

ПРОЦЕСС:
ПРОБЛЕМЫ
И РАЗМЫШЛЕНИЯ

Елена ВИНОГРАДОВА

**ЮРИЙ ГРЫМОВ:
ОТ ДИЗАЙНА К МЕДИАОБЪЕКТУ**

*Существуют авторы, влюбленные в образ,
а существуют авторы, влюбленные в реальность.*

Ж.-Л. Годар

*На самом деле все, чем я занимаюсь—это
режиссура: и кино, и театр, и реклама, и фотография, и все остальное...*

*Занимаясь дизайном, я имею возможность
визуально манипулировать*

Ю. Грымов

В творчестве режиссера и художника Юрия Грымова как в зеркале отразились процессы зарождения масскульта и его «самопереваривание». Грымов, безусловно, стоит на перекрестке неких важных культурных процессов, которые мы и будем исследовать.

Как известно, в наши дни искусство успешно «переваривается» в недрах медиа и становится медиа-искусством. Границы не только жанров, но и родов искусства стали более чем когда-либо, нечеткими. Можно сказать,

Журнальный вариант дипломной работы, защищенной во ВГИКе в 2007 г. и удостоенной приза журнала «Киноведческие записки».

что с возникновением компьютерных технологий и развитием телевидения появились нервная и кровеносные системы, которые связали литературу, театр, кино и другие искусства в один медиа-объект.

Корни этого явления просматриваются в начале века. С приходом машинного производства происходит бурное развитие городов. Стремительный процесс усреднения культуры города, смыкание культуры «низовой», замешанной на фольклорных традициях, и культуры «верхов»—результата эстетически осмысленного индивидуального художественного творчества,—сопровождает рубеж XIX–XX веков. Возникает, быстро укрепляет позиции и расцветает новое явление городской культуры—массовая культура, в частности, в начале XX века появился дизайн, проложивший путь к созданию медиа-объекта.

В течение прошлого века масскульт трансформировался, обретал новые виды и формы—не в последнюю очередь благодаря развитию техники. Технический век предложил множество способов тиражирования, репродуцирования произведения искусства, став эрой эрзацев и симулякров в культуре.

Дизайн как промышленная обработка искусства. Баухауз

Само тиражирование объекта, как пишет Жан Бодрийяр, по сути своей нашло опору в коллективном бессознательном—тиражирование появилось и стало необходимым под давлением массового вкуса. Предметы обихода становились этакими оберегами, помогая также четко размечать территорию. Жан Бодрийяр в главе «Тактика горшка и кашпо» книги «К критике политической экономии знака» пишет: «Избыточность—это вся система театрального и барочного обертывания домашней собственности: стол покрыт скатертью, а она сама предохраняется другой пластиковой скатертью. Занавеси и двойные занавеси на окнах. Ковры, чехлы, войлок, панели, абажур. Каждая безделушка покоится на маленькой скатерти. У каждого цветка свой горшок, а у каждого горшка—кашпо. Все предохранено и заключено в рамку. Даже в саду каждый участок окружен изгородью, каждая аллея подчеркнута кирпичами, мозаикой и т.п. Все это можно анализировать как тревожное влечение к подразделению, как навязчивую символику: не просто обладать, но подчеркнуть два, три раза то, чем ты обладаешь—таково наваждение владельца загородного особняка, какого-нибудь мелкого собственника. Бессознательное здесь, как и повсюду, проговаривается в избыточности знаков, в их коннотациях и в их нагруженности»¹.

То же пишут исследователи и о «низовом» вкусе, о так называемом дурновкусье, которое породило такое явление, как кич. Они приходят к выводу, что это—средство для ограждения маленького личного мирка от хаоса окружающего мира, страх перед которым тесно связан с мировоззрением «обыденного человека» (а таких большинство), боящегося за свое благосостояние и его же ценящего превыше всего.

Г.Честертон в эссе «Упорствующий в правоверии» призывал не смешивать эволюцию в искусстве и в нравственности, говоря, что только тем, кто

живет в мире мнимостей (коиими, по мнению Г.Честертона, и занимается «элитарное искусство»), изображение «роз и слез», которыми изобилует «конфетная» живопись, может казаться скучным и «пошлым».

Таким образом, по Г.Честертону, люди, привыкшие жить в категориях реальной жизни—то есть превыше всего ценящие то, что принято ценить в существующей в их обществе системе координат, никогда не перестанут любить то, что отражает эту жизнь, поскольку другое им будет непонятно. И более всего такие люди станут ценить «нагромождение», «концентрацию» этой реальности, то есть мещанскую избыточность или же—кич, как нечто, дарующее больше покоя, чем, скажем, высокий реализм. Однако восприятие кича двойственно. Избыточным жанром он становится только для тех, для кого «конфетная» живопись является пошлой, и для тех, кто, по словам Г.Честертона, обрадуется «любому новшеству и восхитится тем, кто нарисует розу черной <...> а лунный свет—зеленым»². Для тех же, кто считает, что «розово-слезное» искусство отражает жизнь, оно является не кичем, а утрированной реальностью.

Это подтверждает и Олдос Хаксли устами героя «Гения и богини»: «Характерная черта реальности — присущее ей несоответствие <...> лучшим образцам Мысли и Слова... Странная штука, но ближе всего к действительности оказываются как раз те книги, в которых, по общепринятому мнению, меньше всего правды»³.

Хаксли сформулировал своеобразный «ключ» к массовому вкусу, любящему избыточность страстей, форм и цветов во всем—от ярких цветных комедий до беспредельно чувствительных мелодрам или дамского слезливого чтива, от мега-героических боевиков до красивой одежды, яркого макияжа и множества аксессуаров. Что же касается бодрийеровского обертывания, многослойности, избыточности, то можно вспомнить русских купчих-кутаний. Вот уж где избыточность тела, юбок, красок...

Интересно, что в этом смысле дизайн—явление, скорее, мужское, поскольку несет идею отграничения и некоего аскетизма. Кич как избыточное накопление, обертывание и пресыщение—явление более женское, гнездовое. Дизайн математичен, придя на смену стихийному, женскому по своей сути бессознательному, стремившемуся к опоре и покою, дизайн привнес в жизнь рациональный элемент, уравновесив чувственную избыточность и машинную функциональность.

