

М. Н. Веселова

## Арт-моб как инструмент взаимодействия человека с городской средой

В статье рассматривается арт-моб как одна из визуальных практик, обнажающих проблемы взаимодействия человека и мегаполиса. В условиях современного мира на первый план выходят вопросы одиночества, отчужденности, потребительского отношения и массовой психологии, быстрого темпа изменений и утраты связей с прошлым.

Ключевые слова: арт-моб, арт-объект, флешмоб, визуальная практика, одиночество, отчужденность, динамика жизни, потребление

Maria N. Veselova

## Art-mob as an instrument of human and megapolis interaction

The article considers art-mob as one of visual practices, which reveals the problem of human and megapolis interaction. There are the questions of loneliness, consumerist attitudes and mass psychology, rapid pace of changes and loss of connection with the past on the foreground in the modern world.

Keywords: art-mob, art object, flashmob, visual practice, loneliness, estrangement, life dynamics, consumption

Пространство современного города представляет собой эпицентр для самых разнообразных культурных практик. В условиях массовой и потребительской психологии, востребованности привлекательного имиджа одним из самых распространенных способов демонстрации образа города являются визуальные практики. Они не только формируют лицо города, но и влияют на мировоззренческие установки, систему социальных и культурных отношений, отражают ментальность горожан.

В последнее время все более популярным становится такой визуальный инструмент, как арт-моб. Это не просто современное художественное течение или абсурдная забава. Арт-моб можно рассматривать как своего рода культурный текст, через который описывается городская специфика, особый городской колорит. Арт-моб активно влияет на зрительное восприятие человека и вовлекает его в процесс творчества, демонстрируя наиболее значимые ценности и идеи. В то же время данный визуальный инструмент фокусируется на кризисе в отношениях человека и городской среды, наступившем в условиях рыночной экономики.

Прежде чем рассмотреть арт-моб как инструмент, обнажающий проблемы существования горожанина в современном мире, необходимо разобраться, что собой представляет данная визуальная практика.

Арт-моб (от англ. art – искусство, mob – толпа) – это заранее спланированная массовая акция, которая нацелена на создание художественного объекта и вовлечение в этот процесс большого количества людей. Главная задача – придать мероприятию некую эстетическую ценность.

Арт-моб является разновидностью флешмоба – спонтанной акции, в которую вовлекаются толпы людей для демонстрации какой-либо идеи. Явление флешмоба получило распространение с 2002 г., после выхода в свет работы американского социолога и писателя, ведущего научного сотрудника Института будущего Говарда Рейнгольда «Умные толпы: следующая социальная революция». Заглядывая вперед, автор говорил о том, что основой культурного взаимодействия вскоре станут новые технологии, такие как сотовые телефоны и Интернет, благодаря которым даже потенциальные болезни будут циркулировать по Глобальной сети, а люди станут собираться в толпы с помощью СМС или электронных писем. Он писал: «Люди, составляющие умные толпы, сотрудничают невиданным прежде образом благодаря имеющимся у них устройствам, которые обеспечивают связь и вычисления. Переносные устройства соединяют их владельцев как с другими информационными устройствами поблизости, так и с телефонами других людей. Дешевые микропроцессоры начинают проникать в мебель и здания; товары, от упаковок до обуви, наделяются невидимыми, общающимися „умниками“. Соединяя осязаемые предметы и места нашего обитания с Интернетом, портативные средства связи превращаются в натальные дистанционно управляемые устройства физического мира»<sup>1</sup>.

В 2003 г. житель Сан-Франциско Роб Зазуэта на основе идей Говарда Рейнгольда создал первый сайт FlockSmart.com для организации акции флешмоба. Ее цель заключалась в том, чтобы собрать «умную толпу» и привлечь к себе внимание общественности. 17 июня 2003 г. состоялся первый флешмоб, в котором приняли участие 200 человек.

Они собрались в универмаге «Macy's» в мебельном отделе, чтобы сказать продавцам, что планируют купить самый дорогой «Коврик Любви»<sup>2</sup>. После этого акции флешмоба стали набирать темп и получили распространение в Америке, Европе, России. Наличие мобильных средств связи, определенные правила участия сделали флешмоб популярным течением практически по всему миру, представив его разными направлениями (смартмоб, мобфест, политмоб, фаршинг, арт-моб).

Что же касается арт-моба – это не просто спонтанная акция, вовлекающая толпы людей, это визуальная интегративная практика, которая нацелена и на создание арт-объекта, и на включение зрителя в качестве арт-объекта. В отличие от флешмоба, она менее спонтанна и предполагает определенную подготовку к мероприятию, продуманность идеи композиции или постановки. В основе арт-моба лежит зрелищность и эстетика. Целевой аудиторией является в основном молодое поколение, являющееся наиболее активным потребителем современного искусства, легко идущее на эксперименты и задающее новое видение.

