

Мисюн Анна Владимировна
Украина, Одесса
доцент, кандидат искусствоведения
ГФ ОНПУ

«Есть город...»: одесские художественно-стилистические доминанты и музей как локус креативности

Образ Одессы исторически связан с креативностью и новациями, которые распространяются не только на художественные, но и на повседневные практики, в том числе и на предпринимательство, организацию муниципального устройства, формирование городского пространства и жизненные ритмы. К художественно-стилистическим доминантам, влиявшим на становление локальной идентичности, следует отнести также и некоторую демонстративность, присущую «одесскости» как в ее высоких «элитарных» проявлениях, так и в профанной культуре быта. Например, один из первых в Империи городских театров - одесская опера (1803 г.) не без оснований и креативности состязался со столичной - Санкт-Петербургской и в контексте репертуара и труппы, и в смысле организации художественного процесса и инфраструктуры.

Важно заметить, что для одесской идентичности всегда значимой была организация инфраструктуры для творческих процессов, что способствовало гораздо более быстрому распространению локальных (в художественном и жизнеустроительном контекстах) европейских «мод» в среде горожан. Так, широко распространенная в «высшем свете» Одессы мода на роспись стен жилых домов фресками уже в 10 - 20-ые годы XIX в. приводит к созданию не только значительного по своим масштабам рынка художественных услуг, но и формированию определенных локусов, где оказывающие их художники могли вступать в коммуникацию со своими заказчиками и друг с другом. Не удивительно, что на базе многочисленных артелей и «частников» довольно быстро вызревает идея создания уникального в своем роде творческого союза - Товарищества южнорусских художников, интернационального, направленного на общегородскую и сквозную (в смысле охвата всех структур повседневности и художественной критики) коммуникацию, создание многочисленных креативных практик и, что важно для Одессы, экономизацию культурного продукта.

Одесскую художественную идентичность формировали креативность, новация, толерантность (как артистическая, так и этнокультурная), направленность на коммуникацию (внутри группы творцов и со зрителями), несомненный талант, овладение новейшими технологиями. Все это было бы невозможным без складывавшихся на разных этапах локаций, где осуществлялась поддержка и развитие самых передовых художественно-стилистических исканий. В разные периоды это были передвижные выставки, Городской художественный музей, салон Издебского, квартирные выставки, Соколовские среды, наконец, Музей современного искусства г. Одессы. Именно эти локации наиболее отвечают прославленным характеристикам креативного класса и креативного города - 3 «Т» по Ричарду Флориде («Креативный класс: люди, которые меняют будущее»): технология, талант и толерантность. Создание таких локаций с необходимостью должно стать первоочередной задачей городских властей, если они не желают скатывания города в пучину депрессивности. И речь идет не только о чисто художественной проблеме, а о вопросах выживания всего культурного пространства под названием Одесса.

В работе «Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства» Р. Флорида утверждает: «При наличии минимальной стабильности и средств к существованию люди хотят видеть и ощущать свою жизнь ярче и обогащают ее ритуалами, украшениями и декорациями. Маргинальная стоимость таких вещей, как пища и убежище, высока изначально — никому не хочется умереть от голода или замерзнуть в метель, — но она падает быстрее,

чем маргинальная стоимость других вещей, в том числе эстетики. Люди жаждут красоты, ищут ее во всем, что их окружает, а особенно в местах, где они живут». Экономисты называют это доплатой за красоту (*beauty premium*). В этом контексте, ценность города без современного музея искусства значительно снижается как для самих горожан (художников и зрителей), так и для приезжих разного рода. Флорида настаивает: «Места, где люди по-настоящему счастливы, не идут на компромиссы. Там есть все сразу — и отличные школы, и спокойные улицы, и красивые парки, и привлекательные музеи».

Принятие локальной идентичности, в данном случае, «одесскости» невозможно без овладения и ее художественно-стилистическими доминантами, что в свою очередь требует соответствующих локаций креативности. Без формирования творческих индустрий, современных технологичных художественных локусов в виде музеев нового типа задача создания комфортного города, причастность к культурного пространству которого мечтают переживать его обитатели, откровенно невыполнима в современных условиях. Для того, чтобы новое поколение одесситов повторяло: «... ах, если б вы знали, как дорог...», - уже сегодня следует актуализировать и экономизировать наши художественные локусы.