



УДК [7.067+316.77]”312”

Николаева Е.В.

АРТ-ОБЪЕКТ И ЕГО КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. Арт-объект рассматривается как сообщение особого рода. В зависимости от соотношенности участников и элементов коммуникативного акта с «реальной» и виртуальной реальностями выделяются три типа коммуникативных пространств, инициируемых различными видами сложных арт-объектов.

Ключевые слова: арт-объект, художественная коммуникация, пространство коммуникации, медиа-искусство, виртуальная реальность.

*This is art (if you want it to be)**
The Official Guide Event Horizon
New York, 2010

Любое произведение как классического, так и (пост)неклассического искусства, в т.ч. воспринимаемое визуально, представляет собой специфически кодированный «текст» (в понимании Ж.Деррида) [1], и, соответственно, вписывается в известную формулу коммуникативного акта Р.Якобсона [2]. Исходя из этого, рассмотрим порождаемые современными арт-объектами коммуникативные пространства с точки зрения их соотношенности с различными типами реальностей.

Произведение искусства vs арт-объект

Классическое искусство имело и имеет дело с тем, что принято называть художественным произведением, произведением искусства (work of art / artwork, Kunstwerk, œuvre artistique, obra de arte и т.п.). Во всех западноевропейских лингвокультурных моделях очевиден семантический

акцент на процессе создания этого самого произведения (труд, работа). К тому же труд и работа коннотативно связаны с усилиями, напряжением. Русскоязычный вариант («произведение»), как ни странно, менее эмоционально окрашен и более технологичен. Но во всех случаях, вербально заявляется авторство («работа художника N») и, следовательно, субъективность творчества, исходящая от создателя художественного произведения. При этом, однако, в парадигме классического искусства результатом творческого процесса и носителем смыслов является некоторый материальный объект (живописное полотно, скульптура и пр.). И фактически именно объект в его материальной данности, пространственно-временной статичности, каноничности форм и смыслов есть знак и свидетельство творчества и канал сообщения в классическом искусстве.

Парадоксальным образом, искусство постмодерна, и особенно пост-постмодерна — в котором произведение искусства дематериализуется, деконструируется, деобъективируется — выбирает для обозначения поля креативности понятие «арт-объект» (art-object). Арт-объект все чаще виртуален, существуя порой лишь в за- и межэкранном пространстве; его фактурность и объектность все более искусно создается из цифровой «материи», вплоть до симулятивного «возврата» в стилистику «живой» живописи [3]. Арт-объект может иметь особый хронотоп (появление/исчезновение, замедление, петли обратной связи, и т.п.), стирающий различие между художественным объектом и перформансом, который содержит семантические отсылки к процессуальности, но не создания, а исполнения, воспроизведения.

За скобками остается поливалентность смыслов художественного сообщения и его сверхсубъективность (если воспринимающие субъекты становятся авторами не только в плане автономности декодирования «текста», но и непосредственно в плане создания самого арт-объекта). Это противоречие снимается лишь для сложных многоэлементных произведений, называемых ныне арт-проектами, в создание, функционирование и означивание которых на всех уровнях вовлечено, помимо автора (инициатора) концепции большое количество участников — модераторов, кураторов, технических и творческих исполнителей и т.д.

Помимо традиционного вектора коммуникации «автор — произведение — зритель» постмодернистские арт-проекты нередко инициируют интерактивное взаимодействие зрителя с объектом. Художественное сообщение приобретает не только множественного адресата, но и множественного адресанта. В таком пространстве творческой коммуникации арт-проект становится динамичным, распадается на множество самостоятельных арт-объектов, каждый из которых, с одной стороны, развивается внутри общего «спроектированного» реального или виртуального пространства, а с другой — своей уникальностью и неповторимостью в пространстве-времени (из-за индивидуальности алгоритма художественной интеракции каждого участника) отрицает свою причастность к исходной (единой для всех) программе генерации смыслов.

Художник тогда исполняет роль менеджера проекта, а сам проект приобретает все свойства современного коммерческого предприятия — PR-сопровождение (пара- и метатекстуальность [4]), медийность, исчислимость в цифрах, тиражируемость копий или референтных фрагментов.