Как пишет А.М.Яковлева в книге «Кич и художественная культура», «кич—ментальный способ сделать мир твердым, надежным, прозрачным для обыденного сознания, для “простого человека”. Отсюда—особая потребность нормального обывателя сделать этот свет пригодным для житья путем приручения его украшением, членением пространства и времени, привычной семантизацией быта и отсюда же—неприятие всего этого революционной интеллигенцией, притязающей на изменение самой жизни в ее основах, или хотя бы высоколобость в ее осмыслении и на протяжении своего своего полторавекового существования обзывающей простого человека и его мир “мещанством”»⁴.

Яковлева вспоминает коврики с лебедями, которые после войны производились из бумаги,—тепла они совсем не давали, т.е. были не функци-

ональны, но раскупались моментально, потому что давали возможность застолбить свое пространство и согреть его эмоционально.

Такую же роль для человека могут сыграть его детские вещи—пусть ярких цветов, пусть с аляповатыми рисунками... Если человек уязвлен, он может убежать в это «старое доброе» и углубиться в воспоминания. Со стороны все эти вещи могут выглядеть кичем, как выглядит кичем одежда известного дизайнера Андрея Бартенева, яркая, пестрая, шитая из ковров и пеленок.

Вот эта мешанская избыточность, символ достатка и душевного спокойствия, и стала образцом кича. Все эти глиняные кошки, слоники, салфеточки на комодах, и позже—оформление ВСХВ—ВДНХ (сталинский ампир с идеей величия и мощи, опять же—избыточных), все эти девушки с веслами, огромные скульптуры животных—символы здоровья и плодородия...

То, что мы знаем как кич, на самом деле является художественной рефлексией раннего мешанства, эстетикой одноэтажной Москвы, Третьей Мещанской. Сегодня уже существует то, что можно обозначить как пара-кич (то есть стилизация под тот самый первый, ничего не стесняющийся кич), уже оформившийся как явление, но еще не определенный как «пошлость и мешанство».

Но, как и кич, рефлексия на тему кича, как ни странно, выполняет ту же базовую функцию защиты от страха перед окружающим миром.

В кинематографе стремление к базовому, к структурированию вылилось в обращение к мифологической основе. Как пишет Н.Зоркая в книге «Уникальное и тиражированное»: «Архетипы сказки и легенды и соответствующие им архетипы фольклорного восприятия, встретившись, дают эффект интегрального успеха массовых фаворитов»⁵. А М.Ямпольский в «Полемических заметках об эстетике массового фильма» замечает: «Действительно, успех у аудитории очень тесно связан с мифологическим слоем произведения. “Сильные” жанры—триллер, фантастика, вестерн—всегда опираются на “сильные” мифы»⁶. То есть, чем более сказочно в основе своей произведение, чем более сказочный и «нежизненный» миф лежит в его основе, тем большего душевного отклика можно ожидать от широкой публики.

Вместе с тем, справедливо дополняет эти соображения Ю.Богомолов: «Опоры на фольклор, развлекательность, зрелищность, серийность и профессионализм авторов еще не достаточно для масштабного успеха медиатекста массовой культуры, так как популярность также зависит от гипнотического, чувственного воздействия. Вместо примитивного приспособления под вкусы “широких масс” угадывается “тайный подсознательный интерес толпы” на уровне “иррационального подвига и интуитивного озарения”»⁷.

Вот тут мы напрямую выходим на такое понятие как воздействие знака, то есть на дизайн. Именно он начал усложнять цепочку, начатую кичем. Как пишет Павел Родькин в книге «Экзистенциальные интерфейсы. Опыты коммуникативной онтологии действительности»: «Глобализация действительности повышает роль визуального (= художественного) образа, так как он всегда имманентен, эмпиричен и необходим. Дизайн не только

преобразует культурную семиотику, но и сдвигает все колоссальное здание старой, ставшей уже привычной гносеологии <...> Пространство, подвергнутое дизайну, как таковое становится более ценным для восприятия, оно имеет иные коммуникативные переживания и стоимость. Потому что коммуникация — это не только процесс передачи информации, но и явление Информации. И дизайн является не просто процессом изготовления знака, письма, но и сам является Письмом. Дизайн становится состоянием действительности. Мобильный телефон или упаковка сока приобретают атрибут дизайнерского продукта. Дизайнерская одежда, дизайнерские часы и машины—все эти дизайнерские объекты вызывают чувство удовлетворенности и спокойствия. Приобретение и использование дизайнерской вещи в постиндустриальном обществе если пока и не стало признаком благонадежности (хороший сюжет для очередной антиутопии), то уже имеет тенденцию к этому»⁸.

П.Родькин говорит и о том, как изменилась в связи с этим сама практика искусства: «Если в первой половине XX века верхом эстетического героизма было вынесение на передний план вещи (например, писсуар Дюшана, выставленный в Лувре), то уже начиная с 60-х искусство оперирует знаками. Дизайн уже производит одни только знаки»⁹.

Но производством знаков дизайн не исчерпывается. Сейчас все, обозначенное дизайном (а им уже обработано почти все), образует новую медиа систему, новый язык, с помощью которой можно общаться. Это констатирует и исследователь дизайна: «Из вида деятельности по обслуживанию коммуникации дизайн последовательно сам превращается в коммуникацию. Он переступает порог, который в свое время переступили архитектура и живопись»¹⁰. И далее: «Ситуация такова, что для дизайнера нет разницы, что модифицировать: реальность или виртуальность, соединенные теперь в единую коммуникацию, а значит, доступные для познания и восприятия. А отсутствие искусственной оппозиции означает отсутствие запрещенных тем и закрытых пространств. Истинный (онтологический, а не наивный социально-политический) процесс глобализации мира происходит на уровне деконструкции всех возможных миров и параллельных вселенных. Отдельные матрицы утрачивают свою ценность вне общего потока коммуникации, подобно тому, как один музыкальный клип уже ничего не значит сам по себе, а обретает ценность только в потоке вещания музыкального канала. Отныне бытие едино и неделимо, оно пребывает в экстазе коммуникации! Дизайн создает дискурс без страха называть вещи своими именами и в этом окончательно сливается с действительностью»¹¹.

