация власти вездесущего рынка, меновой стоимости, товарного фетишизма, общества спектакля — как создание соблазнительной поверхности, за которой сами вещи не просто становятся незримыми, но исчезают вовсе. Но уже само это описание показывает, что дизайн — это не просто машина по декорированию вещей — скорее, это машина по производству подозрения по отношению к вещам. Можно сказать, что каждый акт эстетизации чего-либо посредством дизайна всегда уже является критикой объекта эстетизации, потому что этот акт привлекает внимание к потребности объекта в некоем дополнении, необходимом для того, чтобы он выглядел лучше, чем он есть на самом деле. Такое дополнение всегда функционирует как дерридианский фармакон: улучшая внешность какого-либо предмета, дизайн в то же время рождает у нас подозрение, что если эту дизайнерскую поверхность убрать, то предмет покажется особенно отвратительным и отталкивающим. Мы подозреваем, что за дизайном скрывается что-то ужасное — циничная манипуляция, политическая пропаганда, тайные интриги, чьи-то интересы и даже преступления.

Так вот, авангард и ранний модернистский дизайн возникли именно в результате восстания против традиции прикладных искусств, которая понималась как традиция эстетизации. Переход от традиционных прикладных искусств к модернистскому дизайну — как он описан, например, у Лооса — маркировал

разрыв с традицией, радикальный парадигматический сдвиг. Авангардный дизайн стремился уничтожить и вычистить все, что скопилось на поверхности вещей за столетия существования прикладных искусств, чтобы предъявить взгляду истинную и не испорченную дизайном природу вещей. Соответственно, модернистский дизайн видел свою задачу не в том, чтобы формировать поверхность вещей, но скорее в том, чтобы уничтожить ее, то есть быть негативным дизайном, антидизайном. Настоящий модернистский дизайн является редукционистским; он занимается не прибавлением, а вычитанием. Речь больше не идет о простом оформлении отдельных вещей, предлагаемых взгляду зрителя и потребителя с целью его соблазнения. Скорее, дизайн стремится придать форму самому зрительскому взгляду, чтобы зритель смог открыть для себя вещи такими, каковы они есть. Расцвет модернистского дизайна глубинно был связан с тем, что он был проектом дизайна нового человека — превращения ветхого человека в нового. Этот проект возник в начале XX века и сегодня зачастую списывается со счетов как утопический, но *de facto* никто никогда от него не отказывался. В модифицированном, коммерциализированном виде этот проект сохраняет свою влияние, и его изначальный утопический потенциал неоднократно находил себе применение в новых условиях. В крайнем своем проявлении модернистский дизайн — это дизайн субъекта. И единственный адекватный подход к проблемам дизайна состоит в том, чтобы обратиться к субъекту вопрос — как он хочет себя подать, какую форму он хочет себе придать и каким он хочет предстать перед взглядом Другого.

Между тем с появлением Интернета экспансия медиа сделала требование самопрезентации и дизайнерского оформления себя самого еще более настоящим и универсальным. Оно предъявляется уже не только элитам, как это было раньше — политикам, миллионерам, звездам и пр., — но всему населению. В конце XX — начале XXI века самодизайн вступил в новую эпоху, а именно — эпоху массового производства. Сегодня сотни миллионов людей по всему миру создают себе двойников — аватары и персонажи, — которые служат публичными презентациями этих людей в Интернете. Современные средства визуального производства, такие как фото- и видеокамеры, сравнительно дешевы и распространены повсеместно. Современные социальные сети, такие как Facebook, YouTube и Twitter, позволяют всему населению планеты делать свои фотографии, видео и тексты доступными в любой ее точке — в обход контроля и цензуры со стороны традиционных институций. При этом современный дизайн позволяет людям оформлять свои квартиры и рабочие места как художественные инсталляции. А диета, фитнес и косметическая хирургия позволяют им моделировать свои тела как художественные объекты. Соответственно, может показаться, что сегодня исполняется утопическое обещание, данное Йозефом Бойсом в 1960-е годы: художником — то есть творцом своего публичного образа — станет каждый. Однако на деле эта осуществившаяся утопия все больше переживается нами как радикальная антиутопия. На то

есть одна очевидная причина: утопия всегда оборачивается антиутопией, как только права, за которые мы боролись, превращаются в обязанности. В самом деле, сегодня мы живем в режиме принуждения к дизайнерской работе над самим собой, принуждения к самодизайну. У нас не только есть право создавать художественными средствами свои публичные персонажи — это наша обязанность. Если мы ее не выполняем, то общество нас за это наказывает. Соответственно, свобода, завоеванная в борьбе за демократизацию эстетических прав, обернулась повсеместным террором эстетического долга и обязанности. Этот переход от эстетической утопии к эстетической антиутопии, полагаю, очевиден более или менее каждому. Поэтому я не буду на этом задерживаться.