Гомогенное пространство художественной коммуникации первого порядка («реальная» реальность)

Несмотря на художественную (образную) опосредованность коммуникации, порождаемой «классическими» произведениями, все ее участники (субъекты и объекты) и компоненты (канал, код и пр.) принадлежат единой «реальной» реальности и однородному коммуникативному пространству (назовем его гомогенным коммуникативным пространством первого порядка). Зритель и произведение классического искусства находятся в одном и том же физическом пространстве, являющимся фундаментальным референтом для всех художественных образов. Собственно, это самый простой тип пространства художественной коммуникации, в котором коммуникативные пространства и произведения, и зрителя совпадают с «реальной» реальностью.

Отметим, что художественные произведения, созданные в классической технике, могут являться элементами постмодернистских арт-проектов — за счет неклассических форм трансляции, контекста, референций, интеракций и т.д. И в некоторых случаях, пространства художественной коммуникации такого рода арт-проектов также формируются в «реальной» реальности. Например, арт-проект Art-Tour, превративший городские пространства Москвы и Петербурга в музеи под открытым небом.

Из описания проекта:

На фасадах домов, на бульварах и площадях жители города смогут увидеть репродукции произведений, на первый взгляд практически неотличимые от оригиналов.

Самые известные имена русского искусства, самые выдающиеся музейные «хиты», среди которых «Бурлаки на Волге» Ильи Репина и «Девятый вал» Ивана Айвазовского, «Витязь на распутье» Виктора Васнецова и «Шестикрылый Серафим» Михаила Врубеля. Уличный зритель увидит давно любимые (а для кого-то пока совсем незнакомые) шедевры... — всего 100 высококачественных репродукций, изготовленных с применением новейших технологий в области широкоформатной печати.

...Уличное экспонирование картин соответствует музейной традиции: они помещены в рамы и снабжены экспликациями. На информационных табличках есть номер телефона, позвонив по которому можно прослушать более подробный рассказ о полотне и о его создателе, скачать изображение в свой мобильный телефон. Здесь же, на табличках, расположен и номер телефона справочного бюро Русского музея. Тех горожан, которые захотят увидеть заинтересовавшую их картину воочию, в Русском музее ждут сообщения на

информационных стойках. Можно будет получить план музея, на котором отмечены все картины, репродукции которых находятся в городе, а также, при желании, воспользоваться музейным аудио-гидом [5].

Примечательно, что согласно концепции проекта «Арт-Тур» не только аксиологически уравниваются городские улицы и музейные залы как пространства художественной коммуникации, а также копии и оригиналы как эстетические объекты, о чем писал еще В.Беньямин [6], но копиям и городскому пространству присваивается статус первичности — оригиналы в музее ценны лишь постольку, поскольку они были потреблены в виде копий рядом с витринами столичных бутиков. Более того, одновременно с пространством художественной коммуникации инициируется метатекстуальное коммуникативное пространство, возникающее в результате мобильных коммуникаций в рамках проекта (в том числе смс-голосования за лучшую картину).

Другой пример — проект известного британского скульптора Энтони Гормли «Горизонт событий» (Antony Gormley, Event Horizon), осуществленный в Лондоне в 2007 и Нью-Йорке в 2010 г. «Нагие» фигуры из чугуна и стекловолокна были установлены на улицах, мостах и крышах зданий (среди которых IBM, National Theatre, Empire State Building), на набережной реки Темзы, в парке Madison Square Park и др. [7]. Значимым является тиражирование внутри проекта одного и того же образа — слепка тела художника в натуральную величину, поскольку смысл сообщения формируется контекстом «реальной» реальности.