Дизайн, по видимости, становится еще одной философской системой, где максимально проявлена своеобразная «практическая космология». Дизайн становится еще одной системой, желающей быть, по выражению философа С.Булгакова, «концом мира, завершением истории, которая, однако, все продолжается»¹². Хотя прогрессивная функциональность дизайнера со временем оказывается все более исчерпанной.

Таким образом, дизайн превращает хаос в космос, но делает это совершенно особым образом. Не случайно дизайн—это еще и новая демонология, новое непознанное, то, что является и знаком и письмом однове-

менно, то, что являлось когда-то способом обработки действительности и превратилось в саму действительность.

Но если мы вдуваемся, что такое дизайн с точки зрения психологии, то придем к выводу, что это не только тяга к прекрасному (ставшая теперь, во многом благодаря дизайну, избыточной и навязываемой), но и готовность принять что-то новое. Дизайн запустил конвейер желаний новых объектов, именно поэтому дизайн и стал одним из инструментов механизма торговли, ставшей уже и тотальным механизмом коммуникации. В будущем, как ожидают исследователи, визуальные коммуникации будут более скоростными, чем все известные формы передачи послания.

И именно дизайн «вырастил» из «функционально-магического» кича медиаобъект, являющийся словом, знаком, картинкой и предметом одновременно.

Важную роль в развитии дизайна (который сейчас фактически властвует над миром) сыграла немецкая школа Баухауз (Bauhaus)—основанная в 1919 году архитектором В.Гропиусом в Веймаре, а в 1925-м переведенная в Дессау Высшая школа строительства и художественного конструирования (*Hochschule für Bau und Gestaltung*). Девиз Баухауза—как учебного заведения и архитектурно-художественного объединения: «Новое единство искусства и технологии». Влияние идей Баухауза наиболее заметно в функциональной архитектуре современных офисов, фабрик и т.п. Кредо Баухауза—художник, ремесленник и технолог в одном лице. Оно оказало глубокое воздействие на прикладное и изобразительное искусство—от книжного иллюстрирования и рекламы до мебели и кухонной утвари. Проповедуя эстетику функционализма, руководители Баухауза ставили целью выработать универсальные принципы современного формообразования в пластических искусствах; они стремились комплексно решить проблему обустройства быта, учили осознавать особую красоту обусловленных функциональностью форм предметов. Машины, техника в эстетическом пространстве Баухауза считались позитивной силой и наиболее совершенным из инструментов мастера. Доступность гармонии—вот цель Баухауза.

В наши дни идею Баухауза напрямую продолжают шведские дизайнеры проекта ИКЕА, которые соединили промышленный дизайн и опору на уют, столь необходимую простым людям. ИКЕА—лучший пример того, как сочетается функциональность и дизайнерская обработка пространства. В этом смысле более всего интересны в продукции ИКЕА плакаты, представляющие собой постеры с картин, написанных маслом (и издавелока ничем от картин не отличающиеся). Вот это настоящее выражение идей Баухауза в наши дни—картина превращена в постер, а потому может быть доступна каждому.

То же и со слоганами, которые обладают баухаузовской функциональностью слова, и в то же время широко используются дизайном, выполняя роль блестящей приманки.

Жан Бодрийяр отмечает, что наша технокультура сформировалась вследствие перехода «от металлургического общества к семиургическому». Баухауз дает этому процессу теоретическое обоснование. «Именно Баухауз внедряет такую универсальную семантизацию окружения, в которой все

становится предметом исчисления функций и значений. Тотальная функциональность, тотальная семиургия»¹³.

Своеобразная чувственность Баухауза—также очень важный для нас момент. Баухауз был лишен лишь одного—некоего иронического остранения, которое на излете века столь ярко проявится у так называемых постмодернистов. Но корни всего поп-арта, кичевой эстетики и дизайна как такового кроются в недрах теории и практики Баухауза.

Персона, стоящая на перекрестке

А.Яковлева пишет: «Представляется очевидным, что в российской культуре XX века происходило чередование двух типов мироощущения: ориентированного на вещную бедность, аскетизм, “естественность” — и ориентированного на материальное изобилие, богатство, “искусственность”. Так, в 1920-е и 1960-е годы в моде аскетичность, простота, минимализм, в 1950-е и 1970-е — изобилие, заставленность, многослойность»¹⁴.

Если продолжить выявленную последовательность, то получится что 1990-е годы в России закономерно стали годами расцвета кича не только в связи с неустойчивыми временами (а кич, как мы помним, всегда служил некоей эстетико-функциональной опорой как коллективному бессознательному, так и индивидуальному сознанию: из-за двойственности восприятия кича для одних он—всерьез, для других—игра, причуда культурного слоя), но также и вследствие обретения некоторых демократических ценностей и прикосновения к западной культуре, давным-давно усвоившей клиповую эстетику и медиа-дизайн.

Юрий Грымов тоже носитель идеи Баухауза, отмеченный, однако, остраняющим, в чем-то постмодернистским остроумием, а также декадентской чувственностью и избыточностью во всем. Он работает на вторичном материале, на материале не действительности, а культуры, отличаясь от постмодернистов с их культом тотальной разрушительной иронии тем, что никогда не иронизирует над своим материалом, закладывая в текст только лишь игру с культурными пластинами.

Грымов—персона неоднозначная. Будучи в наши дни более чем востребованным, он умудряется гордо нести и культивировать печать одиозности. У него получается до сих пор считаться молодым, подпольным и дерзким рекламщиком и при этом поработать почти со всеми крупными компаниями Москвы. Он режиссер двух скандальных спектаклей, автор четырех картин, две из которых сильно озадачили критиков своим «варварским» небрежением к школе кинорежиссуры. Он создатель журнала «Посмотри», шокировавшего неподготовленного постсоветского читателя откровенной эротикой. Он автор множества видеоклипов, прекрасный рекламщик, дизайнер, разработавший не один креативный стиль. Он еще много-много чего... Важно одно: что бы ни делал Юрий Грымов, он ощущает себя режиссером, демиургом. Грымов всегда подчеркивает свою полную власть над тем пространством, которое он создает. Подход Грымова—это подход икебаниста или художника, располагающегося в пространстве одного лишь холста. В основе всегда принцип статики.

Грымов мыслит, прежде всего, отдельными кадриками, застывшими мизансценами.

