

# Философия и теория искусства

PHILOSOPHY AND THEORY OF ART

DOI 10.25712/ASTU.2518-7767.2020.01.019

УДК 79.01/.09:7.038.3+7.011

## В ПРОСТРАНСТВЕ МЕДИАПЕРФОРМАНСА

*Томсон Ольга Игоревна*

Санкт-Петербургский государственный академический институт живописи, скульптуры и архитектуры имени И.Е. Репина, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

### Аннотация

Статья посвящена влиянию освещения и последующих за ним медиасредств на формирование образов городского пространства. Развитие зависимых от электричества технологий со временем позволяет изменять городскую среду, создавать световые спектакли с продуманными спецэффектами, соединив опыт разнообразных искусств, таких как театр или кинематограф, и способствуя рождению общественного пространства перформанса. Автор рассматривает репертуар использования медиасредств в различных целях: от простейших информационных функций до контроля над обществом, затрагивая также вопросы развития форм искусства. Наибольший интерес для исследователя представляет то новое, что может быть создано, благодаря использованию медиаплатформ различного типа. Актуальной представляется задача дефрагментации, воссоединения разрозненных социальных групп в пространстве города средствами искусства. Именно художник, по мнению автора, способен наполнить медиакommunikации гуманистическим содержанием на языке художественных образов и объединить городские пространства в целостные содружества.

**Ключевые слова:** оп-арт; медиа; электричество; освещение; средства коммуникации; язык художественных образов; светочувствительность глаза; общество тотального контроля; общество спектакля; мультимедиа.

### Для цитирования:

Томсон О.И. В пространстве медиаперформанса // Искусство Евразии. – 2020. – № 1 (16). – С. 262–269. DOI: 10.25712/ASTU.2518-7767.2020.01.019. [Электронный ресурс] URL: <https://readymag.com/u50070366/1745169/29/>

### **Информация об авторе:**

*Томсон Ольга Игоревна* – кандидат искусствоведения, доцент кафедры русского искусства, Санкт-Петербургский государственный академический институт живописи, скульптуры и архитектуры имени И.Е. Репина, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация. Член-корреспондент Российской академии художеств. Email: Thomson\_o@mail.ru

Электрическое освещение всегда было больше, чем просто часть функционирования городской среды. В работе «Понимание медиа», впервые опубликованной в 1962 году, М. Маклюэн предположил рассматривать электрическую лампочку как средство коммуникации без сообщения в диалоге между электрическим светом и современными медиа. Понятие «содержания» средства коммуникации он трактовал как форму провокации другого средства коммуникации. Действительно, его рассуждения поражают своей идеальной простотой, поскольку совершенно неважно, как используется свет. Благодаря свету происходят процессы, которые и являются его «содержанием», поскольку без него они бы не состоялись (как, например, невозможно без хорошего освещения сделать операцию). По сути, фраза «the medium is the message» [5, с. 59–60], принадлежащая М. Маклюэну и переведенная на многие языки мира, определяет понимание медиа и означает «средство коммуникации является сообщением».

Благодаря развитию электрических сетей, современный город вырвался из предыдущих своих социальных норм, превратившись в индустриальную лабораторию спецэффектов, поскольку свет не только изменил облик города, но и саму жизнь горожан и прочертил один из главных векторов развития современного мира.

Нам пока неизвестны исследования, посвященные влиянию электрического освещения на формирование светочувствительности и восприятия городского пространства представителями творческих профессий, живущими в городах. Несмотря на утилитарную роль именно «благодаря освещению усилилась безопасность и увеличилась продолжительность рабочего дня» [4, с. 104], радикально трансформировались городские пространства, и по мере распространения электрического света «протокинематографическая среда», в которую погружался город, являла собой убедительную метафору НТР. На смену керосиновому и газовому освещению пришел свет без дыма и огня в виде лампочки, придуманной в конце XIX века Томасом Эдисоном, став чудесным приветом из будущего.

Электричество стало экономическим оружием привлечения внимания к торговым зонам – магазинам и их витринам, которые появились в Европе еще до Первой мировой войны. Время досуга, так же как и увеличение часов рабочего дня, было связано со светом. В истории освещения городских пространств известно несколько волн его распространения. Самая первая началась с жилья обеспеченных домовладельцев и с больших магазинов, которые таким образом привлекали к себе покупателей. Последующая – связана с освещением главных транспортных магистралей. В последнюю очередь массово были освещены частные владения.

Свет уже с начала XX века стал использоваться как постановочный для создания многочисленных образов города, выхватывая из темноты все здание целиком или

по отдельным фрагментам, создавая эффект искусственного ландшафта той гибридной среды, что не принадлежит ни к архитектуре, ни к скульптуре в традиционном ее понимании. Электрические системы освещения были быстро приспособлены для дистанционного управления, это позволило одновременно менять освещенные городские участки. Процесс освещения со временем постепенно превращался в разыгрываемый спектакль с последовательностью продуманных спецэффектов, синтезирующих опыт театра и кино, прочертив путь к современному перформативному пространству, где привычная устойчивость архитектуры в ночное время сменяет текучесть световой среды.

Включенный свет проявляет другой город, дезориентирующий своих жителей и непохожий на пространство рабочего дня. В отличие от дневного света, который для греков был светом истины, электрический оказался способен не только осветить, но и окутать дурманом иллюзий блистающие здания и магистрали. Зоны, пронизанные удушающей щедростью света, породили ощущение пьянящего разрыва с узнаваемыми архитектурными отношениями [4, с. 175]. Ночной город стал экраном, визуализирующим желания человека XX века, стремящегося преодолеть и покорить новые рубежи и страдающего ностальгической тоской по приватной зоне, наполненной личной стабильностью. Город света как большая приманка собрал массу разнообразных не связанных (ни культурными, ни идеологическими связями) друг с другом людей, определив главную проблему времени – бесконечную свободу личности при ощущении абсолютной бессмысленности всего происходящего.

Современный город с его главными кинематографическими компонентами – движением и освещенностью – это место, где под флером беспрецедентных возможностей каждого кроется тотальная неизбежность зарождения «общества тотального контроля». Где свет как форма коммуникации сливается с потоками оцифрованной информации, создавая не столько видимость гражданского общества, сколько беспрецедентную открытость баз данных и поисковых машин. Это еще одна сторона вопроса, которая у нас как историков искусства не вызывает интереса.

Возникают экспериментальные зоны, где на практике используются управляемые компьютерами комплексы освещения в сочетании с новыми световыми экранами и отражающими поверхностями, которые вместе создают эффект мембраны и способны мгновенно трансформировать свой вид. Это еще одна грань, за пределами которой может возникнуть не только новая форма урбанистического представления, но и новый режим функционирования города.

Когда традиционный телевизор, связанный, в первую очередь, с домашним бытом, превратился в огромный экран и принял новое назначение – стал служить частью архитектуры, его огромная медийная поверхность явилась тем уличным атрибутом, что ознаменовал глобальные перемены в облике современного города. Случилось это сравнительно недавно, не раньше 1980-х годов. Роль первых электронных экранов в городском пространстве была крайне важна, но не настолько, как предполагалось: к ним быстро привыкли, несмотря на то что своим появлением они утверждали новый образ высокотехнологичного города.

Глобальная трансформация «тихого» телевизионного экрана скрещивалась с другими важными преобразованиями конца столетия в области медийной культуры. Связаны они с развитием и распространением глобальных многоканальных

распределенных сетей, использующих спутниковую связь, оптоволоконные линии, а также многие другие формы связи, размывающие понятие расстояния [2, с. 109].

Появление мобильных мультисистем также сказалось на обществе, они серьезно изменили всю социальную архитектуру, выстроенную по классическому принципу. Влияние этих событий на отношение между медийным и общественным пространствами было настолько неожиданным, что измерить глубину размывания привычных связей – бесконечно сложная задача.

Большие экраны, установленные в городе, недолго приковывали внимание публики, вызывая ее восторг. К концу XX века их установка набирала популярность, так как своим присутствием они оживляли унылые брандмауэры и даже собирали иногда вокруг себя людей (например, в миллион или исполненные подобной важности международные праздники, чтобы увидеть, как в различных уголках планеты по тому же поводу собираются другие люди из других стран). Демонстрация силы глобализации и реального ощущения «единого мира» была разыграна именно при помощи развития новых медиа.

В середине XX века медийные пространства стали брать на себя функции пространства общественного благодаря развитию общенациональных вещательных систем радио и телевидения. Телевидение давало обывателю следить за мировыми событиями из уютного домашнего пространства и лично переживать их. Вынесенное же на площадь «медийное событие» обрастает многочисленными функциями, одна из которых привлекает наше внимание.

Очевидно, что сегодня массовое потребление медиа происходит в общественных пространствах (не рассматриваем сейчас условно индивидуальное медиапотребление, которое, впрочем, также интегрируется в коллективное). К событиям подобного рода следует отнести и фестивали света, и 3D мэппинг (или видеомэппинг, проецирование изображения на поверхность объектов городской среды), и общественные трансляции для болельщиков футбольных матчей. Медиа существенным образом меняет динамику городского пространства, трансформируя саму атмосферу и формы его использования.