Примечательно также, что в Лондоне горожане, увидев «людей» на крышах, звонили в службу спасения, чтобы удержать самоубийц от рокового шага. Таким образом, арт-объект полностью вышел в «реальную» реальность, а коммуникация зритель ↔ арт-объект началась как внехудожественная. Иными словами, в полном соответствии с теоремой Томаса [8], в результате реальных последствий (не)реальных событий арт-объекты превратились в обитателей мегаполиса. Действительно, чугунные люди на городских улицах — несмотря на их акцентированную искусственность (каждая фигура имеет на теле нефункциональные заклепки) — были приняты в пространство человеческих повседневных коммуникаций: одному даже доверили подержать на поводке маленькую собачку [9]. И, разумеется, как любой постмодернистский проект, «Горизонт событий» индуцировал поле паратекстуальной коммуникации: под эгидой отеля «Эйс», являющегося спонсором проекта, проходит конкурс любительских фотографий и видео [10], возвращающих искусственных людей в художественную реальность. Медийное пространство, в котором продолжают свое существование эти арт-объекты хотя и виртуально, но пока еще остается «параллельным» миром, имеющим вторичный модус. Сама же художественная коммуникация происходит в реальном пространстве: зритель встречается с арт-объектами в физическом пространстве города.

Гетерогенное пространство художественной коммуникации (смешанная реальность)

Интерактивный арт-объект может порождать пространство художественной коммуникации, включающее одновременно «реальную» и виртуальную реальности. Поясним, что под «виртуальной реальностью» в контексте настоящей статьи будет пониматься художественно-коммуникативная среда, позволяющая «ощутить мир искусства изнутри» и «благодаря пространственным иллюзиям трехмерности и тактильным эффектам погрузиться в него, превратиться из созерцателя в протагониста» [11].

В коммуникативном пространстве смешанной реальности коммуниканты находятся в разных реальностях (реальной и виртуальной), но вектор их взаимодействия постоянно пересекает границы реальностей в обоих направлениях. Адресат, вступая в коммуникацию, физически переходит из одной реальности в другую, и осознанным или случайным образом воздействует на события виртуальной реальности и на «текст» сообщений. Настоящий Автор (адресант) при этом отсутствует, находясь вне/над пространством коммуникации, как демиург, сотворивший законы очередного виртуального мира и предоставивший его обитателям свободу жить своей жизнью внутри «текстового» фрейма и общаться с «пришельцами» из иной (реальной) реальности. Наличие автора выводится лишь из самого факта существования арт-объекта.

Простейшей иллюстрацией смешения реальностей в художественной коммуникации служит видео-инсталляция А.Дементьевой *Drama House* (2009) [12], где в каждой квартире виртуального многоквартирного дома «живут» своей драматической жизнью виртуальные жители. Нажатием на кнопку реального дверного звонка начинается общение зрителя с обитателями одной из «квартир». Хотя своим звонком зритель и вмешивается в виртуальную реальность, в той мере, в какой нежданные гости меняют ход нашей домашней повседневности, события в виртуальном доме (выяснения семейных отношений и т.п.) имеют, тем не менее, свою собственную логику, независимую от присутствия/отсутствия зрителя. Художественная интеракция превращается, таким образом, в симуляцию социальной.

Одним из способов пересечения границ реальностей в смешанных коммуникативных пространствах служит физическое движение зрителя/участника. Весьма популярна в этом отношении «езда» на стационарно закрепленном велосипеде, когда кручение педалей приводит в движение виртуальный пейзаж перед или вокруг зрителя/путешественника. Таковыми являются видео-инсталляции Дж.Шо «Прочитаемый город» (Jeffrey Shaw, *Legible City*, 1989) [13]; «Велосипед» И.Наховой (2006) [14] и др. При этом скорость «езды»-коммуникации имеет значение: остановка может просто уничтожить виртуальную часть коммуникативного пространства (арт-проект «Велосипед»).

Еще более явным образом механизм создания таких смешанных художественных пространств задействован в интерактивных видео-инсталляциях, работающих по принципу CAVE (cave

automatic virtual environment, то есть пещера автоматической виртуальной окружающей среды). Виртуальное арт-пространство становится физически (зрительно) воспринимаемым в специальной «камере», причем образное наполнение виртуального окружения обусловлено движением зрителя в реальном пространстве. Первой пещерой, где смешивались два типа реальностей, был арт-проект CAVE Д.Сандина и Т.ДеФанти (D.Sandin & T.DeFanti, Чикаго, 1991) [15].