При этом он прекрасно понимает суть визуальности как таковой. Это—манипуляция. Грымов, как манипулятор, выбрал два беспрюграммных хода—ограничение и укрупнение. И хотя он, хитрейший миф-мейкер, любит генерировать красивые самоценные слоганы, «внутри» Юрия Грымова нет никакой сверх- или под- идеи, которую можно выразить словами. Он целиком исчерпывается пространством визуального, жестко его ограничивая и формируя, также жестко очерчивая для нас ту самую замочную скважину, сквозь которую мы будем пытаться рассмотреть его внутренний мир.

Грымов во всем, что делает, жестко монтажен и неслучаен. Все его произведения исключительно индивидуальны, субъективны—ничто не может попасть туда просто так, с «общим течением жизни», как, скажем, в фильмах «новой волны». Только—отражение фантазии или намерений режиссера, чье мышление статично-монтажно, в том самом эйзенштейновском значении слова «монтажное», как порабощающее окружающую среду.

И как бы ни довлел в работах Грымова образ, он никогда не подавляет самого Грымова, снимающего странное статуарное кино, не вполне соответствующее понятию «кинематограф».

Всем известно, что Юрий Грымов не имеет никаких режиссерских дипломов, как, кстати, и Джим Джармуш. Джармуш всегда был несовершенно с кинематографической точки зрения. У него, как и у Грымова, были трудные отношения с монтажом. Но, если Джармушу всегда, по его словам, было лень монтировать, потому что он не умел этого делать, то у Грымова трудности как раз от переизбытка его внутренней «монтажности»: он режет там, где надо и не надо, одним из первых в новом русском кино явив пример клипового мышления (в фильме «Му-му» план меняется каждые 3–4 секунды).

Как и Джармуш, Грымов монтирует совершенно «варварски», не по кинематографической «науке». Для Грымова монтаж всего лишь необходимое техническое средство создания фильма—как нить, с помощью которой он соединяет то, чем занимается, создавая образы, которые в результате «скалдываются» не образ произведения, а образ самого Грымова, независимо от того, какими средствами он пользуется, к каким видам искусства прибегает для высказывания.

Манипуляторский талант в сочетании с удивительным мастерством генерировать образы сделали Юрия Грымова уникальной медиа-персоной, феноменом времен нерасцветшего в полную силу русского «гламура». При чем самыми интересными областями его творчества стали не кино, не реклама и не дизайн, а фотография и театр.

Фотография, глянец и «Факел»

«Окружающее меня грузит, я слишком много вижу. От этого можно сойти с ума. Если я внимательно смотрю на окружающий мир, то очень сильно устаю, поэтому мне надо его обязательно ограничивать. И вот рамка фотоаппарата как раз ограничивает этот мир. Такой мир становится ком-

фортней <...> Но это не значит, что я пытаюсь сделать мир меньше, наоборот, я делаю мир больше, укрупняя внимание на каких-то его деталях»¹⁵.

Сформулировав свои постулаты—ограничения и укрупнения—Юрий Грымов стал создавать свой мир, состоящий из света, тени, ракурсов и его личного выбора. Первое, что бросается в глаза на всех его фотографиях—рамка, исполненная в стиле ретро. Это, безусловно, стилизация, ретро-отсылки—один из важнейших мотивов творчества Грымова. С помощью ретро он реализует так любимую им статику на уровне не просто структуры, а на уровне самого образа, создавая некую кукольность изображения.

Из области ретро у Грымова и та потертость кадра, за которой можно спрятать все, любой объект. С помощью этой потертости можно добиться и того, что сама пленка будет казаться старой. Всем этим Грымов активно пользуется.

Но ретро мило Грымову еще и потому, что процесс его создания интересен и сложен. Чтобы стилизовать, нужно не только знание «фактуры эпохи», вещной среды, костюма, но и чутье цвета, света, мельчайших деталей и оттенков. К ретро-эстетике Грымов обращается практически везде, вплоть до относительно недавней работы—фирменного стиля бутика Давыдофф.

При этом в первом своем полнометражном фильме («Му-му») режиссер не нашел места для ретро-вставок, будучи очевидно настроенным исключительно серьезно по отношению к своему кинопроекту и не ощущая под ногами почвы для эстетских игр. Тогда как еще один большой любитель стилизаторства Алексей Балабанов в том же 1998 году в фильме «Про уродов и людей» вдоволь порезвился на ретростилизации, используя, кажется, все возможности игры в стили.

Грымов работает с культурными слоями чрезвычайно серьезно, что называется, «без фиги в кармане». Можно сказать, влюбленно отдается стилю. Но он не формалист. Формалист всегда смотрит извне, а Грымов, занимаясь, по сути дела, манипуляцией, полностью растворяется в том, что создает. И в этом феномен Юрия Грымова.

Но вернемся к рамке кадра. Кроме выполнения стилизаторской функции, рамка ограничивает пространство и служит как бы двойным дискурсом, как лицо, на которое наложен макияж и которое становится объектом, произведением искусства, маской.

Рамка в фотографии модели Клаудии Шифер буквально отслаивается, контрастирует с тем, что внутри нее. Ни к чему, на первый взгляд, и полоса, отсекающая часть лица модели.

Но это и есть абсолютный грымовский дискурс—ретро-рамка в фотографиях на любую тему. Кроме этого избыточного ретро и увлечения потертостью как визуализацией стекла объектива, как некоей обнаруженной гранью между изображением на фото и зрителем, Грымов исключительно лаконичен.

Его фотоработы можно условно разделить на «театрализованные», в которых объект усложняется, и «киношные», в которых сам объект донельзя прост, зато активно использован язык света, композиции, ракурса. К примеру, в одной из его «постановочных» работ—«Доярке»—мы видим в луче



света обнаженную полную женщину с косой и корову, обвешенную бусами и обряженную в пестрые платки, на одном виднеется лейбл «Шанель». Все вместе—это нечто лубочное с ядовитым намеком на соцарт и на что-то в духе: «налетай, торопись, покупай живопись» из легендарного фильма Леонида Гайдая. Плюс—грымовская ирония по поводу логотипов и «гламура». Все это создается Грымовым не объективом камеры, а перед объективом (как и в портретах Инги Оболдиной, Сергея Маковецкого и Максима Суханова).

