О.Н. Аверьянова

кандидат искусствоведения,

заведующая Отделом искусства фотографии ГМИИ им. А.С. Пушкина

olga.averyanova@arts-museum.ru

МАН РЭЙ. ИСКУССТВО СТРАТЕГИЙ

Ман Рэй не было настоящим именем художника. Его звали Эмануилом Радницким, он родился в Америке в семье эмигрантов. В 22 года он поменял имя – это был сознательный выбор, причиной которого стало желание стать другим человеком, художником, чья биография не должна ассоциироваться с семейной историей. Это новое имя, безусловно, задумывалось как бренд – оно было полно параллелей и определённых характеристик «продукта», который художник намеревался создавать, в том числе себя самого. Вся его дальнейшая жизнь будет доказательством «предприимчивости» и «успешности» стратегии под названием MAN RAY. Его «индустрия» включала все известные артистические практики, от живописи и дизайна, до фотографии и кино. Его стратегия позволила ему стать одинаково успешным в изобразительном искусстве, съёмке портретов на заказ, фотографии моды. Он работал на двух континентах, «предприятие» MAN RAY оказалось весьма плодотворным как в Европе, так и Америке. Статья анализирует художественные практики модернизма и их взаимодействие с современными капиталистическими реалиями первой половины XX века.

Ключевые слова: Ман Рэй, фотография, модернизм, авангард, рэйография, соляризация, культурные стратегии, бренд, сюрреализм, дадаизм, футуризм

Man Ray was not the artist's real name. His name was Emmanuel Radnitsky. He was born to America, in the family of immigrants. He was 22 years old when he changed his name, and it was a conscious choice, caused by his desire to become another person, an artist whose biography should not be associated with his family history. This new name surely was conceived as a brand – it was full of parallels and indisputable characteristics of the “product” that the artist intended to create, including himself. All his future life would be proof of “enterprise” and “success” of the strategy called MAN RAY. His “industry” included all known artistic practices, from painting and design, to photography and film. His strategy allowed him to become successful both in the visual and commercial arts, in custom-made portraiture and fashion photography. He worked for two continents, and his “enterprise” proved to be very fruitful both in Europe and America. The article analyzes the artistic practices of modernism and their interaction with the modern capitalist realities of the first half of the twentieth century.

Keywords: Man Ray, photography, modernism, avant-garde, rheography, solarization, cultural strategies, brand, surrealism, Dada, futurism

XX век начался стремительно. Его темпы требовали нового осмысления и репрезентаций. Быстро меняющийся мир не мог довольствоваться устойчивыми коннотациями и их воплощением в виде картин или скульптур. Динамика становится ключевой позицией от мгновения до вечности. Старые традиции были слишком инертными, нарративный или даже «впечатлительный» (импрессионистический) способы художественной оценки действительности оказались неспособными представить важные когнитивные трансформации, происходящие в социуме под воздействием ускорения и усложнения его собственного бытования. Произведения искусства перестали описывать человеческий опыт, поскольку теперь творчество напрямую не сопрягалось с ним. Достоверность была подвергнута порицанию: реальных аналогий не существует – такова новая актуальная сентенция времени. Эстетическое теперь не суть произведения. Копия почти победила уникальность, восторжествовало механическое производство и воспроизводство, реди-мейд поставил под сомнение ценность художественного рукотворчества. Значение авторства оказалось под угрозой, появляются технологии, которые в корне изменяют природу создания произведения искусства. Чистота художественного стиля или чувствительная интенция –

ортодоксальное прошлое, актуальной становится «идея» как умственная конструкция, которая будет воплощаться всеми известными способами, включая «маргинальные» с позиции классического искусства. Романтическое отношение к культуре начинает эволюционировать в сторону удовлетворения «духовных потребностей», которые на поверку не всегда окажутся таковыми. Мир стремительно коммерциализировался, искусство не могло оказаться вне происходящего. XX век создал «антихудожника» – с точки зрения аксиологии и стереотипов прошлого – универсального стратега, относительно независимого, не связанного более с меценатством как основой аристократической культуры, иерархическими традициями её стилей, жанров, направлении, способов творчества.

«Антихудожественная деятельность» Ман Рэя, француза американского происхождения, те поистине исключительные усилия, которые он предпринимал для создания новейших «образцов» живописи, фотографии, фильмов и дизайна – представляет собой уникальное явление. Художник оказался в гуще почти всех течений первой половины XX века. Во многом ироничный манипулятор, ловко жонглирующий программами, которые продуцировала художественная среда его окружающая, будь то Нью-Йорк или Париж, он создал не свой художественный стиль или язык, но «художественный продукт». Капиталистический рынок всё ещё ценил единичного творца, но его изменения открыли путь новым стандартам во всех областях. Промышленность создаёт конвейерное производство, то есть массовую продукцию, постепенно формирующую массовое потребление и массовый вкус. Фотография, а затем кинематограф стали самыми мощными синтетическими произведениями XX века, имеющими большие тиражи и широкую дистрибуцию. В этом культурном потоке выделить свой продукт оказывается возможным, создав безупречно оригинальный бренд, каковым стал MAN RAY. Его творчество, теперь уже хрестоматийный образец модернизма, с трудом поддаётся классификации. Безусловно, можно очертить некоторые области, где Рэй реализовал свои экспериментальные идеи, которые впоследствии он легко встраивал в культурный мейнстрим. Постфигуративная живопись, иллюстрации, абстрактные рэйографии, объекты, фильмы, съёмка моделей и портретов на заказ для достаточно солидных и передовых по тем временам изданий, создание рекламы и сотрудничество с известными художественными журналами. Мотивация, связанная с таким разнообразием, отвечала экономическим запросам времени – быть востребованным, то есть «потреблённым». Полифонизм Ман Рэя представлял комбинацию дискретных художественных практик, выбор которых определялся интересом автора к конкретному высказыванию и диктовался новыми культурными стратегиями, формирующимися в начале XX века. Сам Рэй не заботился о художественных изысках или техническом превосходстве, прежде всего он хотел, чтобы его «произведения развлекали, сбивались с толку, раздражали или наводили на размышления» [Schwarz, 1977, p. 12]. В эпиграфе автобиографической книги *Self Portrait* (1963) он использовал фразу своего друга Марселя Дюшана: MAN RAY, n. m. synon. de Joiejouerjouir¹. И этот «девиз» действительно станет определением творческих стратегий художника.

Ман Рэй начал свою карьеру в изобразительном искусстве в 1908 году. После окончания средней школы он получил стипендию для обучения на архитектурном отделении *New York University*. Поначалу он даже был рад этому предложению, аргументируя своё согласие таким образом: «Я мог бы соединить искусство с уважением общества к более практическому призванию» [Man Ray, 1963, p. 10]. Уже здесь художник как будто бы намечает свою стратегическую программу: искусство в сочетании с практическими целями. Однако он решает сконцентрироваться на живописи и отказывается от курса в университете. Рэй работает в рекламном бюро, а по вечерам посещает бесплатную художественную студию. В своей автобиографии он вспоминал о том разочаровании, которое почувствовал, придя на занятия в первый раз и увидев, что придётся

¹ С французского языка выражение можно перевести как «Ман Рэй – синоним от РадостиИгрыНаслаждения». Нужно отметить, что Дюшан обозначил имя художника заглавными буквами – симптоматично для обозначения бренда. В дальнейшем я буду использовать конструкцию MAN RAY именно для этого.