В более современном арт-проекте «Metropolis» Саймона Биггза (S.Biggs, 2005) напольная и настенная видео-проекции городских видов Нью-Йорка и Багдада искажаются и разбиваются на хаотические фрагменты двух городов, когда зрители наступают на изображение на полу [16].

В предельном случае арт-объект может выходить из виртуальной реальности в реальную. Перенос движения из «реальной» реальности в виртуальную и обратно осуществляется в токийском офисном здании в дизайнерском проекте «Дуальность» (Duality, арт-сообщество «ART+COM», 2007). Шаги посетителя порождают световые круги на «воде» светодиодного озера, которые затем трансформируются в настоящую рябь на настоящей воде расположенного рядом декоративного бассейна [17]. Еще более интересной оказывается роль порожденной арт-объектом виртуальной реальности как проницаемой границы между двумя (внутренним и внешним) подпространствами «реальной» реальности — в проекте «Павильон цифровой воды» (Digital Water Pavilion, DWP) [18], представленном группой Smart Cities Group (MIT Media Laboratory) под руководством профессора В.Дж.Митчелла на выставке Expo92 Zaragoza (William J. Mitchell, 2008). Днем зрители/участники с удовольствием пробегали сквозь потоки настоящей воды, которая падала с крыши павильона фигурными струями и целыми фразами, заданными различными цифровыми алгоритмами, а вечерами любовались изображениями, нарисованными светящейся водой / на светящейся воде.

Разработчики проекта отмечают:

Это новая, среда, в определенном смысле исключительная. ...Клапаны могут открываться и закрываться с высокой частотой посредством компьютерных управляющих элементов. Так возникает занавес падающей воды с пробелами в определенных точках — узор из пикселей, созданный из воздуха и воды вместо светящихся точек на экране.

Вся поверхность становится постоянно прокручивающимся вниз цифровым дисплеем глубиной в один бит. Что-то наподобие струйного принтера в большом масштабе. Но как создать действительно текучую архитектуру с переменной конфигурацией? Наше здание имеет целью стать возможным ответом на такой вопрос. Текучее в буквальном смысле слова. А также текучее как реконфигурируемое, реагирующее на изменения здания. Различие между стеной и дверью может исчезнуть. Фасады могут стать непрерывной средой, которая открывается и закрывается интерактивно. Вода сама по себе динамична: она может изображать графику, узоры и текст. Но, наиболее важно то, что она может стать

почти живой и реагирующей на окружающую обстановку с помощью узоров, которые генерируются в реальном времени, копируются из одной точки в другую...

Например, как только прохожий приблизится, водяная стена может открыться, как Красное море перед Моисеем, и затем снова закрыться после того, как человек вошел внутрь. Или круглое отверстие может спуститься вниз, чтобы пропустить мяч, брошенный в водяную стену, позволив ему пройти сквозь стену, не намокнув. Такого рода возможности служат основанием для кардинального переосмысления наших концепций дверных и оконных проемов, их пропорций и конфигураций [19].

Большинство арт-объектов из смешанных пространств художественной коммуникации включают в себя маркеры инородности, фиксирующие искусственность арт-объекта и его реальности, своего рода «заклепки», функционально аналогичные тем, которые Э.Гормли поместил на свои клонированные тела. Например, коммуникативное пространство арт-объекта Drama House содержит образно-ситуативные маркеры виртуальности: слишком настойчивые звонки в одну и ту же квартиру вызывают в ней «взрыв» и «пожар». Часто встречаются интертекстуальные маркеры виртуальности, т.е. фрагменты вербальных и / или визуальных текстов. Так, в «Прочитываемом городе» при медленной езде в 3D-очертаниях городских кварталов Нью-Йорка, Амстердама и Карлсруэ отчетливо различимы и читаемы буквы и слова, складывающиеся в монологи экс-мэра Коха, Дональда Трампа, туристического гида, таксиста, мошенника и пр., взятые по большей части из архивных документов [20]. В цифровом водопаде DWP реальная материальность струящейся воды разрушалась возникавшими на водной стене и «стекавшими» вместе с водой словами, геометрическими узорами и цветными картинками [21].