Но в портрете Максима Суханова задействовано видение чисто художническое, а не дизайнерско-рекламно-оформительское. Посмотрите, как работает линия—округлость головы, плавно переходящая в округлость плеч, отчетливо вырисовывается на черном фоне, при этом нечто в руках у Суханова ассоциируется с очертаниями его головы. Портрет, собственно, так и называется—«Голова».

Обтекаемый, плавящийся силуэт, тем не менее, тверд, а наклонившаяся вперед голова задает направление и выглядит как таран. Головоподобный предмет в руках у Суханова довершает картину общей амбивалентности. Таким же приемом пользовался Сальвадор Дали в фаллических изображениях, наводнив свои картины знаменитыми «мягкими машинами».

На портрете Суханова Грымов тоже создает своеобразную «мягкую машину». Общее с Дали у него и то, что у Дали при всей размытости смысла тоже невероятная четкость, выпуклость рисунка. Четкость рисунка для Дали—краеугольный камень. Его рисунок затейлив, наполнен невероятными мелочами, пластичен и текуч—одни только плавные линии, наполненные, тем не менее, упругой силой, округлые предметы, обтекаемый, стекающий куда-то мир, как будто плавящийся не то в жарком испанском воздухе, не то в пекле мозга самого художника.

Дали затейлив именно в создании образа, вычурного, «вкусного». Поэтому так легко пресытиться его картинами, поэтому над ним принято слегка иронизировать в художнических кругах и недолюбливать в среде искусствоведов. Своими образами Дали «исчерпывается полностью». Как и Грымов.

Если же обратиться к уровню ниже, к уровню «потребительской» образности, то увидим, как здесь комфортно работает другой художник-образник—Никас Сафронов. Если Грымов широк, ищет себя на разных поприщах и в разных темах, то Сафронов просто использует освоенную им однажды технику создания «продаваемого» образа, используя наиболее полюбившиеся зрителям эпатажные образы. Грымов эти образы создает сам, но принцип эпатажности, оригинальности, вызывающей удивление, для него тоже обязателен.

Вспомним «Коллекционера» (2001), второй полнометражный фильм Юрия Грымова. Это своего рода гимн объекту, как одиночному, так и растражированному, правда. Камера Сергея Мачильского панорамирует по объектам для того, чтобы показать не только суть персонажа, но и суть творчества Грымова. Причем объекты в том же «Коллекционере» подобраны не просто так, а с расчетом на эпатаж, в той мере и в том качестве, которые в данный момент демонстрируют гляцевые журналы, типа «ОМ», которые читает «продвинутая» молодежь.

С «Коллекционером» Грымов в определенном смысле немного запоздал. К 2001 году интерес «продвинутой» молодежи сместился от Объекта к Процессу. Визуальность стала переходить в Медиа.

Второй тип фотографии у Грымова—то, что мы условно обозначили как фотографию «киношную». Это своеобразные «фильмы без интриги», «формальные» картинки, на которых больше всего «трудятся» свет и ракурс. Интересна в этом смысле работа «Одиночество», где на своеобразном кресте из лучей лежит некий объект, «играющий» своим цветом. Интересно поймано преломление луча на плоскости и то, как создается цветом и светом сам крест. Этому операторскому упражнению по композиции и цвету в то же время невозможно отказать и в логике.

Композиционно интересна и работа «Брус». Плоская, жесткая, ярко-белая вертикаль бруса уравнивается слегка расфокусированной, находящейся в глубине точкой, создающей ощущение пространства за брусом, который расположен точно посередине картины и нуждается в некоем «необязательном элементе», разрядившем бы напряжение симметрии.

Феномен Юрия Грымова в том, что все свои произведения, объекты, будь то кинофильмы, журналы, театральные постановки, он «покрывает» неким слоем не то чтобы глянца, но чего-то «перформансообразующего». Грымов, несмотря на разнообразие тем и смыслов, странным образом, унифицирует свои произведения, добавляя в них что-то такое, отчего они неизменно прочитываются как «актуальные».

Грымов вкладывает в каждое свое творение коды, сигналы актуальности, такие постмодернистские «крючочки», которыми он, опытный рекламщик, пользуется виртуозно.

Если проанализировать тематику его фоторабот, можно выделить три мотива:

- Артхаусная помойка.
- Ретро/кич.
- Фрейдистские мотивы.

Эти основные темы чаще всего проявляются в тех его работах, которые обращены «к публике», например, на обложках журнала «Факел», которым он руководит. Причем, если вопрос поп-арта, «помойки искусства» и «ретро-кича» в журнальной фотографии Грымова интересует постольку, поскольку это обладает своеобразным градусом актуальности, то с «фрейдизмом» у него, как и у Сальвадора Дали, отношения особые. «Фрейдизм» перекрывает у Грымова в журнальной фотографии и в кино даже ретро/кич/артхаус. Когда Грымов выходит «на публику», он, оставаясь самим собой, добавляет в свои работы чуть больше «актуального», чем ему нужно для

себя, и густо поливает все «соусом», замешанным на «фрейдизме». Собственно, из этого и состоит gryмовский глянец—Грымов делает вид, что стоит у занавески, за которой что-то недозволенное, более того, он сам своим творчеством вызывает ассоциации с чем-то недозволенным, хотя ничего невиннее этой его игры нет.

Его обещания «запретного» мимолетны, легко сменяясь новой игрой и новой картинкой. Тем не менее, все, что Грымов делает «на зрителя» (кино, журналы) «работает» за счет явного фрейдистского дискурса—все, кроме рекламы, которую Грымов считает, возможно, в каком-то смысле более «прямой», а посему более честной, чем визуальные манипуляции в фотографии и в кино.

Однако сказать, что Грымов спекулирует на теме секса, было бы не верным. Грымов—художник, проповедующий свободу, но как всякий, родившийся в конце 1960-х—начале 1970-х годов, он проповедует свободу, заимствованную у западных образцов.

Театр

Сальвадор Дали упоминался выше не случайно. Именно с него начались театральные поиски Юрия Грымова. Грымову близок легко визуализируемый язык Дали. И то, что в основу спектакля были положены дневники художника, говорит о многом. У Грымова в любом интервью каждое слово отточено, обработано. Дали тоже никогда не допускал случайностей. Текст его дневников течет в спектакле нескончаемым потоком образов, все произнесенное врезается в память—о беременной земле, о языке тела, о хвостах (которых нет у людей) для отвода газов...

Внешне спектакль вычурно-лаконичен: разбирающийся на части ярко-красный обтекаемый сюр-диван; в таких же красных костюмах три Сальвадора Дали; а во втором отделении—в белых платьях с красным подбоем три Галы (одну из которых, Ингу Оболдину, можно считать лицом gryмовского театра).

Но самое важное то, что спектакль напомнил нашему театру про монтажный принцип. Можно сказать, что «Дали»—это настоящий монтажный спектакль, смонтированный из ритмов, движений, резких звуков и световых эффектов. Это было безусловным новаторством. В итоге спектакль получился более кинематографичным, нежели все gryмовское кино.

В основе «Нирваны» (2003) тоже лежит монтажный принцип, но в этом спектакле Грымов сосредоточился на истории персонажа, пережившего, как это часто бывает, свою славу и попавшего в плен наркозависимости. «Нирвана» также образна, также обращается к эмоциям, ибо Грымов никогда не работает с другим материалом, но она более спокойна—как творение человека уже во многом познавшего себя.

Реклама

Удивительно, но Юрий Грымов, приверженец статики и малых форм (точнее—образа-картинки), именно в рекламе более всего проявил себя как

универсальный художник, одинаково свободно владеющий любым визуальным языком—языком фотографии, кино, всеми рекламными манками. Реклама Юрия Грымова поражает, прежде всего, нестандартностью подхода, его ролики действительно запоминаются. Ранние можно даже считать шедеврами («Белый Орел», заставки для Второго канала). Именно в рекламе видно, как Грымов ценит культуру, как уважает традиции.

В ней он совершенно не использует фрейдистские образы, очевидно, некая гордость профессионала и азарт не позволяют ему пользоваться такими «тяжелыми» приемами. В рекламе Грымов чаще всего прибегает к юмору: «Ты кто?—Я? Белый Орел!» или: «Читайте ТВ-парк и... ваши волосы станут мягкими и шелковистыми!» Если в своих журнальных работах он намеренно создает напряженность, заставляет читателя буквально дымиться от навешиваемых «запретных» ассоциаций, то в рекламе Грымов ищет для своего зрителя комфорт, создает атмосферу, в которой человек может отдохнуть душой и расслабиться—располагающие интонации, юмор, беззлобное пародирование. Зрителю кажется, что рекламщик, который высмеивает рекламу, как бы на его, зрителя, стороне. Да и весело-любственное использование классики тоже «смягчает» для зрителя восприятие рекламы, освобождает от чувства, что ему «опять хотят что-то впарить», столь болезненно переживаемое в начале 1990-х.

Грымовская реклама, как та, что была представлена на фестивале «Каннские Львы», являет собой скорее мини-фильмы. Кажется, что режиссера больше интересует оригинальность этих фильмов, нежели результат—продажа продукта. Если сегодня реклама переключает людей на семейные ценности, домашний уют (реклама соков «Добрый» и т.п.), то Грымов изначально предлагал нечто более действенное—юмор, культуру, оригинальность. Его реклама не просто развлекала, она—тонизировала, прочитывалась как «независимая» и вызывала интерес.

Интересно, что яркий творческий старт Грымова пришелся на стадию так называемого «первичного накопления капитала» в России, на годы, о которых пишет Виктор Пелевин в книге «Покорение Пи». Безусловно, к раннему творчеству Юрия Грымова, в том числе и рекламному, применим эпитет «кислотное»: в его личном понятии об «актуальности» отразилось то самое время, когда в России только-только началось на новом, капиталистическом, витке смыкание низовой и элитарной культур. За некий образец был принят тот самый яркий «кислотный» постмодернизм 1990-х годов, который остается до сих пор не до конца исчерпанным.

Кино

Как кинорежиссер Юрий Грымов дебютировал в 1996 году фильмом «Мужские откровения»—камерной провокационной короткометражкой по повести Ренаты Литвиновой «Третий Путь» с тремя актерами и убийством (для премьеры были сделаны сувениры в виде презервативов). Как вспоминает сам Грымов, после премьеры в Доме кино, ему никто ничего не сказал: ни плохого, ни хорошего. Фильм так и остался неизвестным широкой публике, и официальным дебютом стала полнометражная «Му-му» (1998) по одноименной повести Ивана Тургенева.

За самим выбором литературного произведения кроется некая gryмовская функциональность, прагматика: «Му-му» проходят в младших классах школы, и, с точки зрения экранизации, это столь же «современная» и «нужная» для большого экрана вещь, как, допустим, сказка о Колобке, из которой тоже, между прочим, легко можно сделать фрейдистскую драму.

Повесть «Му-му», безусловно, драма, но настолько выхолощенная (в силу затасканности по начальным классам общеобразовательной школы), что никакому среднестатистическому зрителю в голову не придет ее серьезно перечитывать. Gryмов же, делая эту экранизацию, менее всего хотел «вернуть эту повесть зрителю».

«Му-му» заинтересовала Gryмова как та самая выжженная земля, на которой можно посеять что угодно, показав незаурядное режиссерское мышление и сделав из повести современную драму, открыть ее заново, но не для зрителя, а для самого себя—Юрия Gryмова.

Премьерный показ «Му-му» предварялся интересным перформансом: в фойе Концертного зала «Россия» Gryмов установил овин, источающий знакомые всем деревенские запахи. Попастъ на показ было невозможно, не пройдя мимо этой кучи сена и навоза, своим запахом просто сбивавшего с ног. С одной стороны—это было все той же игрой в «актуальность» и некое позерство, с другой—работало на всех уровнях восприятия, включая физиологический (напоминающая перформансы раннего периода скандальной антипремии «Серебряная Калоша», стартовавшей в 1996 году, когда на зрителей в финале, случалось, выливали всяческие нечистоты). Вообще, физиологии у Gryмова предостаточно. Ведь что такое его фрейдистские игры, как не попытка задействовать физиологию? Кино же и вовсе насквозь физиологично...

И вот опять, на этот раз на примере кино, мы видим двух Gryмовых. Gryмов-дизайнер смотрит взглядом стороннего наблюдателя, прикидывая, каким это увидится миллиону глаз, сознательно формируя желаемую картинку, со знанием дела создавая работающий на зрительское восприятие образ. А кто-то «изнутри» этого Gryмова-дизайнера делает эту картинку для самого себя, создавая из каждого произведения образ себя. Причем этому «кому-то» внутри (в отличие от дизайнера) совершенно все равно, что подумают другие, ему интересно только то, что занимает его самого.