рисовать гипсовую голову Аполлона [Man Ray, 1963, p. 12]. В конце концов, он решил заниматься в классе, где преподавали портретную живопись и натюрморт. Возможность писать за один сеанс оказалась очень привлекательной для будущего художника. В дальнейшем он всегда будет предпочитать именно «быстрое творчество»: трафарет, аэрограф, фотография. Попытка Рэя поработать ещё в одной совершенно новой области – в кино – оставила несколько интересных примеров. Создание фильма предполагает довольно сложный и длительный производственный процесс, поэтому в этой сфере деятельности он не продвинулся дальше экспериментов. Безусловно, пристрастия Рэя к «темпу» вполне соответствовали катализации времени. Но речь идёт не о динамичных сюжетах – Рэй никогда не был «чистым» футуристом. Его привлекала, скорее, быстрота реализации идеи, стремительность её воплощения, что позволяло применение технических новинок. Его интерес к фотографии, во многом, связан с этим аспектом. Фотоаппарат появится у него в 1915 году с сугубо практической целью: фотографировать свои работы для выставочных каталогов.

В 1916 году Рэй впервые начинает работать с аэрографом – механическим краскораспылителем. Этот аппарат ранее использовался в графическом дизайне, но никак не для того, чтобы «писать картины». Аэрография стала своего рода предтечей главного «изобретения» Рэя, его модернистского маркера 1920-х годов – рэйографии. Не только на слух, но даже и визуально они были похожи. Например, аэрография «Композиция с ключом и треугольником» (*Composition with key and triangle*, 1919) могла бы вписаться в знаменитое портфолио рэйографий «Восхитительные поля» (*Champs délicieux*, 1922). Известный бескамерный способ получения отпечатков на светочувствительной бумаге (фотограмма), коим, по сути, была рэйография, теперь представлялся квинтэссенцией авангардной фотографии – абстрактные композиции рождались непосредственно из реальности, но её не демонстрировали. Распыляя краску по холсту или бумаге при помощи краскопульта, художник исключал вмешательство рук, так же, как и в фотограмме. Обе процедуры были крайне технологичными, что представлялось особенно ценным модернизму, видевшему утрату «ауристики» важным признаком современного искусства². Неактуальность процесса создания уникального произведения, прежде трактуемого как абсолютно сакральное действие, в котором «наложение рук» придавало высокий художественный и даже духовный статус, – породила особый интерес к машине, механизму. Рэй говорил, что всегда хотел привнести в искусство идеи автоматизма, индифферентности [Man Ray, 2016, p. 338]. Это утверждение допускает функционирование MAN RAY. Бренд – это действительно отстранённая от создателя продукция, во всяком случае, не имеющая непосредственного отношения к его рукам. В начале века положение художника и фотографа, тем более коммерческого, не было равным с точки зрения социального статуса. А такое понятие как художественный бренд ещё практически не функционировало, за исключением области прикладного и декоративного искусства. Но уже «Матисс» или «Пикассо» фактически были «брендами». Например, фовизм почти единолично символизировал первый, а кубизм – второй. По сути, оба – лидеры направлений, но на рынке искусства их имена начали функционировать как бренды, особенно Пикассо, создавший под своей «маркой» вещи в совершенно различных техниках и жанрах. Этот пример станет для Ман Рэя показательным, и даже отношения этих двух художников в некотором роде будут сопоставимыми, и в отличие от кубизма, рэйография заняла именное место в истории мирового искусства. На протяжении 1920-х годов она была произведением художника-модерниста, и только позже, в 1930-х станет «коммерческим продуктом», то есть успешно реализует свою эстетическую программу в области рекламы и товарной изобразительности (подробнее об этом см. [Аверьянова, 2017]). Именно то, что реальность в рэйографии сведена до уровня абстрактных символов, а способ их получения приближен к «бессознательному творчеству», позволил коллегам причислить Рэя

² Термин «ауристическое искусство» впервые появившийся в классической работе немецкого культуролога В. Бенямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» /Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (1935).

к дадаистам, а затем к сюрреалистам. Однако и для рекламы сверхпатерны реальности становятся основополагающей парадигмой. Рэй, отлично понимая эту новую ситуацию, «реализует» своё детище второй раз – уже на коммерческом рынке. Я вернусь к рассуждениям на эту тему ниже.

Образование, которое Рэй получил в «Школе Феррера» (*The Ferrer Center*), куда он поступил в 1912 году, нельзя назвать ни академическим, ни системным. Главное его достоинство связано, пожалуй, с активно обсуждаемыми тенденций современного европейского искусства, которое в отличие от американского действительно было современным. Это учебное заведение открылось в 1911 году. Эмма Гольдман (*Emma Goldman*)³ известная американская анархистка, считавшая Франциско Феррера, испанского радикала и педагога, яркого противника монархии Альфонсо XIII и католической церкви «великим мучеником» за свободу, была полна решимости воплотить его идеалы в собственном образовательном учреждении⁴. Его лозунгом стал анархический призыв – «бросить вызов». Вызов всему: социальным устоям, морали, традициям. «Школа Феррера» была не просто институцией, которая постулировала творческую свободу. Она была практически единственной альтернативой классическому художественному образованию в Америке, представление о котором в некоторой степени можно получить из романа Т. Драйзера «Гений». Школа была дискуссионной площадкой, местом, где обсуждались острые художественные и политические проблемы: кубизм и футуризм, анархизм, социализм, революция, социальные вопросы и забастовки, теории Фрейда и феминизм, и др. Что касается реальных навыков, нельзя сказать, что Роберт Генри (*Robert Henri*) представитель известного течения «Школа мусорных вёдер» (*Ashcan School*), заведовавший художественным направлением, хоть как-то повлиял на стиль Рэя. Но он требовал от своих студентов «пошевелиться»: «Работать нужно с огромной скоростью, энергично, активно, – говорил Генри – заканчивать так быстро, как вы можете» [Avrich, 1980, p. 151]. И хотя Ман Рэй эстетически расходился со своим учителем, Роберт Генри был одним из тех, кто побуждал его чувствовать темп современной жизни.

Помимо обязательной программы молодой художник оказался вовлечённым в споры учеников и преподавателей, которые постоянно велись вне занятий. Актуальные здесь анархистские тезисы привели к тому, что в 1914 году группа студентов затеяла заговор с целью взорвать особняк Джона Д. Рокфеллера (*John Davison Rockefeller*), идеологически точно следуя принципам Первого манифеста футуристов. Анархисты погибли. Но если для одних студентов насилие стало главным пунктом «школьной программы», для других, таких как Макс Вебер (*Max Weber*), освобождённое искусство открыло альтернативные способы реализации идей. Вебер дружил с Реем, оба были из эмигрантских семей, покинувших Россию. Он учился в том числе и в Париже, знал Гертруду Стайн (*Gertrude Stein*), был близким другом Анри Руссо (*Henri Rousseau*). Во Франции на его творчество большое влияние оказал Пикассо. «Школа Феррера» позволила Веберу найти свой путь, не став одним из «средних» американских кубистов. Художник был «опьянён динамикой города, с его небоскрёбами и величественными мостами» [Avrich, 1980, p. 156]. Полотно «Нью-Йорк» (*The Liberty Tower from the Singer Building*, 1912) выставлялось в Галерее Альфреда Стиглица (*Alfred Stieglitz*) «291» зимой 1913 года, на которой Ман Рэй присутствовал. Не исключено, что эта работа оказала на него сильное впечатление, во всяком случае, его живописная композиция «Man Ray. 1914» оказалась как будто бы «выкроена» из «Нью-Йорка», особенно если учесть её миниатюрный размер и близкое колористическое решение. Вебер часто посещал дом известных коллекционеров современного искусства Вальтера

³ Эмма Гольдман родилась в ортодоксальной еврейской семье в Ковно (современный Каунас, Литва, в 19 веке – часть Российской губернии), где её семья содержала небольшой трактир. Рэй был сыном еврейских эмигрантов Мейлаха Рудницкого и Мани Лурия из той же Ковенской губернии, но он родился в США уже после того, как семья переехала в эту страну. Случайно ли это совпадение? Могли ли родители будущего художника знать семью Гольдман, неизвестно. Её семья переехала в Санкт-Петербург в 1882 году, когда девочке было 13 лет. Будущий отец Рэя эмигрировал в Америку в 1886 году, а мать приехала туда в 1888 году, они сразу поженились, а через два года родился их старший сын – Эмануил.