Еще одним распространенным свойством смешанного пространства художественной коммуникации является элемент заданной случайности. Виртуальная составляющая коммуникативного пространства может формироваться вне зависимости от интенции зрителя/участника — в разных вариантах при каждом развертывании. Например, в рассмотренных выше примерах это окрестности в разное время суток и время года для велосипедной прогулки (арт-проект «Велосипед») и случайные образы для водяного экрана (проект DWP).

Еще один вариант смешанного пространства художественной коммуникации: виртуальное пространство выступает в роли канала, медиасреды, в которой находятся виртуальные копии/оригинал (в первую очередь, виртуальные картинные галереи или интерактивные компьютерные произведения [22]) и где возникает виртуальный/реальный контекст. Арт-объект тогда существует как таковой исключительно в виртуальной (компьютерной) реальности, притом, что его исходная «материальность» принадлежит «реальной» реальности, и там же остаются автор и (вос)принимающий субъект.

Таковым является, например, «гипер-проект» московского художника Игоря Каменева «Фантасмагория жизни», представляющий собой «коллагж» из 81 картины (9 по вертикали и 9 по горизонтали, каждая с собственным названием и автографом), который разворачивается одновременно в двух реальностях — как живописные полотна в «реальной» реальности и как их виртуальные проекции в компьютерной (виртуальной) реальности. Каждый из холстов размером 110x80 см, выполненных в широком спектре живописных стилей — от иконописи до фотореализма, от сюрреалистических сюжетов до абстрактных композиций — самодостаточен и одновременно находится в условной концептуальной и сюжетной связи с остальными. При этом увидеть гигантскую картину целиком можно лишь на сайте художника [23]. Именно виртуальное пространство Интернета — единственная реальность, в которой «Фантасмагория жизни» будет собрана в единое законченное полотно. В соответствии с замыслом художника по мере написания готовые работы занимают свои «клетки» в матрице проекта и образуют единое целое, продуцируя все вместе новое сообщение в виртуальном коммуникативном пространстве. В «реальной» реальности фрагменты этой большой и необычной картины разъезжаются по всему миру и становятся частью личных коллекций. При этом одна из возможных идей развития проекта в будущем — временное воссоединение и экспонирование гигантского паззла на какой-нибудь художественной площадке «реальной» реальности.

Другой пример — кросс-пространственный музыкальный проект (Гамбург, 04.03.2009), в котором разные инструментальные партии симфонии Брамса исполнялись отдельно в разных местах реального пространства (на стадионе, в отеле, в супермаркете и на городской набережной) и фрагменты этого музыкального сообщения превращались в единый текст лишь в виртуальном пространстве Интернета.

Гомогенное пространство художественной коммуникации второго порядка (виртуальная реальность)

Наконец, арт-объект может образовывать особое коммуникативное пространство (гомогенное пространство художественной коммуникации второго порядка), в котором все компоненты коммуникативного акта, включая отправителя и получателя сообщения, реализуются как таковые исключительно в виртуальном коммуникативном пространстве (например, на Интернет-площадке SecondLife) [24]. 2D-картины и 3D-инсталляции виртуальных художников из виртуальных художественных музеев и галерей такого типа доступны только зрителям / покупателям, воплотившимся в аватары, «резидентам» виртуального жизненного универсума. Более того, и сам художественный мессидж, и двусторонняя коммуникация возникает между виртуальными арт-объектами / субъектами, их виртуальной «материальностью» и «телесностью». Реальный человек из «реальной» реальности, осуществляющий интеракцию нажатием клавиш на клавиатуре компьютера и движением компьютерной мышки, становится лишь технологическим посредником, устройством для переработки и хранения художественной информации, используемой в виртуальном пространстве.