Арт-моб – открытая система, в рамках нее человек интегрируется с городской средой, с другими людьми, со своими переживаниями через художественный объект. Он деперсонифицируется, превращается в целостный образ. Это способствует уходу от повседневной рутины. Через арт-моб участники могут почувствовать себя свободными от общественных стереотипов поведения, испытать, насколько они смогут влиться в художественное пространство и стать арт-объектом на глазах у большого количества людей, эмоционально подзарядиться и почувствовать причастность к общему делу. Арт-моб дает возможность проиграть разного рода поведенческие сценарии, попробовать себя в новой роли танцора, певца, скульптора, киноактера и т. д.

Во время акции встречаются совершенно незнакомые люди, не связанные между собой общей идеей и никак не соприкасавшиеся друг с другом до этого времени. Арт-моб ничего не рассказывает о человеке, его статусе, интересах, но при этом объединяет в единое быстро меняющееся и развивающееся пространство. Следовательно, арт-моб стирает социальные, профессиональные, гендерные, личностные границы. Здесь человек освобождается от своих ролей и становится лишь частью толпы, своего рода материалом для арт-объекта. Это как нельзя лучше указывает на место горожанина в современной среде. Он сливается с массой, теряет свою индивидуальность под давлением быстро меняющегося мира, поддается «инстинкту толпы». Ги Дебор в книге «Общество спектакля» утверждал, что современный социум – это запрограммированная толпа. Она играет

в жизнь. «Спектакль, рассматриваемый сообразно его организации, есть утверждение видимости и утверждение всякой человеческой, т. е. социальной, жизни как простой видимости... Всякая индивидуальная реальность становится социальной, непосредственно зависящей от общественной власти и ею же сфабрикованной»<sup>3</sup>.

Арт-моб порождается таким обществом, которое разыгрывает своего рода спектакль, в то же время он является протестом или вызовом установленному порядку. Он обнажает современные проблемы, открывает новый взгляд на взаимоотношения индивида и толпы, на место человека в современной городской среде, на особенности городской ментальности. Ведь если один человек выражает свое несогласие – это одно дело, и совсем другое – когда к его идее присоединяется толпа.

Ярким наглядным примером арт-моба могут служить инсталляции американского фотохудожника Спенсера Туника (Spencer Tunick), ставшего известным своими фотосессиями обнаженных тел. Автор заранее продумывает арт-сюжет и предлагает всем желающим принять в нем участие. Люди собираются в определенном месте и в определенное время, затем сбрасывают одежды и принимают нужные позы: стоя, сидя, лежа на земле или друг на друге. При этом участники лишены возможности прикрыть свою наготу.

Изначально подобные арт-мероприятия в стиле ню вызвали массу арестов и возмущений общественности. Но Спенсер Туник не отступил и привлек к своему делу адвоката Вильяма Канслера, которому легко удалось выиграть дело о съемках обнаженных людей на улицах Нью-Йорка.

С каждым годом количество желающих принять участие в творчестве фотохудожника растет, несмотря на условия арт-моба. Спенсер Туник собирает толпы людей по всему миру (4500 обнаженных в Мельбурне, 4000 – в Чили, 2500 – в Монреале и т. д.).

В Мехико в 2007 г. он ставит самый большой рекорд съемки натурщиков – 18 000 участников. Они расположились на каменных плитах площади Сокало рядом с правительственными зданиями, Кафедральным собором, церковью Саграрио Метрополитано, главным храмом ацтеков Темпло Майор. Несмотря на то, что в Мексике не принято демонстрировать свое тело, тысячи жителей преодолели комплексы и скинули свои одежды, приняв позы под руководством Спенсера Туника. Тем самым автор арт-объекта бросил вызов общественным устоям и католическим традициям. «Какое событие для мексиканского искусства! – заявил Спенсер Туник на пресс-конференции. – Думаю, что вся Америка сейчас смотрит на Мексику, удивляясь тому, как свободна эта страна, где на обнаженное

человеческое тело смотрят как на произведение искусства. Никакой порнографии и криминала, только счастье и внимание»<sup>4</sup>.

В 2008 г. в рамках международного фестиваля Midsummer, проходившего в Ирландии, около замка Бларни тысяча обнаженных женщин и мужчин расположились с алыми розами в руках, несмотря на то, что людям, раздевшимся в публичном месте, грозило получение штрафа. Тунику удалось убедить местные власти в невинности своего мероприятия и тем самым уберечь своих моделей от преследований полиции. Толпа обнаженных людей напоминала живую цветочную клумбу. Так автор попытался обратить человека к его исконным истокам – гармоничной связи с природой, которая оказалась утрачена в условиях агрессивного современного мира.