⁴ <https://www.scribd.com/document/14279939/Emma-Goldman-1911-Francisco-Ferrer-and-the-Modern-School>

Аренсберга (Walter Arensberg) и его жены. С 1912 года Ман Рэй также становится постоянным гостем Аренсбергов, что явится важным фактором его биографии. Среди тех, кто посещал Аренсбергов: Джозеф Стелла, Марсель Дюшан и многие другие американские модернисты.

С Джозефом Стелла (*Joseph Stella*) Рэй впервые встретился, когда тот писал живопись в довольно реалистической манере, но после визитов в Париж в 1912 году, где он познакомился с кубистами, и позже в Италию, Стелла попал под влияние футуристической эстетики. Работы таких мастеров как Макс Вебер, Джозеф Стелла, Джон Марин (*John Marin*) и поэтессы Миной Лой (*Mina Loy*) подтверждают интерес к футуризму в среде нью-йоркских художников. Итальянские футуристы были приглашены для участия в выставке современного «Армори шоу» (*Armory Show*), состоявшейся в 1913 году в Нью-Йорке. Грандиозная экспозиция представила почти все известные направления современного искусства, а кроме того «отдельных художников», например, Франсиса Пикабиа (*Francis Picabia*) и Марселя Дюшан, чьи работы условно классифицировались как примеры кубо-футуризма. «Обнажённая, спускающаяся по лестнице» (*Nude Descending the Staircase No. 2, 1912*) Дюшана стала самой обсуждаемой вещью, её радикализм был крайним. Дюшан демонстрирует свой собственный пример «хронографического» динамизма. Футуристское утверждение, что «бегущая лошадь имеет не четыре ноги, а двадцать», фактически было проиллюстрировано, только моделью Дюшана стала не лошадь, а женщина. Картина получила скандальный успех, не имеющий прецедента в истории американских выставок. Дюшан проснулся обожаемым *bête noire* модернизма [Рихтер, 2014, с. 7]. До 1915 года Мэн Рэй не знал Дюшана лично, тогда французский художник появился в Нью-Йорке, спасаясь от ужасов Первой мировой войны, но влияние этой работы на творчество Рэя нельзя недооценивать. Рэй действительно был ошеломлён его произведениями, увиденными на «Армори шоу», и впоследствии утверждал, что не мог работать почти полгода [Naumann, 1994, p. 44]. Фрэнсис Науманн (*Naumann Francis*), подробно исследовавшая ранний период творчества Рэя, считает, что первой картиной, которую он написал после выставки, стал портрет Альфреда Стиглица. Обычно эта вещь описывается как кубистическая, но скорее – это пример кубо-футуризма. Лицо американского пророка модернизма разбивается на грани, пространство уплощено и стилизовано. Динамические плоскости, однако, не разрушают целостность образа. Определяемы даже объекты, которые художник включил в своё живописное полотно – фотокамера и скульптура Бранкузи (*Maiastra, 1912*). Знаком галереи Стиглица выступает её название – «291». Ман Рэй работает с довольно насыщенной палитрой, а не в землистых тонах аналитического кубизма. Яркие цвета могут быть соотнесены с фовизмом, которым он заинтересовался в 1913 году, что подтверждает его «Портрет Донны» (*Portrait of Donna, 1913*). Главными приметами Стиглица всегда оставались усы и очки. Здесь очки расположены над глазами, как носят авиаторы, сам галерист так не делал. Тему подчёркивает и *Maiastra* – архитипический образ птицы, то есть полёта. Портрет кубистический по манере, идеологически представляет футуристическое толкование человека, который произвёл революцию в американском художественном мире, как самолёт, навсегда изменивший темп современной жизни. Лицо написано жёлтым и кажется освещённым искусственно, то есть представлено как бы «фотографически». Для Ман Рэя идеи футуристов не станут ключевой концепцией. Но их надежды, связанные с новыми технологиями, куда как более совершенными, нежели человеческие возможности, будут близки художнику. Фотоаппарат и кинокамера заменят несовершенство живописи и глаза – этот постулат окажется воспринятым Рэем почти буквально.

«Война. 1914» (*War. AD MCMXIV*) – полотно 1914 года. Картина представляет две группы фигур – красных и синих – ведущих боевые действия. Поступательное движение красных делает сцену динамичной, создавая атмосферу хаоса, несмотря на относительную неподвижность воинов. Яркая живопись с преобладанием крупных жёстких полу-объёмных фигур не согласуется с футуризмом или известными версиями кубизма. Безликие герои чем-то напоминают персонажей полотен

Фернана Леже (*Fernand Leger*), постулировавшего идею о людях-механизмах новой техно-эпохи. Ман Рэй видел несколько работ Леже на Арсенальной выставке. Он вообще легко усваивает «коды» модернизма и воплощает их в собственной манере.

Способность Рэя адаптировать метафазы современного ему художественного и культурного окружения при создании своих произведений уникальна. Рэй вместе со своим другом Дюшаном «придумали» ДаДа в Америке. И если Дюшан был «приезжим», то Рэй – американцем. Именно он, таким образом, олицетворял собой «нью-йоркский дадаизм». Как известно, дадаисты не создавали свои работы, они назначали произведениями любые объекты, конвертируя обыденность в искусство при помощи символической трансформации. Этот принцип «неожиданно» оказался совершенно аналогичен фотографии, которая, запечатлев повседневность, «нарекает её художественной» только потому, что фотограф убеждает публику увидеть в ней не то, что изображено, а то, что он хотел сказать – некий перифраз. Реди-мейд Марселя Дюшана вводит в искусство фундаментальный принцип «селекции-запечатления», свойственный фотографии и противоположный живописи. «Фотография и реди-мейд сходны в том, что они используют вещи как художественный материал, но при этом способы воздействия на них различны: фотография копирует вещь, реди-мейд выделяет её из других» [Руйе, 2014, с. 370]. Фотографическая «копия» объекта теперь получила право на величие, хотя референт-объектом мог оказаться совершенно ничтожный и даже вульгарный с обывательской точки зрения предмет. Свою символическую нагрузку «копия» получает в момент фотографирования от автора снимка, который её ей присваивает. Поначалу Ман Рэй-дадаист вбивает гвозди в утюг, создаёт ассамбляжи и реди-мейды, фотографирует их для архивации и каталогизации. «Автопортрет» (*Self-portrait*, 1916) – ассамбляж с отпечатком собственной ладони, элементами дверного звонка и прорисованными музыкальными ключами. Рэй воплощает свои художественные амбиции в стиле «а'ля Дюшан», пока только интуитивно нащупывая свои собственные возможности. Его «фотографический реди-мэйд» появится в 1918 году, когда он создаст «Мужчину» (*The Man*) и «Женщину» (*The Woman*), и здесь закладывается программа его модернистских фотографических опытов.

Начав заниматься фотографией, Рэй-дадаист не отступает от принципа конвертации вещи (референта) в произведение искусств (фотографию). Фотографии его объектов – это больше чем отчёты об их внешнем виде. Они задумывались как самостоятельные произведения искусства. И не только потому, что реальные объекты могли оказаться выброшенными (можно сделать и реплику) или просто возвращёнными на кухню. Такая участь ожидала венчик для взбивания яиц, вошедший в историю искусства под названием «Мужчина». Познакомившись с Дюшаном, Рэй практически забросил живопись. Фотография становится его сознательным выбором как творческая и почти одновременно коммерческая сфера деятельности. До того момента, как он начал фотографировать по заказам редакторов или в своей импровизированной студии в маленьком номере парижского отеля, Рэй получил ряд коммерческих предложений на съёмку коллекций, например Артура Джерома Эдди (*Arthur J. Eddy*), Катерина Дрейер (*Katherine Dreier*). В сравнении с другими составляющими его художественной карьеры (живопись, дизайн, кино), именно экспериментальные фотографии Рэя остаются наиболее значительными произведениями искусства XX века.

В 1920-е годы фотография действительно была открыта во второй раз, теперь уже как искусство, актуальное и самостоятельное, независящее от эстетических догматов живописи. Эпоха модернизма настоятельно требовала отказаться от прямых связей с реальностью, в то же время отвергала её идеализацию, нарративность, критический анализ. Методом искусства становится формальная деформация видимого в пользу особой его интерпретации. Сущностно фотография находится в прямой зависимости от реального референта. Преодолением этого «удручающего» для художника-модерниста обстоятельства занялись многие экспериментаторы, пытаясь очередной раз

сломать собственную природу фотографии. Первая попытка была провалена пикториалистами, которые в конце концов превратили фотографические отпечатки в графические. В погоне за «художественными эффектами» они не заметили, что фотографический феномен оказался просто-напросто утерянным. Для формалистов трансформировать видимое – это значит организовывать мир по правилам принципиально новой медиальной грамматики. Деформация становится излюбленным способом авторской риторики. Фотография не останется в стороне от этой актуальной тенденции, упорно стремясь побороть изобразительные ограничения. Долой «копии» реальности, даёшь её невидимые доселе проекции! Триумфа достигают смена ракурсов видения, короткофокусное фотографирование, приведшее к увеличению и даже некоторой гипертрофии объектов (Баухауз, Родченко), всевозможные хитрые приспособления для съёмки («вортоскоп» Алвина Лангдона Коберна (*Alvin Langdon Coburn*)) и даже бесхитростные – простое зеркало могло послужить модернизму новым инструментом (Андре Кертез (*Andre Kertesz*)). Фотоаппарат – «зеркало», отражающее реальность, но оно, как, оказалось, может быть и кривым. Пикториалисты «умерщвляли» натуроподобие фотографии с целью приблизить её к изобразительному иллюзионизму, что составляет суть искусства. Авангардная фотография пытается отмежеваться от реальности, в пользу *fine art*, но и в пользу самой себя. Ман Рэй применяет разные трюки: фотограмму, соляризацию, многократное экспонирование. Борис Гройс заметил, что: «из пространства откровения духа картина превращается в пространство откровения материи» [Groys, 2003, p. 82]. Точнее не скажешь и о фотографии – она есть ни что иное, как откровение материи. Фотографическое изображение возникает в силу определённых физических и химических закономерностей, но в соответствии с назначенными социокультурными кодами. Кодовое слово нового века, безусловно, – «машина». И если для одних художников, сюрреалистов, например, «машина» – это губительная сила, которая слишком громоздка, чтобы поместиться в подсознании, то для футуристов, напротив, – это орудие для более полного освоения реальности. Рэй выбирает «откровение материи» и механический способ её постижения.

В июле 1921 года Ман Рэй уезжает в Европу, чтобы в Париже встретиться с Марселем Дюшаном, который покинул Нью-Йорк месяцем ранее. Его живопись не нашла должной оценки в Америке; художник надеялся, что в Европе все будет иначе, хотя кроме «навыков» живописца он прихватил с собой и фотоаппарат. Поначалу финансовые проблемы заставляют Рэя заняться коммерческой фотографией, которая позволила ему не только заработать достойные гонорары, но также сделала возможным построить художественную карьеру во Франции. Получив работу у известного французского кутюрье Поля Пуаре (*Paul Poiret*), Ман Рэй станет одним из первых фотографов модернистов, занявшихся съёмкой моделей одежды. Принадлежность Рэя к зарождавшемуся тогда миру индустриальной моды сегодня кажется абсолютно органичной. До этого Эдвард Стайхен (*Edward Steichen*), один из самых знаменитых американских фотографов того времени, снимал модели Пуаре в мягком пикториальном фокусе. Отказ от рисунков, как иллюстраций моды, был смелым новаторским шагом. Дизайнеры и модельеры пока ещё редко прибегали к фотографии, «опасной шпионке» в столь конкурентной среде, как индустрия одежды. Рэй фотографирует довольно профессионально (нужно помнить, что до этого момента у него практически не было опыта студийной съёмки), в так называемой «каталожной манере», просто выполняя коммерческий заказ. Получив определённую практику у Пуаре, он начинает сотрудничать с другими домами Высокой парижской моды, такими как *Worth*, *Chanel*, *Schiaporelli*. В течение всего лишь года пребывания в Париже редактор блистательного *Vanity Fair* Франк Кроуниншильд (*Frank Crowninshield*) опубликовал в журнале снятые Рэем портреты Пикассо и Джойса, купил четыре рэйографии, которые тут же были помещены в одном из номеров в качестве иллюстраций к материалу о самом художнике. Это был успех, пришло признание.

Бескамерные фотографии Рэя не остались незамеченными. Влиятельные фигуры современного художественного Парижа: Тристан Тцара (*Tristan Tzara*) и Андре Бретон (*André Breton*) тут же оценили их и даже «соперничали» в вопросе принадлежности этих работ к патронированным ими направлениям. Главный идеолог сюрреализма видел в рэйографии произведения, отвечающие его собственной теории «автоматического письма». «... Бретон демонстрирует поразительную терпимость к фотографии. Из двух художников, которых он первыми причисляет к сюрреализму, – это были Макс Эрнст и Ман Рэй, – только один является фотографом. И мы ошибаемся, предположив, что Ман Рэй был выбран из-за кажущегося антиреализма рэйографий. Бретон резко возражал тем, кто называл рэйографии абстрактными или проводил черту между фотографиями, сделанными Ман Реем с камерой и без нее». [Краусс, 2014, с. 147-148]. Тристан Тцара был первым, кто увидел рэйографии – эти «примитивные» фотографические отпечатки, чьё рождение в 1830-х годах было связано с английским изобретателем негативно-позитивного процесса Генри Фоксом Тальботом (*Henry Fox Talbot*). Фотограмма получила у Рэя нарциссичное название «рэйография». Тцара содействует дистрибуции портфолио под названием «Восхитительные поля», ставшего впоследствии ключевым «продуктом» MAN RAY. Гениальность Рэя состояла в том, что эти бесхитростные картинки отвечали одновременно многим требованиям момента: условиям существования современного искусства, как ДаДа, так и сюрреалистического, потребностям коммерческой изобразительности, правилам брендинга. В конце концов, амбициям молодого модерниста. Дадаисты приветствовали идею превращения объективной реальности в умозрительную конструкцию. Сюрреалистов привёл в восторг мир, отбрасывающий тень самого себя, сверхреальность, лишённая субъективного взгляда. Рэйографии имели некоторое сходство с рентгеном, изобретённым на рубеже веков, казавшемся чем-то таинственным из-за его способности проникать в невидимое измерение. Прежде зритель мог видеть только то, что лежало в пределах досягаемости взгляда, в сфере его видимости, теперь её граница оказалась разрушенной. Линда Хендерсон (*Dalrymple Henderson*) отмечает, что рентгеновские изображения были иной видимостью, несоотнесимой с реальностью, они представлялись способом визуализации четвёртого измерения. В своей книге «Четвёртое измерение и неевклидова геометрия в современном искусстве» она анализирует решающее влияние этого понятия на развитие кубизма и экспрессионизма в живописи. И тут в фотографии появляется рэйограмма, которая тоже как бы иллюстрирует это самое «четвёртое измерение». Способ Тальбот создавать «теневые силуэты», используя плоские вещи, разложенные на светочувствительной бумаге, Рэй применяет не буквально, и в этом его собственный вклад в обновлённую идею фотограммы. Он использует объёмные или, например, прозрачные предметы, дающие совершенно новые художественные решения. Изображения, полученные таким способом, выходили за пределы однозначного восприятия реального мира, попадая в зону отчуждения предметности, непрямоугольности и алогизма. Они оказались «того же рода», что и другие формы современного искусства.