Вот как происходило, к примеру, посещение выставки виртуальной галереи Vision Gallery в пространстве SecondRussia (российского сообщества резидентов Second Life) в феврале 2008г.:

С уровня земли Vision Gallery выглядит как обычная двумерная галерея в Second Life,

демонстрирующая работы разных художников — здесь представлены одиннадцать художников из реальной жизни и из виртуального мира. Коллекция может похвастаться множеством 2D-работ, включая серию рисунков под названием «История джаза» Cristopher Fargis и изумительную красочную серию графики Wolk Writer.

Резидент, приблизившийся к консервной банке «Second Soup», подвергается атаке, и ему приходится взлететь, чтобы освободиться от злобной жестянки авторства Gazira Babeli [25]. Окружая аватару и мстительно подпрыгивая, железяка скандирует: «Тебе нравится поп-арт — поп-арт ненавидит тебя!».

Освободившись от атаки, вы замечаете странный шум. Вы слышите музыку, смешанную со звуками крушащихся примов, и пытаетесь понять, что происходит. Снаружи галереи громадный кран от умывальника, полный так называемого поп-арта от Gazira Babeli, низвергает на землю транспортные средства, мячи, ванны, гамбургеры, винные бутылки, скамейки, предупреждающие таблички и другие примы — традиционный инвентарь новичка после посещения Yadni's Junkyard. Образовавшаяся куча разваливается, и предметы аннигилируются.

А вот еще композиция, на которую стоит взглянуть. Расположена она на лужайке возле здания галереи. Стопка из 444 двухметровых примовых боксов пастельных тонов возносится в небо. Это остатки экспериментов Eifachfilm Vacirca.

Чтобы ознакомиться с главным объектом выставки, инсталляцией Drips & Drops от Juria Yoshikawa, придется взлететь к верхушке башни из коробок с помощью предоставляемых «перьев для полета» (или иным способом). Оказавшись у самой верхней точки, вы получите незабываемые впечатления от звука и изображений [26].

Примечательно, что иногда виртуальный арт-объект из коммуникативного пространства второго порядка возвращается в коммуникативное пространство первого порядка — в виде экспозиций в реальных выставочных залах, замыкая тем самым коммуникативные цепочки разных типов в единое гипер-пространство арт-коммуникации. Одной из таких художественных кросс-пространственных акций была выставка «Виртуальный Ренессанс» (Virtual Renaissance) и конференция «Искусство только для аватаров?» (Art for avatars only?), проходившие в Музее естественной истории Университета Флоренции в рамках «Фестиваля креативности — 2008» (октябрь 2008 — январь 2009 г.). Куратор выставки и организатор конференции — Mario Gerosa, автор книг о виртуальных реальностях и основатель первого бюро путешествий Synthtravels, которое организывает туры в виртуальную вселенную.

«Виртуальный Ренессанс» стремится создать культурный контраст между этнографией, антропологией и творческими артефактами изначальности и современным художественным авангардом, активном в социальных медиа и виртуальном мире. Цель состоит в том, чтобы перенести эти виртуальные / цифровые данные восприятия в «реальный» мир, определив наиболее значительные примеры художественной выразительности в Second Life [27]. Примечательно, что составляющей проекта было «Нашествие аватаров» в пространстве города Флоренция, которые предлагали свои услуги в качестве «реальных» гидов по виртуальному миру.

Подводя итог, подчеркнем, что пространства художественной коммуникации, порождаемые современными арт-объектами, все более подвержены виртуализации; они становятся все более «сложнопереосеченными», смешивающими «реальную» и виртуальную реальности и то и дело перебрасывающими зрителей/участников из одной реальности в другую, совсем, как в игре в теннис

* Это искусство (если вы хотите, чтобы оно им было).

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] Имеется в виду знаменитое высказывание Ж.Дерриды: «Ничто не существует вне текста», см.: *Derrida J. Of grammatology. Baltimore, 1976. P. 158.*

[2] *Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975.*

[3] *Мигунов А. С., Ерохин С. В. Алгоритмическая эстетика. СПб., 2010. С. 71-109.*

[4] *Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности : пер. с фр. / общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М., 2008. С. 55-56.*

[5] Шедевры Русского музея. Великие художники России на улицах Москвы // ARTТур project <http://www.arttour.org/about/> (дата обращения: 05.07.2012).