Более важной мне представляется другая проблема: кто в состоянии обзреть и сопоставить миллионы видео, фотографий и текстов, которые циркулируют в современных информационных сетях? Кто является созерцателем, зрителем всех этих образов и доморощенных публичных персонажей? Таким зрителем может быть только Бог — но ему, как известно, не нужно просматривать весь этот визуальный материал, чтобы увидеть наши незримые для других смертных души, скрытые за этими образами. Соответственно, если мы хотим продолжать разговор об эстетизации жизни, то мы должны помнить, что адресатом этой эстетизации является некий отсутствующий, неизвестный, скрытый субъект эстетического созерцания. Или, может быть, подвижные множества интернет-пользователей.

Однако, с другой стороны, мы склонны предполагать, что, пока мы занимаемся созданием своих виртуальных тел, наши

материальные, реальные тела находятся под наблюдением и подвергаются анализу. (Вспомним «Матрицу» или совсем недавний фильм «Начало».) Современные средства коммуникации (камеры видеонаблюдения и пр.) позволяют другим видеть наши тела и следить за их перемещениями, игнорируя те виртуальные тела, которые мы предлагаем им для созерцания. Можно сказать, что мы живем в мире, где мой взгляд уже не встречается с взглядом Другого. Раньше они встречались, проходя сквозь стены прозрачных архитектурных сооружений. Прозрачность этой архитектуры работала в обе стороны: я смотрел, как на меня смотрят другие. (Подобно тому, как за нами наблюдают рыбы в аквариуме.) Но, как довольно рано (в 1965 году) заметил Бакминстер Фуллер, при современном развитии медиа 99% своих действий мы совершаем, не имея над ними непосредственного визуального контроля. Когда мы открываемся миру, то используем для этого каналы, которые от наших глаз скрыты. Точно так же видят нас и другие — то есть используют для этого каналы, которые находятся за пределами визуального контроля, — а это означает, что для современного субъекта взгляд другого остается неидентифицируемым. Его конституирует только некое допущение, подозрение. Иными словами, сегодня публичное пространство является для нас пространством параноидальным (см. «Параноид-парк» Гаса Ван Сента, 2007). И мы можем реагировать на это публичное / параноидальное пространство только в режиме постоянной тревоги.

Соответственно, в мире тотального дизайна только катастрофа, чрезвычайное положение, насильственный разрыв в поверхности дизайна являются для нас удовлетворительной причиной, чтобы

поверить, что мы смогли увидеть реальность, которая за этим дизайном кроется. С тех пор как Бог умер, теория заговора остается единственной жизнеспособной формой традиционной метафизики, то есть дискурса о сокрытом и невидимом. Там, где раньше были природа и Бог, сегодня находятся дизайн и теория заговора.

Хотя в целом мы склонны не доверять медиа, мы готовы поверить им сразу, как только они приносят нам сообщение о финансовом кризисе или доставляют нам на дом кадры с событиями 11 сентября, — и это не случайно. При виде фотографий и видео, снятых 11 сентября, даже самые убежденные теоретики постмодернистской симуляции начали говорить о возвращении реального. В западном искусстве есть давняя традиция представлять художника как ходячую катастрофу, и современные художники (начиная по меньшей мере с Бодлера) научились производить образы зла, таящегося под поверхностью мира, которые мгновенно завоевывают доверие публики. В наши дни на смену романтическому образу *poète maudit* пришел образ откровенного циника — алчного манипулятора, дельца, которого интересует только материальная выгода и который использует искусство как машину для обмана аудитории. Мы познакомились с этой стратегией расчетливого самоговора — как разновидности самодизайна — на примерах Сальвадора Дали и Энди Уорхола, Джеффа Кунса и Дэмиана Херста. Хотя эта стратегия и не нова, она редко бьет мимо цели. По поводу публичного имиджа этих художников мы склонны думать «Какой ужас!», но в то же время — «Сколько здесь правды!». Самоговор как разновидность самодизайна сохраняет свою действенность, между тем как

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru