

СТРАСТИ ПО АРХИТЕКТУРЕ В ЭПОХУ ИСТРЕБЛЕНИЯ ПРОСТРАНСТВ

1. Начало «контекстной архитектуры» (Ч. Дженкинс), оправданное протестом против функционализма социальных пространств и тоталитаризма в социальном аспекте вообще, получило продолжение во все более «массированном» социуме, что стало обуславливать и специфику, и проблемы архитектуры. В том смысле, что именно языком архитектуры впервые был обозначен, заявлен и обоснован переход к очередной конфигурации социального, есть все основания согласиться с позитивным утверждением Ж. Делеза: «Архитектура всегда была политикой, и любая новая архитектура нуждается в революционных силах, именно она может сказать «Нам нужен народ», даже если архитектор не считает себя революционером».
2. Изначально под контекстом понималось окружение объекта, его окрестности, т.е. окружающие его пространства. Таким образом, функционально изолированные пространства и функционально само-ценные объекты, выражающие репрессивную составляющую социальной архитектуры, канули в прошлое в ходе «кризиса всех пространств изоляции». При этом различие между объектом и контекстом, в который объект вписывался, сохранялось: объект переставал быть изолированным, но сохранял свою автономию, т.е. определенно считывался в контексте. Возникает архитектура, не мыслящая объекты вне контекста, но сохраняющая различие между «объектом» и «контекстом». Контекст становится объектом, как пространство гетерономии находящихся в нем объектов.
3. С ростом напряженности рекламного поля меняется понятие контекста. Рекламное пространство, нивелирующее различие внутреннего и внешнего, становится тем контекстом, в котором располагаются архитектурные объекты. Однако в рекламном пространстве пропадает различие между объектом и контекстом, т.е. постепенно исчезает понятие окружения (ок-

рестности), ибо «все есть реклама». В этом случае «все становится контекстом» – происходит объективация контекста (контекст становится объектом) и контекстуализация объектов (объект становится контекстом). Так возникает «среда», задаваемая массой и рекламой, образуемая уже не объектами, а элементами среды. Не изолированный объект теряет свою автономию, становясь элементом среды, – он начинает считываться не как «объект-В-контексте \ среде», а как «элемент-среды». Возникает архитектура, сохраняющая различие «элемента» и «среды» как различие части и целого. Среда становится объектом как пространством объективации своих элементов.

4. Среда в своем пределе стремится к однородности, а значит, требует способов гомогенизации включаемых в нее объектов, т.е. приемов унифицированного (не зависящего от собственной природы) соединения элементов. Таким способом создания единой \ однородной среды, в которой общаются разнородные элементы, является коллаж. Техника коллажа исключает само понятие «объекта», оперируя исключительно «элементами». Как форма бытия среда – это составное \ возникающее \ становящееся единство (объекты становятся элементами), а коллаж – это несоставное целое, единство не становящееся и не имеющее частей (нет объектов, есть лишь элементы). Коллаж является объектом, поскольку он демонстрирует идеальное единство, основанное на авто-референции.
5. Сводя воедино все смысловые линии, можно утверждать, что в движении от модерна – к пост-модерну – и далее происходит 1) радикальное изменение понятия «пространство», 2) радикальное изменение природы «объекта», 3) радикальное изменение соотношения «архитектуры» и «дизайна». Размыкание функциональных пространств рождает пространства контекста, чье максимальное расширение порождает среду, которая в пределе перерождается в коллаж. Параллельно дезавуирование изолированных объектов рождает контекстуальные объекты, трансформирующиеся в связанные объекты – элементы среды, перерождающиеся в со-

- ставные элементы коллажа. Параллельно архитектура в классическом смысле сменяется союзом архитектуры и дизайна, вырождающимся в явное доминирование дизайна. Излишне добавлять, что эти процессы происходят в русле упрочения массового общества, роста интенсивности рекламы \ масс-медиа и все более захватывающего «конца социального».
6. Общество в состоянии пост-модерна стирает границу между публичным и приватным пространством, уничтожая и первое, и второе, но не порождая каких-либо новых \ иных автономных пространств. Тотальная неизолированность, сокращение любых дистанций, оголенность всего социального означает пространственное смыкание, всех образований и преобразований во время. Всякая автономия – будь то автономия объекта, субъекта или отношения – понимаемая как символическая изоляция и дистанцирование от контекста гибнет в реальности массы. Масса не нуждается в пространстве, – она его не обживает, не размещается в нем и не вмещается в него; масса с ее бесконечной способностью потребления, поглощает пространство. Масса не простирается, она – обслуживается.
7. Архитектура сегодня пасует перед дизайном, относящимся к «сфере обслуживания» (А. Рапопорт). Дизайн, как технология пере-комбинаций (комбинаторика), оперирует готовыми элементами, которые не объективируются, ибо не автономны, не изолированы, не являются частями. Отчасти дизайн подобен «объектному программированию» – элементы, которыми он оперирует, остаются неизменными, но участвуют в различных ансамблях, попадают в различные «ситуации», применяются по месту (на заказ). Дизайн производит поли-размерные коллажи – вплоть до масштаба города. В этом смысле современная застройка ничем принципиально не отличается от рекламного плаката (при фиксированной точке зрения) или рекламного ролика (при панорамном видении или при перемещении точки обзора). Современная архитектура в модусе дизайна рекламирует образ жизни – потребителю жизни, максимально приближая к нему набор предметов его вожделения. Другими словами, она становится технологи-

ей «внутреннего употребления», ориентируясь на массу, не имеющую ничего внешнего и представляющую собой сплошную внутренность.

8. Архитектура сегодня по большей мере воздерживается от активации своего автономного начала, которое не является производной внешних воздействий. В этом смысле имеет силу негативное утверждение Ж. Бодрийера: «...архитектура и городское благоустройство... не могут ничего изменить, так как они сами суть средства массовой информации, и даже в самых дерзких своих замыслах они воспроизводят массовые общественные отношения... Все, что они могут сделать, это оживить, очеловечить, переоформить городской пейзаж...». Другими словами, будущее архитектуры видится как симуляция того, что некогда было существом.
9. Тем самым, современная архитектура обнаруживается в напряжении между своей потенциальной «революционностью» и актуальной «массовостью». Попытка предположить в каком направлении она может делать дальнейшие шаги, заведомо неблагодарна, но может быть предпринята. По всей видимости, присущая искусству архитектуры «организация пространств» должна пониматься не как операции с предоставляемым \ наличествующим, а как порождение отсутствующего \ недостающего, – создание \ симуляция пустот, просторов, позволяющих видение образов взамен оптимизации и аранжировки уплотнений, интенсифицирующих считывание сообщений.
10. Архитектуре необходимо создавать условия возможности «видения видов», т.е. организовывать пространства \ места, посредством которых \ из которых «открывается вид». Это равносильно созданию «внешности» массового общества, создание чего-то отличного от рекламного поля, попытка обеспечения отложенной коммуникации. Это означает создание тех пространств, откуда и куда можно «бросить взгляд». Не исключено, что подобное создание \ порождение означает, прежде всего, расчистку, прореживание, выведение из использования – снижение плотности среды, намерение искусно дырявить рекламный щит под названием «город».