В 1931 году французская компания *Parisienne de Distribution d'Electricité* предложила Ман Рэю сотрудничество. Требовалось «изобразить» электричество и его безграничные возможности. Художник использует метод рэйографии для воплощения довольно абстрактного понятия каким было электричество. Позже он применит эту технику для некоторых иллюстраций в журнале *Harper's Bazaar*, комбинируя, например, фотографии ног модели с фотограммами чулок. Казалось бы, реклама не терпит условности. Продаётся не умозрение, а товар. Но рынок уже не мог удовлетворить пресыщенного покупателя, просто предлагая ему изображение, сколь бы оно было привлекательным. Мода одной из первых оценила преимущества сложных образных решений. Для Рэя сотрудничество с популярной прессой стало выгодным не только с точки зрения финансов. Журналы стали для него особой нишей. Рынок потребления хотел быть «на передовой» современных тенденций, поднимая таким образом уровень конкурентоспособности своих агентов,

теперь были необходимы уже не столько стандартно хорошие, сколько оригинальные визуальные решения оформления товарной продукции и её рекламы.

В 1930-е годы после триумфа рэйографии Ман Рэй одним из первых модернистов начинает использовать соляризацию (*solarisation*). Соляризованные фотографии искажали объект съёмки «обводками», получавшимися в результате так называемого эффекта Сабатье, известного с конца XIX века, и воспринимаемого, скорее, как брак печати, возникающий при передержке. Но когнитивный модернизм усмотрел здесь свою «выгоду». В отличие от живописцев фотограф сталкивается с «неподатливой» реальностью. Её метаморфозы, став, как я уже отмечала выше, важной формальной приметой изобразительности, в фотографии обрели свои иконографические вариации. «Соляризованная» реальность фрагментирована на отдельные части, её подлинность становится недостоверной. История новейшей живописи связана с историей дематериализации мира, разрушением зримого, объективно-предметного, развоплощением бытия. Фотография создаёт свой особенный деструктурированный мир. Работая вместе с Ли Миллер (*Lee Miller*), ученицей и возлюбленной, Рэй «случайно» открыл для себя приём соляризации и применил его как «сюрреалистический маневр». Одним из самых известных соляризованных изображений стал профильный портрет Миллер, созданный Реем в 1930 году. Его собственный портрет с камерой также будет знаковой репрезентацией фотографа 1930-х годов. Примечателен тот факт, что реальность для Рэя была «сосредоточена» главным образом в искусстве портрета, он редко снимал на улице, это относится к пейзажам и жанровым сценкам. Соляризация портретов – дело довольно «опасное». «Похожесть» как важная составляющая этого жанра ещё не была вытеснена «образностью», поэтому «повредить лицо» казалось кощунственным. В лицах-репрезентациях Рэй редко применяет соляризацию, так как её эффект был слишком «художественным», мешал функционированию традиционной геральдической изобразительности, того самого описательного кода, который приписывал портрету прежде всего коммуникативные функции. Соляризация портретного изображения, таким образом, – приём исключительный, человек идентифицируется не фотографически, схожестью с референтом, а метафорически, так же как в авангардной живописи. Соляризованные портреты «избранных» маркируют их специфическую индивидуальность, главным образом артистическую, в символ, знак. Бретон, Миллер, Эльза Скиапарелли или Сьюзи Солидор как и сам Рэй, таким образом, выделяются как наиболее концептуальные, семиотические фигуры (подробнее об этом см. [Аверьянова, Ранние примеры..., 2018]). Ман Рэй выступает как художник, инструментарий которого – камера.

Анализируя заказные портреты 1-го парижского периода (1921-1937), понимаешь, что в этой области, сугубо коммерческой Рэй, руководствовался «объективностью человеческого глаза». Безусловно, портретный жанр накладывал обязательства: художник выбирал «прямую репрезентацию». Но никто из исследователей не обратил внимание, что концепция, провозглашённая «новыми вещественниками» – представителями направления европейской и американской фотографии конца 1920-30-х годов, кажется довольно близкой принципам художника в области именно портретного жанра. Формально Рэй не был «новым вещественником», так как не примыкал ни к каким *фотографическим* течениям. Но он хорошо чувствовал тенденции. Фотографы этого направления, исповедовали язык чистой фотографии, незамутнённый никакими артистическими заимствованиями. В портрете «новые вещественники» отказались от психологизма как особо важной характеристики индивидуумов. Лица представлялись им «драматическим ландшафтом», где разыгрывались психо-физиологические и/или социологические спектакли. Лица светских персонажей, деятелей искусств, богемы, как нельзя кстати, подходили под определение «драматический ландшафт». Психологизмом портретируемого наделяет автор, и если он плохой «психолог», портрет получается маловыразительным. Выявление психологии характера предполагало вовлеченность художника в своего рода исследовательский процесс. Рэй, приверженец «быстрого искусства», работал в

«скоростном режиме», за один сеанс, почти всегда фотографируя фигуру в рост, а потом сильно кадрируя изображение при необходимости. Его портреты-образы, не имеющие, собственно говоря, никаких «душевных» составляющих, были прекрасными примерами драматической выразительности. Эти его работы основаны на игровом начале и системе метафор – арсенале сюрреалистических практик. Таким образом, Рэй оказывается одновременно сюрреалистом «по призванию», коммерческим портретистом «по профессии» и, в какой-то степени, «новым вешественником» – по манере и языку.

В 1922 году на страницах октябрьского номера *Vanity Fair* появилась необычная фотография маркизы Луизы Казати (*Luisa Casati*) – эксцентричной итальянской аристократки и роковой красавицы. Совершенно неожиданно на её лице оказалось четыре глаза. Это странное изображение было расположено среди множества живописных и скульптурных портретов музы и покровительницы искусств, авторами которых были Леон Бакст, Джованни Больдини, Огастес Эдвин Джон, скульптор Джейкоб Эпстайн. «Неудачный» портрет, который в действительности был фотографическим браком, очень нравился маркизе, представляя эту незаурядную женщину совершенно в неожиданном ракурсе, придавшем ей поистине демонический вид, далёкий от реальности и сходства. Драматургия образов разыгрывалась в целом ряде портретов, созданных Рэем в Париже⁵.

Начиная с конца 1920-х годов, границы мейнстрима существенно раздвигаются. Рынок перерабатывал все возможные творческие потоки. Шокирующий, провокационный сюрреализм был редуцирован и приспособлен для потребителя, также как это произошло с кубизмом. Но для Ман Рэя сюрреализм, действительно, оказался формой, посредством которой он смог примирить противоречия в своём отношении к фотографии, специфическим модусом, позволившим ему вести плодотворный диалог между искусством и массовой культурой. Годы его сотрудничества с иллюстрированными изданиями, в конце концов, сами по себе стали восприниматься как сюрреалистичное явление: маловероятная встреча случайных элементов, эксперимент с неожиданным результатом. Изысканные гляцевые журналы, заботясь о коммерческом успехе и статусе, отрицали «грубую» массовую эстетику, предлагая «аристократические» идеалы искусства, что, конечно, подкупало читателя. Но время диктовало свои условия. Модернистский художник создал изображения, без которых теперь уже немыслимо представить ни историю фотографии и моды. Парадоксально, но факт.

В мае 1926 года одна из фотографий Кики де Монпарнас, парижской любовницы Рэя, из серии «Черное и белое» (*Noire et Blanche*) появилась на страницах *Vogue*. Голова женщины лежит на столе, её глаза закрыты, в руке она держит чёрную африканскую маску строго вертикально рядом со своим лицом. Первоначально работа называлась «Перламутровое лицо и эбонитовая маска» (*Mother of pearl face and ebony mask*). Текст, который сопровождал снимок в журнале был посвящён актуальным феминистским рассуждениям. Ритуальная маска послужила здесь метафорой девственного состояния человечества, в то время как лицо белой женщины олицетворяло современную цивилизацию. Через два года после публикации в *Vogue* фотография была напечатана в двух художественных изданиях, речь идёт о парижском *Art et decoration* и бельгийском *Varietes*. Отпечаток невольно становится фотографическим рэди-мейдом. В данном случае не потому, что было снято что-то сугубо бытовое, утилитарное (хотя Кики в каком-то смысле была женщиной «практического использования», служа моделью для многих французских художников, да и маска в Париже становится модным сувениром, не связанным с отправлениями сакральных инициаций, разве что потребительских) и заявлено как произведение искусства. Снимок, вынесенный за пределы

⁵ Портретное наследие художника представлено порядком 12 500 негативов, хранящихся в одном только в Центре им. Помпиду в Париже. Работы, созданные в разные годы, снятые с неодинаковыми целями и весьма специфическими задачами, демонстрируют максимальную изобразительную вариативность в рамках общепринятых жанровых стандартов и вне их. Антология портретов от визуальной документации и свидетельств своеобразия психофизиологического модуса личности, до её артистических эквивалентов представлена в каталоге *Man Ray. Portraits*. Paris-Hollywood-Paris. From the Man Ray Archives of the Centre Pompidou. Texts by Clement Cheroux. Munich, 2010.

профанного пространства (журнал *Vogue*) и попав в пространство институциональное, в действительности, легитимизировал своё художественное перевоплощение – именно так, как придумал Дюшан. Для Рэя этот факт стал подтверждением выбранной им стратегии. *Varietes* «объявляет» фотографию сюрреалистической. На его страницах символика маски, в соответствии с идеями Андре Бретона, связывается с поэтикой «варварских народов», первобытных, грубых, витальных, не испорченных прогрессом. Подобные качества тогда приписывались «примитивным обществам». Темы взаимоотношений между «культурой» и «дикостью», рассудком и инстинктами, сознательным и бессознательным преобладали в творчестве самого Бретона и в целом представлялись основополагающими для сюрреалистов.

Первой работой Ман Рэя для *Harper's Bazaar*, появившейся в сентябрьском номере журнала за 1934 год, была смелая фотограмма «Новая мода «приходит» по коротким радиоволнам... Передано по радио из Парижа в Нью-Йорк...» Художник поместил кусочек ткани и бумажные фигурки моделей на фотобумагу и засветил их. Получившиеся отпечатки были своего рода иллюзорными впечатлениями от новой коллекции, переданными посредством «коротких волн». Вторая иллюстрация для журнала представляла вытянутый, гипертрофированный силуэт, фотограф использует дисторсию. Удивительным оказывается другое: подпись художника в нижнем правом углу работы. Как правило, фотографии не подписывались, имена авторов могли быть представлены в общем списке. Здесь Рэй не просто выступает в статусе иллюстратора, но эксклюзивного художника (подробнее об этом см. [Аверьянова, Ман Рэй..., 2018]).

Модернистская живопись предполагала умение смотреть. Модернистская фотография стремилась к тому же. Трюки по превращению материи в условность, а объекта – в образ,годились и в коммерческой области, особенно в репрезентации моды, в рекламе. В XX веке постепенно менялся способ потребления, а, следовательно, и рекламы. «Привлекательность самих вещей (роскошной одежды, совершенного тела) уступает место экзистенциальным аспектам <...>, переживаемому» [Руйе, 2014, с. 201]. Изобразительность Ман Рэя в области рекламы совершенно опережала своё время. Реклама между двумя мировыми войнами главным образом иллюстрировала, то есть растолковывала преимущества покупки того или иного товара. Но продать реальность становится трудно, гораздо более востребованной оказалась иллюзия. Рэй художник нового времени. Он находит способ создавать фантастическое в зоне прагматического, а также возможность интеграции своих артистических амбиций в область сугубо потребительскую, рыночную. Его приёмы всегда остаются либеральными по отношению как к художественному, так и утилитарному, к творчеству и к ремесленничеству. Он один из первых, кто сознательно исследует потребительскую культуру, которую позже так хорошо освоят художники поп-арта (подробнее об этом см. [Аверьянова, От Ман Рэя..., 2018]). Он сумел согласовать авангардистские порывы с коммерческими дивидендами от них. Рэй будет подписывать свои отпечатки на лицевой стороне. Даже в начале XX века это все ещё считалось дурным вкусом, так как сама природа фотографии подвергала сомнению претензии на авторство с точки зрения автора-художника, имеющего право на имя. Профессиональный студийный фотограф маркировал свою продукцию, используя штамп студии с её адресом, рекламируя заведение. Это «брендирование» приравнивало фотографию к определённому виду товарной продукции. Имя на лицевой стороне отпечатка принципиально иная позиция, сходная с позицией подписи на картине. Модальность фотографии-документа не равна её художественному статусу. С этого времени любое изображение за пределами потребительской сферы могло стать предметом искусства. Это был прорыв в осмыслении фотографического медиума. Ещё один немаловажный факт: Рэй-фотограф хорошо усвоил принцип брендирования, Рэй-художник, утвердив впоследствии MAN RAY, как будто бы унаследовал этот опыт от первого. Его последующие репликации, копии, авторские цитаты станут стратегическим запасом MAN RAY.

Главным заработком художника в Париже оставалось фотографирование портретов. Это приносило существенные доходы и славу. «С тех пор, как Рэй стал подписывать свои портреты в журналах *Vanity Fair* и *Vogue*, посетители студии получали своего рода социально одобренный

пропуск в высшее общество для всех, кто желал туда попасть. В течение всего нескольких лет Ман Рэй стал успешным, его мечта осуществилась: он востребованный портретист» [Man Ray, 2010, p. 45]. Цена его портретов была довольно высокой, гораздо выше, чем средняя студийная заказная съёмка в Париже. Сам фотограф объяснял это тем, что таким образом можно было ограничивать количество заказов. Снятые им портреты появляются на страницах *Vogue*, *Vanity Fair*, *Charm*, *Harper's Bazaar*, в иллюстрированных новостных журналах, как еженедельник *VU*, а также в литературно-художественных изданиях – *Littérature* и *Minotaure* (подробнее об этом см. [Аверьянова, Фотографии Ман Рэя...]). Помимо портретов он получает заказы на съёмку редакционного материала на самые различные темы – от выставок искусства и модных показов, событий в высшем обществе, до интерьеров особняков и салонов шикарных автомобилей. Сотрудничество с периодическими изданиями стало важным средством его популяризации. Стиль и мастерство Рэя вполне соответствовали любым задачам по своему разнообразию – фотограф легко переходил от гламурного к авантюрному и авангардному. Он смешивает жанры, техники, методики, порой даже в противоречивых комбинациях. Он все время заходит как бы на ничейную территорию, лежащую между областями механической репродукции и артистизма, потребительского и высокого искусства. Он словно бы не хочет мириться с ограничениями, которые накладывает тот или иной творческий процесс или сфера деятельности. Так было всегда: живопись при помощи аэрографа, фотография без камеры, абстракция в качестве рекламы, фильмы без инсценированной действительности.