Счастливая судьба Юрия Gryмова сделала так, что его внутренний «кто-то» умеет самую безумную идею подать на золотом блюдецке, вызывая общественный интерес.

Кино—та область, в которой ярче всего проявилось у Gryмова это баухаузовское начало. Gryмов встал на перекрестке, один луч которого идет от начала процесса смыкания низовой и элитарной культур—к кино (собственно, кино—это гимн такому процессу), там заложено понятие обработки реальности различными дискурсами (то есть своеобразный дизайн); а другой луч уводит в тотальный дизайн, в симулякры, в рождение медиа-объекта.

Со стороны элитарной культуры у Gryмова—литературная классика, со стороны низовой—ярое клипмейкерство. К примеру, смонтированные по 3–4 секунды планы с четкой раскадровкой, когда каждый план рождает

в голове одно-единственное понятие—«рассвет», баня», «снег»... Вот несут колышашееся красное мясо. В нашем мозгу мало того, что вспыхивает слово «мясо» (так же, кстати, работал и Годфри Реджио на своей последней части трилогии «каци»—«Накойкаци»), так еще «Грымов—бескомпромиссный художник» начинает смаковать колыхание мяса, неотрывно следя за ним камерой долгих 10 секунд, зондируя своим физиологическим щупом наше нутро.

Далее Грымов полюбуется в клипмейкерской манере на падающие, как снег, перья из перины и на рыжего котенка. Не обойдется и без фрейдизма—мужская спина, обтянутая красной рубахой, будет довольно долго совершать поступательные телодвижения, которые после окажутся... греблей: главный герой плывет в лодке и гребет веслами. Но легкий моментальный шок уже будет получен.

Грымов будет выдумывать и самые разнообразные клаустрофобные каверзы—все, связанное с барыней (Людмила Максакова), будет вызывать удушье—начиная от ее розового пробора на голове и ее белесых глаз, и заканчивая помещениями, из которых по сюжету не выходит барыня. Грымов устроит душные показательные похороны, залив все белым цветом... и только на середине фильма мы поймем, что удушье здесь—от вожделения. Здесь проблема не любовного треугольника, а проблема нелюбви, в общем-то, проблема симулякра, подмены понятий. Главнейшая тема—тема немоты, замалчивания и, следовательно, обмана.

Барыня не может признаться никому в своем вожделении, она выдумывает всяческие уловки для привлечения внимания, заигрывается и забывает, зачем на самом-то деле она все это делает. По сути, та же проблема поднимается в фильме М.Ханеке «Пианистка». Но у Грымова все интересней, потому что он имеет дело не с действительностью и ведет разговор не о человеке и его, как говорил Ханеке, «рентгеновском снимке», а об искусстве. Так что здесь всеобщая лживость, и особенно лживость и фальшь главного героя, на руку режиссеру, так как открывает ему неограниченную свободу сотворять симптомы удушья, изображать их, работая при этом и со зрительской физиологией, и с воображением.

Грымов еще раз отыгрывает с Ириной Апексимовой мотив бисексуальности, прозвучавший еще в «Мужских откровениях», и придаст ей здесь почти андрогинную внешность. Добавит странных костюмов и непонятных танцев, вклинит раскачивание комнаты, как качелей, маркируя героиню Апексимовой как «несущую легкость и движение», как «скованную красоту», однако, не без элемента порочности.

Если крепостные задыхаются во дворе, то компаньонка барыни задыхается в доме, на нее давят стены, она слишком изящна и легка для сельского гербария, вероятно, поэтому всегда одета в черное и противопоставлена рыхлой, дебой душой и телом барыне.

Любимая грымовская светопись, фильтрация света, тоже имеют место. Грымов везде использует так называемый «рекламный» свет—особую засвеченность кадра, когда света становится слишком много, в избытке. Он раскладывает этот белый цвет на два излюбленных «фрейдистских» цвета—красный и зеленый. Красный рождает агрессию, зеленый—физиоло-

гическую гадливость. Красного больше в «Му-му», зеленого—в «Коллекционере». Но в «Му-му» все решает белый, так как это—цвет барыни, цвет мертвенности и удушья.

С цветовой символикой Грымов работает и на физиологическом уровне, создавая напряжение с помощью саспенса—прямо-таки по Хичкоку. В этом смысле показательна сцена, в которой барыня достает с чуть слышным скрипом (шуршащие, скрипящие, булькающие звуки—еще одна характерная черта grymovского кинопространства) из шелковой подушечки иголку, долго водит ею по пальцу и затем с видимым усилием прокалывает палец. Этот маленький локальный саспенс, саспенс-игрушка, саспенс-обманка является всего лишь краской в общей атмосфере удушья, которую Юрий Грымов создает с помощью закрытого, богато обставленного дома, с помощью двух женщин и... тишины, оттеняемой шорохами. Лишь иногда прозвучит какой-то шорох, отдаленные голоса—так Грымов дает понять, как отдалилась от этих мест жизнь.

Грымов сместил главный акцент на барыню, занялся пристальным изучением ее внутреннего мира, чтобы дать ответ на вопрос: почему же так жестоко обошлись с собачкой? Собачка, естественно, оказывается ни при чем, но слезу в финале у зрителя выжимает.

В итоге у Юрия Грымова получилась вязкая, засасывающая в свои недра драма, которая стоит совершенно отдельно от произведения Тургенева и совершенно отдельно от общероссийской культуры.

Но интереснее всего сочетает множественность мотивов и культурных параллелей следующий фильм Юрия Грымова—«Коллекционер».

Юрий Грымов начал снимать его в 1998 году по своему сценарию, написанному по мотивам одноименной повести Левана Варази. Основная идея сценария довольно интересна: человек собирает все, что когда-то доставило ему удовольствие, по сути, составляя коллекцию приятных воспоминаний, «сжимая» таким образом время. В его доме накопилось великое множество разнообразных предметов, и он приглашает женщину, поручив ей обязанности хранительницы коллекции—надо классифицировать все вещи и составить каталог. По мере составления этого каталога хозяин рассуждает о жизни, о вещах и людях. Дом этого коллекционера (его роль блистательно исполняет Алексей Петренко) более всего напоминает некое неземное пространство (условно, скажем, чистилище), место, где жизнь остановилась (мотивы коллекционирования, остановленной жизни, статика для Грымова очень важны). Не случайно в конце фильма Коллекционер говорит: «В коллекции не место живым».