Как считает австралийский медиатеоретик Скотт Маккуайр, если «традиционно городское пространство определялось отношениями между статичными структурами и мобильными объектами, то сейчас эта дихотомия быстро уступает место гибриднему пространству, которое характеризуется динамичными потоками, и не только растворяющими традиционные границы, но и ставящими под сомнение неизменное присутствие субъекта, пересекающего эти границы» [4, с. 204].

Тогда возникают такие вопросы, как: в чем роль современных медиа в городском пространстве; возможно ли создать, используя медиа, такие формы влияния, которые позволят изменить взаимоотношения между общественной и частной жизнью?

Новые технологии позволили, с одной стороны, осуществлять контроль над общественным пространством, с другой – создавать соблазнительные картины «райского далека», предлагая путешествия за три моря или модную одежду, транслировать неинформативные послания и многое другое, что допущено цензурой. Есть и другие стороны использования медиапанелей в городской среде, и наш интерес связан с тем новым, что может быть создано с использованием медиаплатформ.

Сегодня в качестве акта демократического примирения коммуникационные средства связи оказались в открытом доступе, став беспрецедентно популярными в массовом

использовании. И если обладание ими (например, мобильными телефонами, смартфонами) становится одним из условий медийных проектов, то сами эти проекты или события в общественном пространстве бывают не всегда интересны, хотя бы в силу своей краткосрочности. Иногда они просто не обладают достаточной политической или эстетической глубиной, или в них просто отсутствует художественная идея, поскольку зачастую на первый план выдвигаются возможности самой техники.

Но, несмотря на то, что отдельные медиапроекты, представленные в городской среде, не в состоянии преодолеть разобщенности горожан (обусловленной различными факторами: расовой, этнической, гендерной или классовой иерархии и др.), все-таки «не должно отказываться от любых начинаний. Важнейшая роль новых медиа на общественном пространстве связана с их способностью избегать “фильтра специализированных объектов”, например, картинных галерей, и тем самым привлекать в них людей, которые там никогда не бывают» [4, с. 138]. Это является свидетельством той новой функции искусства в современном городе, которая выстраивает социальный контент и создает коммуникации. Медийные коммуникации позволяют объединить городские пространства в мультимедийные содружества, способные создавать новые формы зримости.

К сожалению, в силу многих причин разобщенности в современном социуме появление новых форм коммуникации естественным путем затруднительно. Более того, в контексте избытка медиапродуктов возникает новая проблема: практически исключена возможность личного высказывания. Для него есть техническая возможность, но не остается шанса, чтобы отдельные голоса были услышанными. Алгоритмы «пузыря фильтров» (термин введен Илаем Парайзером, означает искажающий картину действительности отбор поисковыми системами того содержимого, которое увидит пользователь, на основе его прежних предпочтений, поисковых запросов, местоположения, интересов и пр. – *Прим. ред.*), как принято сегодня называть работу поисковых машин, использующих cookies, можно перенести и на сетевых пользователей различных групп. Главное заключается в том, что между сообществами, форумами и групповыми интересами связи не развиты, да и внутри них действуют с разрушительной силой механизмы «спирали молчания» и страха изоляции.

Подводя итог сложившейся ситуации не только в городской среде, а намного шире, приведем мысль одного из ведущих теоретиков медиа французского философа Бруно Латура о сознании нового времени: «Что вы тогда скажете на все это? В руках нововременных находятся все источники власти, все критические возможности, но они используют их для решения противоположных проблем, переходя от одного случая к другому с такой скоростью, что их никогда не удастся схватить за руку. Да, решительно, они есть, они были, они чуть было не стали, они считали, что они были – непобедимыми» [3]. Определить глубину пропасти, созданную глобальными медиа, можно следующим образом: «Богов много, а земного шара нет. ...Но все мы находимся в одной лодке» [3]. Вопрос остается открытым – можем ли мы создать нечто единое из всех сообществ, в которых мы по многим причинам участвуем?

В условиях наступающих и вездесущих медиа прежние формы разграничения пространства и формы идентификации сталкиваются с новыми вызовами. И не оттого, что стерты старые границы. Они просто перестали быть актуальными, а новые принципы доступа, пользовательских договоренностей, лицензирования, авторских

прав, финансирования и личной платежеспособности, так же как и многое другое, носят еще более травматический характер, чем даже старые средства воздействия – например, исключение отдельных граждан из пространства города и переселение их за 101-й километр. Новые приемы зависимости и манипуляций оказываются более изощренными, хотя интерпретируются, в том числе и современной рекламой, как новые возможности личной свободы.