Фотографические изображения статичны по своей физике и метафизике – остановленное, запечатлённое, зафиксированное. Рэй вспоминал: «Исследуя различные фазы фотографирования уже с первых дней моего пребывания в Париже, неизбежно я думал о движущихся картинках. Не то, чтобы я имел желание заниматься этим профессионально, но моё любопытство вызвала идея привести в движение статичные изображения, которые я получал» [Baldwin, 1988, p. 4].

В 1923 году Ман Рэй создаёт свой «Нерушимый объект» – сочетание метронома с фотографией глаза, прикреплённой к нему канцелярской скрепкой. Первоначально композиция называлась «Разрушаемый объект» (*Object to be destroyed*). Вот как описывает его появление сам художник: «Я поставил метроном рядом с собой, тогда я рисовал – как пианист, когда начинает играть – и метроном своими тикающими звуками регулировал частоту и количество моих мазков. Он шёл быстрее, я рисовал быстрее; и если метроном остановился, то я понимал, что я рисовал слишком долго, и я говорил себе, значит, моя живопись недостаточно хороша, её нужно уничтожить. Художник нуждается в аудитории, поэтому я прикрепил фото-глаза, чтобы при качании метронома создавалась иллюзия, что кто-то наблюдает, как я рисую. Однажды я не принял приговора метронома, тишина была невыносимой, и тогда я называл свой объект, с определённым предчувствием, «Объектом уничтожения», и я разбил его на куски» [Schwarz, 1977, p. 206]. Так получилось «фотографическое движение», далее появятся фильмы, короткие, неигровые, но отвечающие концепции «подвижных картинок». Случайно или нет «идея» объекта Ман Рэя впервые появляется на отпечатке Антона Джулио Брагалья (*Anton Giulio Bragaglia*) – «Изменение позиции» (*Change of Position*, 1911). Брагалья – фотограф и футурист в период 1911 по 1913 год – написал манифест, где назвал своё творчество «фотодинамизмом» (*photodynamism*). Его метод предлагал фотографирование объектов, плавно движущихся сквозь пространство в определённое время. Он полагал, что следы перемещения моделируют фотодинамический образ и напоминают линейные ритмы футуристической живописи. На фотографии телодвижения человека оставляют кинетический след, как и глаз, прикрепленный к маятнику метронома. Я не буду здесь разбирать важную для сюрреалистов метафору глаза, хотя его появление в конструкции не могло оказаться случайным. Все «случайности» Ман Рэя всегда точно продуманы. В 1932 году более поздний вариант объекта появился под названием «Вечный мотив» (*Perpetual Motif*) и он, как нельзя лучше, олицетворяет идею показать движение времени в одном стоп-кадре, а «глаза» как действительно вечный лейтмотив искусства.

Статичность фотоизображений не давала покоя художнику. Природа фотографии живёт в кинематографе, но фильм не является её эволюцией. В своих экспериментальных проектах Рэй исследует возможности оптического языка, нежели действительно снимает полноценные фильмы. Первым опытом Ман Рэя стала лента «Возвращение к разуму» (*La Retour à la raison*, 1923), представляющая смешение кадров и рэйографий, по сути, являясь кинетической версией статических изображений, чем-то вроде ускоренного диафильма. Фотограф утверждал, что Тристан Тцара подтолкнул его создать этот фильм, причём спешно, всего за одну ночь, потому что хотел организовать его показ следующим же вечером на дада-вечеринке «Бородатое сердце» (*La Coeur à Barbe*) в Театре Мишель в Париже. Тцара составил программу, в которую вошла его собственная пьеса «Газовое сердце», ряд музыкальных произведений Милё, Стравинского, Сати, абстрактная картина «Ритмы 21» Ганса Рихтера, «киноимпрессионизм» Шарля Шейлера и Пола Стренда – «Прекрасный Нью-Йорк» (*Manhatta*), а также «Возвращение к разуму» Ман Рэя, объявленный как первый французский дадаистский фильм. В спешке фотограф плохо склеил части плёнки, и бесконечные прерывания показа вызвали скандал, который незамедлительно положил конец мероприятию. Дебош, произошедший в зале, был на руку для дада-анархистов. Фильм вряд ли можно считать неудачей. Нужно понимать, что появившийся в авангардные 1920-е, он был задуман и создан художником, а не режиссёром. В то время Рэй был одержим фотографированием объектов, которые он превращал в абстрактные композиции – рэйографии. В ритмическом построении подобных композиций не было ничего точно и тонко продуманного, преобладала случайность, как и в созданном им фильме. Подобные вещи ближе к спонтанному рисованию, «автоматическому письму», важному лексикону сюрреалистов, теоретически разработанному Бретоном, подразумевавшим изоляцию художника от всякого внешнего влияния, от какого-либо контроля разума и, пожалуй, самое важное, от эстетического вкуса.

Ман Рэй как дадаист применяет для создания рэйографий различные бытовые предметы (кнопки, проволоку и пр.), не являющиеся традиционным художественным материалом. Их использование в «художественном производстве», с одной стороны, разрушало привычную эстетическую изобразительную модель, но в то же время конструировало новую визуальную парадигму. Благодаря эффекту фотограммы вещи отлучались от реальной объектности, они даже не всегда опознавались, таким образом, выдерживался дадаистский принцип разрушения традиционной перцепции, предметы превращались в абстрактные знаки, живущие по своим собственным законам, в том числе по законам новой эстетической модели мира.

Рэй снял несколько изображений обнажённой Кики, вокруг которой вращалась камера, потом подвешенную бумажную спираль – крутящуюся пространственную конструкцию, коробку с куриными яйцами. Этого оказалось мало, чтобы говорить о фильме. Но Тцара настаивает на включении кинематографических адаптаций рэйографий. На плёнку сыплется перец, стружка, кнопки и другие объекты. После двухсекундной экспозиции идёт проявка, далее всё отснятое монтируется вместе с рэйографиями и кадрами с Кики. Таким образом, получился короткометражный фильм, по крайней мере, достаточный, чтобы назвать его дадаистским, прежде всего из-за его некинематографичности.

В создании кино немаловажным техническим аспектом является монтаж – способ создания некоторой последовательности кадров, который имеет мало общего с монтажом в фотографии, где это скорее графический прием. Алогичный монтаж Рэя – это создание хаоса. Он утверждал, что его экспериментальные фильмы – попытка достичь автономии от других искусств, собственно, и от кинематографа тоже. Рэй писал: «... возможно, конечной целью художника является смешением всех искусств, это как единство вещей в реальной жизни». [Kuenzli, 1987, p. 17]. Он сделал всего четыре короткометражки и, бесспорно, обладал определённой кинематографической чувствительностью, но все же оставался художником. Тцара уговорил Рэя создать «Возвращение к разуму» как своего рода художественный проект, в то время как другие три фильма появились

либо по финансовым соображениям или вовсе не предназначались для показа. Для Рэя кино оказалось непомерно дорогим, особенно как некоммерческая экспериментальная сфера. Даже скромного вознаграждения за наиболее успешный из фильмов – «Морская звезда» (*L'Etoile de Mer*) было недостаточно, чтобы продолжить кино-деятельность. Кроме того, он не хотел лишиться основного источника дохода, получаемого от фотографии, учитывая, что его имя и адрес были доступными для любого в Париже, кто искал фотографа для заказного портрета. Но, пожалуй, самое главное: Ман Рэй не был готов к производству и тем более звуковому оформлению фильмов. Настоящее кино предполагало работу целой команды, а значит некий художественный компромисс. Рэй предпочитал работать в одиночку. Его бренд – MAN RAY не стал предприятием.