В 2010 г. Спенсер Туник организовал очередную арт-моб в Сиднее, где приняли участие 5200 австралийцев. Масовость мероприятию придали гомосексуалисты, пришедшие с проходившего в это время прайд-парада популярного фестиваля «Марди-Гра». Обнаженные участники разного возраста, весовой категории, нетрадиционной ориентации разместились возле здания Оперного театра. Они то поднимали руки вверх, то опускали их по швам, то обнимались друг с другом по указанию фотохудожника. Арт-моб в Сиднее стал своего рода посланием миру, провозглашавшим свободное от предрассудков и равное австралийское общество. В нем нет вызова человеку нетрадиционной ориентации, потому что он такой же, как и все, он сливается с толпой.

Наиболее остро в работах Спенсера Туника встает вопрос о проблеме взаимодействия человека и мегаполиса. В них очень точно схвачена агрессивная, поглощающая людей среда. В ней горожанин обнажен на виду у всех, и в то же время он теряется в толпе, становится незаметным и ненужным.

Толпа нагих людей превращается в единый организм, в котором стираются социальные и половые различия. Все участники превращаются в «тело», лишённое сексуальности. Задача фотохудожника не в том, чтобы передать наготу человеческого тела, а показать истинную проблему отчужденности человека в мегаполисе. В городском потоке теряется интерес к потребностям другого, равнодушие проникает не только в отношения с малознакомыми людьми, но и с близкими. Горожанин отказывается от сострадания и помощи окружающим не потому, что он жесток, а потому что в условиях потребительского общества перестает что-либо чувствовать в целях самосохранения.

В последнее время арт-мобы получили распространение не только в Европе, но и в России. Так, в Санкт-Петербурге в 2011 г. состоялся арт-

моб, посвященный борьбе с обычаями прошлого. Он прошел под лозунгом «В Санкт-Петербурге суеверий нет». Участники – простые прохожие и творческие коллективы с активной позицией – собрались на Невском проспекте и разыграли театральное представление, связанное со многими популярными приметами. Они были одеты в разные костюмы – от строгих пиджаков до свадебных платьев. На Невском проспекте ходили женщины с пустыми ведрами, через дорогу пробегали черные коты и кошки, рассыпали соль и т. д. В заключении арт-моба на дома наклеили таблички – «Эта сторона Невского проспекта свободна от предрассудков суеверий».

Идея арт-моба заключалась в провозглашении динамики жизни, утверждении, что в мире слишком много суеверий прошлого, которые мешают жить, становясь фобиями. Приметы рассматриваются как абсурд, они не имеют под собой почвы. Это всего лишь попытка уйти от реалий жизни и личной ответственности за происходящие события. Как отмечал пресс-секретарь компании Vpiter.com, организатор мероприятия Анатолий Коптев: «Подобный арт-моб – карнавал вызывает интерес у общества, так как с суевериями сталкивается каждый, и это повлечет за собой грамотные отношения к истории вещей и адекватное поведение»<sup>5</sup>.

В качестве примера отечественного арт-моба можно привести еще одно мероприятие, иное по характеру и направленности. Это танцевальный арт-моб «В ритме сердца!», прошедший в рамках фестиваля в 2012 г. на Театральной площади города Саратова. Он был посвящен Дню народного единства и своей целью ставил объединение молодежных групп различных национальностей и общения подрастающего поколения к культурным традициям. В нем приняли участие практически 500 человек. Они исполнили танец, включавший в себя элементы и движения разных культур, а затем образовали «живое» сердце.

Идея арт-моба заключалась в утверждении единства народов РФ, признания общечеловеческих ценностей. Тем самым визуальная практика послужила привлечением внимания к межнациональным вопросам, проблеме сохранения культурного наследия. Более того, арт-моб сделал акцент на реальном, а не виртуальном общении представителей разных национальностей. Данный аспект коммуникации наиболее важен для современного социума, в котором живой контакт все больше теряет свою значимость, подменяясь СМС-сообщениями в телефонах и социальных сетях. Ни один смайлик или веб-камера не могут компенсировать потребность человека в обмене эмоциями, не заменят его мимики, тембра глоссы, интонации, энергетики, тактильных ощущений.