Для того чтобы развивались новые направления в использовании медиа в городской среде, можно использовать потенциал искусства, которое позволит использовать технику для создания новых режимов социального взаимодействия. Не следует исключать роль современных художников, применяющих в своих работах новые медиа, которые можно использовать и в общественных пространствах [1, с. 209–236]. Возможно, именно художники окажутся способными вдохнуть в различные формы медийных образов силу своей убежденности и вести диалоги в пространстве современного города, объединяя тем самым и центр, и периферию. Не телевидение или реклама, которым свойственно превращение частного пространства в арену публичного обозрения в «реальном времени», а именно художники, понимающие важность сохранения личного пространства и диалогов на языке художественных образов.

---

## Литература

1. Гершкович З. Художественное творчество и техника массовой коммуникации (эстетико-социологические проблемы) // Художественное и научное творчество: Сборник статей / Под ред. Б. С. Мейлаха. – Ленинград: Наука, 1972. – С. 209–236.
2. Дриккер А.С. Эволюция культуры: информационный отбор: Науч. моногр. – СПб.: Академический проект, 2000. – 180 с.
3. Латур Б. «Нового Времени не было. Эссе по симметричной антропологии» [Электронный ресурс]. URL: <https://e-libra.su/read/381758-novogo-vremeni-ne-bylo-esse-ro-simmetrichnoy-antropologii.html> (дата обращения 30.10.2019).
4. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / Пер. с англ. – М.: Strelka Press, 2014. – 392 с.
5. Маклюэн М. Понимание media: внешние расширения человека. – М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. – 464 с.

Статья поступила в редакцию 23.12.2019.

DOI 10.25712/ASTU.2518-7767.2020.01.019

## IN THE MEDIA PERFORMANCE SPACE

*Thomson, Olga Igorevna*

Repin Saint Petersburg State Academic Institute of Painting, Sculpture and Architecture,  
Saint Petersburg, Russian Federation

---

### **Abstract**

The article is devoted to the impact of lighting and the following later media on the formation of urban space images. The development of electricity-dependent technologies allows to change the urban environment over time, create light performances with thoughtful special effects that combine the experiences of various arts, such as theater or cinema, contributing to the birth of public performance spaces. The author considers the repertoire of the media use for various purposes: from the simplest information functions to control of society, also highlighting the development of art forms. Of greatest interest to the researcher is something new that can be created through the use of media platforms of various types. The task of defragmentation, the reunion of disparate social groups in the city space by means of art seems to be relevant. It is the artist, according to the author, who is able to fill media communications with humanistic content in the language of artistic images and to unite urban spaces into integral communities.

**Keywords:** op art; media; electricity; lighting; means of communication; language of artistic images; photosensitivity of the eye; society of total control; performance society; multi-devices.

### **For citation:**

Thomson O.I. In the media performance space. *Iskusstvo Evrazii = The Art of Eurasia*, 2020, No. 1 (16), pp. 262–269. DOI: 10.25712/ASTU.2518-7767.2020.01.019. Available at: <https://readymag.com/u50070366/1745169/29/> (In Russian).

### **Information about the author:**

*Thomson, Olga Igorevna* – Ph.D. (Art History), Associate Professor, Russian Art Department, Repin St. Petersburg State Academic Institute of Painting, Sculpture and Architecture, Saint Petersburg, Russian Federation. Corresponding Member of the Russian Academy of Arts Email: Thomson\_o@mail.ru

---

## References

1. Gershkovich Z. *Khudozhestvennoe tvorchestvo i tekhnika massovoi kommunikatsii (estetiko-sotsiologicheskie problemy)* [Art and the technique of mass communication (aesthetic and sociological problems)]. In: *Khudozhestvennoe i nauchnoe tvorchestvo* [Art and scientific creativity: Collection of articles. Ed. by B.S. Meilakh]. Leningrad, Nauka, 1972, pp. 209–236. (In Russian)
2. Driker A.S. *Evolutsiya kul'tury: informatsionnyi otbor* [The evolution of culture: informational selection]. St. Petersburg, Academic project, 2000. 180 p. (In Russian)
3. Latour B. *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Available at: <https://e-libra.su/read/381758-novogo-vremeni-ne-bylo-esse-po-simmetrichnoy-antropologii.html> (accessed 30.10.2019). (Transl. in Russian)
4. McQuire C. *Mediyni gorod: media, arkhitektura i gorodskoe prostranstvo* [Media City: Media, Architecture and Urban Space. Transl. from English]. Moscow, Strelka Press, 2014. 392 p. (In Russian)
5. McLuhan M. *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: the Extensions of Man]. Moscow, Hyperborea, Kuchkovo Field, 2007. 464 p.

Received: December 23, 2019.