[6] *Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости : избр. эссе. М., 1996. С. 15-65.*

[7] Event Horizon // Antony Gormley [Электронный ресурс]. URL: <http://www.antonygormley.com/#/sculptures/projects/all?stripDetail=e0ac2b8b-e815-450e-8c8f-3060790a7b42&slide=0> (дата обращения: 07.07.2012); Event Horizon [Электронный ресурс]. URL: <http://eventhorizonnyc.files.wordpress.com/2010/02/eventhorizonofficialguidepoweredbytony.pdf> (дата обращения: 07.07.2012).

- [8] *Merton, R. K.* The Thomas Theorem and the Matthew Effect // *Social Forces* [Электронный ресурс]. 1995. 74 (2). P. 379-424. URL: <http://www.garfield.library.upenn.edu/merton/thomastheorem.pdf> (дата обращения 15.07.2012).
- [9] Event Horizon [Электронный ресурс]. URL: http://eventhorizonnyc.files.wordpress.com/2010/05/tumblr_11psq70r301qa87yl.jpg (дата обращения: 05.07.2012).
- [10] Welcome to Ace Hotel's Winners' Circle: A Roundup of Event Horizon Fan Photography. [Электронный ресурс]. URL: <http://eventhorizonnewyork.org/2010/05/26/welcome-to-ace-hotels-winners-circle-a-roundup-of-event-horizon-fan-photography/> (дата обращения: 11.07.2012).
- [11] *Маньковская Н. Б.* Эстетика постмодернизма. СПб., 2000. С. 312.
- [12] *Дьяконов В.* Интерактивная инсталляция Александры Дементьевой Drama house // Винзавод [Электронный ресурс]. URL: <http://www.winzavod.ru/events/xl260209.html> (дата обращения: 14.07.2012).
- [13] Legible City // Jeffrey Shaw Net [Электронный ресурс]. URL: http://www.jeffrey-shaw.net/html_main/show_work.php3?record_id=83# (дата обращения 14.07.2012).
- [14] *Балаховская Ф.* Ирина Нахова «Велосипед» // TimeOut [Электронный ресурс]. URL: <http://www.timeout.ru/text/display/10624/> (дата обращения: 12.07.2012).
- [15] *Lieser W.* Digital Art, Neue Wege in der Kunst. Potsdam, 2010. P. 244.
- [16] *Biggs S.* Metropolis // Littlepig, artworks and writings by Simon Biggs [Электронный ресурс]. URL: <http://www.littlepig.org.uk/installations/metropolis/index.htm> (дата обращения: 11.07.2012).
- [17] *Lieser W.* Opt. cit. P. 258.
- [18] Digital Water Pavilion [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dwp.qaor.net/?lang=en> (дата обращения: 11.07.2012). Идея «цифровой» воды воплощалась и раньше, например, в проекте Vit.Fall Дж. Поппа (Julius Poppe, 2006), однако «Павильон цифровой воды» предложил зрителю прямую коммуникацию в пространстве смешанных реальностей.
- [19] DWP Project [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dwp.qaor.net/?lang=en#project> (дата обращения: 14.07.2012); DWP Concept [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dwp.qaor.net/concept.php?lang=en&dir=concept> (дата обращения: 14.07.2012).
- [20] См., например: http://www.jeffrey-shaw.net/images/083_004.jpg (дата обращения 12.07.2012).

[21] См. видео: Digital waterfall with text in jet drops [Электронный ресурс]. URL: http://www.youtube.com/watch?v=IRrdYI_mKLS&feature=related (дата обращения: 12.07.2012).

[22] Например, интерактивные арт-объекты Meshy Голана Левина (Golan Levin, 1998), см.: FLONG [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flong.com/projects/meshy/> (дата обращения 14.07.2012).

[23] Живописный Гиперпроект «Фантазмагория Жизни» // Игорь Каменевъ http://www.kamenev.ru/html/index_r.htm , (дата обращения 17.06.2012).

[24] См., например, сайт <http://secondlife.com/>.

[25] Gazira Babeli — виртуальная художница, родилась в Second Life 31 марта 2006г., не имеет автора и поэтому сама имеет статус автора. Существует только в мире Second Life. Создает виртуальные «перформансы», основанные на подключении к программному коду Second Life. Изменяя программное обеспечение, она во время своих перформансов провоцирует у других аватаров неконтролируемые реакции и изменения. Например, в инсталляции Olymp Pong греческий храм начинает играть в пинг-понг, используя посетителей в качестве теннисных мячей. См. подробнее: *Lieser W.* Op. cit. P.121-122, 126-127.

[26] Невероятные инсталляции в Vision Gallery // SecondRussia : сайт российского сообщества резидентов Second Life [Электронный ресурс]. URL: <http://secondrussia.ru/news/1660.html> (дата обращения: 15.07.2012).

[27] Virtual Renaissance. The art of Second Life and other virtual worlds [Электронный ресурс]. URL: <http://mariogerosa.blogspot.com/2008/08/rinascimento-virtuale-show.html> (дата обращения: 15.07.2012).

© Е. В. Николаева, 2013.

Статья поступила в редакцию 11 января 2013 г.

Николаева Елена Валентиновна,

кандидат культурологии, доцент,

Московский государственный университет

дизайна и технологии (Москва),

e-mail: elena_nika@bk.ru

UDC [7.067+316.77]"312"

Nikolaeva E.

THE ART OBJECT AND ITS COMMUNICATIVE SPACES

Abstract. The study considers an art-object as a specific message. It investigates three types of communicative spaces initiated by different kinds of complex art-objects depending on the belonging of the participants and components of the communicative act to the "real" and/or virtual reality.

Any art-object, including digital ones, is a "text" (in J.Derrida's meaning) coded in a specific way or a message with a multiple addressee, and thus it can be described with the communication act formula by R.Jacobson. A traditional artwork causes image mediated communication, all participants and components (code, channel, etc.) belonging to the common "real" reality and homogenous communicative space (which we call the first order homogeneous communicative space).

Contemporary art projects often initiate besides the traditional vector of communication ("author-artwork-viewer") a viewer-object interaction (e.g. video installations "Metropolis" by S.Biggs, 2005; "Digital Water Pavilion" by Smart Cities Group; 2008 "Dramhouse" by A.Dementeva, 2009, etc.). Such art objects create a kind of communication space where the communicants are located in different realities (real and virtual) and the interaction vector repeatedly crosses the borders of the realities in both directions. The addressee involved into communication physically passes from one reality to another and consciously or in a random manner affects the events in the virtual reality and the "text" of the art message. The genuine author (addresser) is absent existing beyond/above the communication space like a demiurge who has created the laws of a virtual world. It is also possible when the art object can only exist as such entirely in virtual reality like the Brahms symphony in Hamburg (4.03.2009) with different instrumental parts being performed separately in different sites of real space and the fragments only assembled into the whole in the virtual space of the Internet. Another example of this kind is the hyper-project "The Life Phantasmagoria" of paintings by I. Kamenev (Russia). In all cases mentioned above one faces mixed (augmented) reality and gets into the first order heterogeneous communicative space.

Virtual space (first of all, the Internet) can serve as a kind of media-environment where virtual copies/originals are located (e.g. SecondLife galleries). Thus a virtual context emerges and both the author and the audience have to incarnate into avatar personalities to exhibit and to perceive art objects. There are some artists like Gazira Babeli who only exist in virtual reality. Art communication spaces of such kind constitute the second order homogeneous communicative space. Finally, a virtual art object may come back into the first order communicative space – as an exhibit item in real life art galleries (e.g. "Virtual Renaissance, Florence, October 2008 – January 2009) – to loop communicative chains of different types in the integrated hyper-space of art communication.

Key words: art object, art communication, communicational space, media art, virtual reality.

Nikolaeva Elena Valentinovna,

PhD in Culturology,

The Moscow state university of design and technology (Moscow),

e-mail: elena_nika@bk.ru