Таким образом, арт-моб как визуальная практика является одним из современных способов взаимодействия человека и города. Она позволяет через художественный образ наглядно показать диалог городской среды и общества. С одной стороны, именно город открывает для человека новые возможности, делает его жизнь более комфортной. Здесь сосредотачивается высокий материальный и духовный потенциал, по сравнению с небольшими поселениями значительно выше производительность труда, уровень культуры, науки, образования. Здесь личность бросает вызов обществу, властям, условностям, провозглашает свободу выбора и отказ от рутинной повседневности. С другой – человек в городе сталкивается с проблемами одиночества и отчужденности, динамичностью современного мира и «шоком будущего», утратой связи с историей и культурным наследием, потерей индивидуальности в рамках массовой культуры, не говоря уже о проблемах экологии и здоровья.

Еще в XVI в. философ Рене Декарт говорил: «Уединения нужно искать в больших городах». Здесь человек теряется среди таких же, как он, чувствует себя чужим и одиноким. В мегаполисе люди отдаляются друг от друга, несмотря на очень тесное взаимодействие в транспорте, метро, магазине и т. д. Как отмечает немецкий социолог Георг Зиммель, «независимость индивидуума, являющаяся результатом взаимной замкнутости и безразличия, составляющих условия духовной жизни наших широких кругов, нигде не чувствуется так сильно, как в тесной сутолоке больших городов, потому что физическая близость и скученность только подчеркивают духовную отдаленность»<sup>6</sup>. В толпе горожанин еще острее ощущает свою отчужденность и ничтожность. Тысячи людей мелькают перед глазами, и каждый из них игнорирует друг друга, не желая тратить свою энергию на незнакомца, либо выплескивает накопленный негатив на того, кто просто оказывается рядом.

Старший научный сотрудник лаборатории сравнительных социальных исследований (ЛССИ) НИУ ВШЭ Кристофер Сводер подробно изучает проблему одиночества горожан на примере Москвы. Он утверждает, что в крупных городах часто возникает социальная изоляция: «У людей может быть мало друзей, мало близких контактов и не быть рядом родственников, но они могут быть заняты работой, другими делами. Это особенность городского одиночества». Одним из факторов он также называет материальный успех. Люди в погоне за деньгами в меньшей степени ориентированы на семью и дружбу. Их интересует карьерный рост и личностное развитие. «Если человек успешен и у него достаточно денег, у него может быть много поклонников, которые всегда готовы провести с ним время, и он может

„купить“ определенные типы социальных контактов, если они ему необходимы», – говорит автор. Чаще всего межличностные связи приобретают кратковременный характер. «Когда, например, мы общаемся с продавцом, мы думаем, прежде всего, о выгодной цене и качестве товара. Вряд ли мы готовы потратить время на общение с продавцом просто ради общения. Мы не хотим видеть в нем реального человека, он для нас – один из многих, заменяемый». Аналогичным образом люди в мегаполисах заводят полезные знакомства. Они могут использовать друг друга для устройства на работу, поиска жилья, но мало задумываться о том, насколько интересна сама личность, с которой они общаются. «Сегодня мы решили, что мы выбрали этого человека, потому что он нам нравится, а завтра передумали... Общения как такового, чтобы насладиться личностными качествами другого человека, не происходит»<sup>7</sup>.

Поэтому в условиях мегаполиса человек становится ценным не сам по себе, а, подобно машине, рассматривается с точки зрения его функциональных возможностей, полезности и пригодности. Первостепенная задача – получить максимальную выгоду для себя. Мегаполис превращается в рынок, где все покупается и продается, вместо качества на первое место выходит количество, все одноразовое работает по установленной схеме: используется и выбрасывается. Так современное городское пространство накапливает в себе атмосферу отчужденности, отворачивания, ненависти и борьбы. Чтобы самосохраниться в этом калейдоскопе ощущений и бешеном ритме жизни, горожанин «замораживается», т. е. перестает что-либо чувствовать, проявляя безразличие ко всему, что происходит вокруг, и сочетая «формальную справедливость с беспощадной жестокостью»<sup>8</sup>.

## Примечания

<sup>1</sup> Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. URL: <http://gtmarket.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>2</sup> Власть. 2008. 25 авг., № 33 (786). URL: <http://kommersant.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>3</sup> Ги Э. Д. Общество Спектакля. URL: <http://modernlib.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>4</sup> Спенсер Т. «Ню», доведенное до крайности. URL: <http://rumbur.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>5</sup> Арт-моб «В Петербурге суевериям нет». URL: <http://uznayvse.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>6</sup> Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3/4. URL: <http://magazines.russ.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>7</sup> Жители мегаполисов сознательно выбирают одиночество. URL: <http://opes.ru> (дата обращения: 06.02.2017).

<sup>8</sup> Зиммель Г. Указ. соч.