В фильме сразу же начинается типично grymovская игра. С первых же кадров, как и в «Му-му», чувствуется, что режиссер не собирается образами выражать некую вербальную идею. Вербальной идеи у Грымова нет и никогда не было. Зато он с удовольствием начинает свои игры в слоганы, хлесткие слова, броские кадры, выстраивая череду продуманных картинок-«крючков».

Вот стол, усыпанный фруктами и овощами, повторяющий мотивы фламандской живописи, а над ним висит прожектор из операционной. Вот стена, увешанная разноцветными стульчаками для унитаза. С одной стороны,

«Коллекционер»—гимн избыточности, платформа кича, уравнивающая все, любые объекты, в том числе и объекты искусства, по одному лишь критерию—по получаемому от них удовольствию. С другой стороны, с этой своей избыточностью, достигшей апогея, с темой коллекционирования всего на свете, с темой беспорядочного стяжания, Грымов выходит на вопрос «помойки культуры», конца культуры как таковой, раз уж в ее основе четко укоренился принцип удовольствия. Не случайно дом Коллекционера напоминает чистилище—это то, что останется, когда культура нас покинет.

«Коллекционер» Юрия Грымова получился настолько контркоммуникативным текстом, отличающимся подчеркнутым визуализмом с непременной фрейдистской символиккой, что совершенно невозможно не вспомнить английского режиссера-постмодерниста Питера Гринуэя и его фильм «Повар, вор, его жена и любовник». Те же красно-зеленые фильтры, та же апокалиптическая помоечность внутри. Конец культуры, конец всего, загнивание и хаос.

Грымов абсолютно вписывается в струю кинематографа постмодернизма 1990-х годов, того самого раннего постмодернизма, молодого, задорного, который, выворачивая наизнанку этот мир, вытаскивал на пленку самые смелые пророчества и угадал очень многое.

Склонность к подкрашиванию пленки, тяга к насыщенному цвету также роднит Грымова с самым светлым и самым ярким постмодернистом эпохи 1990-х—с Терри Гиллиамом, который так же исповедовал «актуальность», жил этой актуальностью, цветом, светом и... историей.

В отличие от Гиллиама, Грымова история не привлекает. «Коллекционер» поражает тем, насколько автор уходит от зрителя, ничего не пытаясь объяснить. Фильм четок и ясен, в нем, с одной стороны, все легко для понимания, с другой стороны—кажется, так и видишь, как автор, Юрий Грымов, поджав губы, внимательно смотрит через объектив камеры на копошащихся в коробках, танцующих дедов морозов—вот, что интересует режиссера больше всего. Логике фавулы, мимесису он предпочитает логику нанизывания таких вот затейливых кадров друг на друга.

При этом если не обращать внимания на выводы о «помойке культуры», то можно сказать, что, как обычно у Грымова, красота в фильме заполняет всё.

Дизайн здесь опять ключевое слово, еще и потому, что, по сути, картина «Коллекционер» о симулякрах—о замене, о множественности понятий, о расщепленности удовольствия, «Коллекционер» сам является по сути симулякром фильма. Герой говорит: «Цель не в большом количестве подлинников, а в том, что никто не может точно назвать количество подделок».

Павел Родькин, описывая процесс симулякризации искусства, замечает: «Симуляции подвержены не отдельные предметы в качестве объектов искусства, а целые процессы и само искусство как таковое».

Таким образом, может быть подорвано доверие не только к художественному образу, но и к изображению как таковому, что вызовет перцептуальное отторжение. Изобразительность будет уничтожена»¹⁶.

В «Коллекционере» все это нагромождение вещей и их образов настолько пресыщает сознание, что смотрится мертвым хламом—вещи, при-

равнены в ценности к одним лишь удовольствиям, которыми превосходно научилась манипулировать современная культура, породившая тотальный процесс симулякризации.

Зато в «Казусе Кукоцкого» (2005), своей последней большой работе, на сей раз на телевидении, Грымов показал чудеса реализма, и его фильм даже, по словам режиссера, «выжал слезу из Улицкой».

Но как бы там ни было, эпиграфом ко всему творчеству Грымова могут послужить слова Грымова: «Избегайте устойчивых определений»...

1. Б о д р и й я р Ж. К критике политической экономии знака. М.: «Библион-Русская книга», 2003, с. 26.
 2. Ч е с т е р т о н Г. Упорствующий в правоверии.—В кн.: Самосознание европейской культуры XX века. М., 1991, с. 216–217.
 3. Х а к с л и О. Гений и богиня.—«Иностранная литература», 1991, № 5, с. 90.
 4. Я к о в л е в а А. Кич и художественная культура.—«Знание», 1990, (№ 11), с. 46.
 5. З о р к а я Н. Уникальное и тиражированное. М., 1981, с. 116.
 6. Я м п о л ь с к и й М. Полемические заметки об эстетике массового фильма. Стенограмма заседания «круглого стола» киноведов и кинокритиков, 12–13 октября 1987. М., 1987, с. 41.
 7. Б о г о м о л о в Ю. Кино на каждый день...—«Литературная газета», 1989, № 24, с. 11.
 8. Р о д ь к и н П. Экзистенциальные интерфейсы. Опыты коммуникативной онтологии действительности. М.: «Юность», 2004; цитируется по электронному варианту <http://www.prdesign.ru/text/eface/>.
 9. Там же.
 10. Там же.
 11. Там же.
 12. Б у л г а к о в С. Трагедия философии. Соч. в 2-х т. Т. 1. М., 1993, с. 314.
 13. Б о д р и й я р Ж. К критике политической экономии знака. М.: «Библион-Русская книга», 2003, с. 206
 14. Я к о в л е в а А. Кич и художественная культура.
 15. Г р ы м о в Ю. Здесь и далее интервью с Юрием Грымовым цитируется по тексту на сайте ГРЬМОВ.ру—<http://www.grimov.ru/index.php>.
 16. Р о д ь к и н П. Экзистенциальные интерфейсы.
-