В эпоху тотального модернизма эстетическая ценность произведения искусства во многом зависела от его новизны и смелости. В авангарде эти понятия становятся мерилем таланта художника. Модернизм абсолютизировал эксперимент. Рэй, например, работает с аэтографией, где инструмент становится главным аргументом новшества, а, следовательно, признаком авангардного мышления. Хорошо забытая фотограмма, получившая новое название – рэйография и ставшая практически «брендом» художника в 1920-х годах, также закрепила технологию в качестве маркера модернизма. Спонтанные движения, зафиксированные на плёнку, признаются авангардным кино, по сути, не имея к нему никакого отношения. Модернисты любили разного рода ребусы, розыгрыши и мистификации. Ман Рэй вместе с другими художниками как будто бы заново открывал для себя и для зрителя видимый и ощущаемый мир, обнаруживая в обычных предметах их форму и сущность не слитно, как привык видеть и переживать обычный человек, а раздельно. Это-то, что, пожалуй, и было основой их парадоксального видения. Но, разделив форму и значение вещей, они не смогли или не захотели вновь соединить их. Мир оказался чем-то распавшимся, неструктурированным, бессвязным. Требовалась новая модель грядущего мироустройства. Владимир Перцев пишет: «Рост механических средств записи действительности – фото- и киносъёмка, звук, радио- и кино-проекция, домашняя фото, фоно- и радиоаппаратура, автоматизация записи (без участия людей), растущее распространение стенографии ... – все это, как никогда, повышает в человеке искусства его монтажные, комбинаторские способности, развивает интуицию сопоставления за счёт интуиции раскрытия» [Перцев, 1928, с. 17]. Именно в эпоху «технического воспроизводства» произошёл трудноуловимый, но принципиально важный переход от примата индивидуального к авторитету массового вкуса. От художника требовалась определённая доля изобретательности, чтобы оставаться творцом и одновременно частью рыночной стратегии. Уже во второй половине XX века поп-арт блестяще адаптирует любой творческий жест как к «высокой», так и к массовой культуре. Далее постмодернизм станет венцом эволюции искусства, как профессионального производителя культурной продукции, удовлетворяющей любые потребительские вкусы. Кажущаяся независимость Ман Рэя от художественной конъюнктуры – лишь умелое балансирование между творчеством и коммерцией. Он не отделяет «высокий» и «низкий» жанры, ручной и механический способы работы, не борется за чистоту стиля, не чурается заимствований, не делает разницы между уникальным и тиражируемым. Традиционно в аристократической культуре произведение искусства было отстранено от «рынка», в массовой – граница между ними отсутствует. Трюк Ман Рэя состоял в том, чтобы сыграть на репутации художника, который, казалось бы, не производит ничего «рыночного», но только использует свой талант с целью зарабатывания денег, став популярным, модным и успешным, как раз посредством актуализации коммерческой составляющей своей «антихудожественной деятельности».

«Произведение искусства – это уникальный результат уникальной личности. Его красота происходит из того, что собой представляет автор. Оно не имеет никакого отношения к тому, чего хотят другие люди. Действительно, в тот момент, когда художник обращается к потребностям других и пытается их удовлетворить, он перестаёт быть художником, становится развлекающим

ремесленником, честным или нечестным торговцем» – писал в 1891 году Оскар Уальд в своем эссе «Душа человека при социализме»⁶. Сам писатель хорошо знал, чего хотят люди и как им это продать. Но всегда глубоко прятал эту свою способность. Для Рэя в этом уже не было необходимости.

ИСТОЧНИКИ

1. *Man Ray. Portraits. Paris-Hollywood-Paris. From the Man Ray Archives of the Centre Pompidou / Texts by Clement Cheroux.* – Munich, 2010.
2. *Man Ray. Self Portrait.* – Boston. 1963.
3. *Man Ray. Writings on Art.* Jennifer Mundy (ed.). – London: Tate Publishing, 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверьянова О.Н. Фотографии Ман Рэя в сюрреалистических изданиях. Контексты // «Диалог со временем». Институт всеобщей истории РАН (принята к печати в ноябре 2018 г.).
2. Аверьянова О.Н. Ман Рэй как фотограф моды: от утилитарных и дескриптивных ограничений к китчу // Международный журнал исследований культуры. № 1 (30) 2018. – С. 209-220.
3. Аверьянова О.Н. От Ман Рэя к Энди Уорхолу. Коды самоидентификации // Вестник РГГУ. № 3 (13) 2018. – С. 143-154.
4. Аверьянова О.Н. Ранние примеры соларизации. Ман Рэй. Вестник Южно-Уральского Государственного Университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». Vol. 18, № 2, 2018. – С.60-67.
5. Аверьянова О.Н. Рейография. Бренд как художественное произведение // Культура и искусство. 2017. № 10. – С. 74-87. DOI: 10.7256/2454-0625.2017.10.23314
6. Краусс Р. Фотографическое: опыты теории расхождений. – Ад Маргинем Пресс, 2014.
7. Рихтер Х. Дада – искусство и антиискусство. – Москва: Гилея, 2014.
8. Руйе А. Фотография: между документом и современным искусством. – Санкт-Петербург: Клаудберри, 2014.
9. Перцов В. Новейшая проза // Новый ЛЕФ. 1928. №12.
10. Avrich P. The Modern School Movement: Anarchism and Education in the United States. – Princeton University Press, 1980.
11. Baldwin N. Man Ray: American Artist. – New York, 1988.
12. Groys B. Topologie der Kunst. – Munchen, Wien, 2003.
13. Kuenzli R. E. (ed.). Dada and Surrealist Film. – New York, 1987.
14. Naumann F. Man Ray and America // Conversion to Modernism, New York, 1994.
15. Schwarz A. Man Ray: The Rigour of Imagination. – London, 1977.

SOURCES

1. Man Ray. *Portraits. Paris-Hollywood-Paris.* From the Man Ray Archives of the Centre Pompidou. Texts by Clement Cheroux. Munich, 2010.
2. Man Ray. *Self Portrait.* Boston. 1963.
3. Man Ray. *Writings on Art.* Jennifer Mundy (ed.). Tate Publishing, London, 2016.

REFERENCES

1. Averyanova O.N. Fotografii Man Rjeja v sjurrealisticheskikh izdaniyah. Konteksty [Pictures of Man Ray in the surrealist journals. Contexts]. "Dialog so vremenem". Institut vseobshhej istorii RAN (prinjata k pečhati v nojabre 2018 g.).
2. Averyanova O.N. Man Rjej kak fotograf mody: ot utilitarnyh i deskriptivnyh ograničenij k kitchu [Man Ray as Fashion Photographer: from the Utilitarian and Descriptive Limitations to the Kitsch]. In Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury. #1 (30) 2018. Pp. 209-220.
3. Averyanova O.N. Ot Man Rjeja k Jendi Uorholu. Kody samoidentifikacii [From Man Ray to Andy Warhol. Self-identification code]. In Vestnik RGGU. # 3 (13) 2018. Pp. 143-154.
4. Averyanova O.N. Rannie primery soljarizacii. Man Rjej [Early examples of solarization in photography. Man Ray]. Vestnik Juzhno-Ural'skogo Gosudarstvennogo Universiteta. Serija "Social'no-gumanitarnye nauki". Vol. 18, #2, 2018. Pp. 60-67.

⁶ <http://oscar-wilde.ru/estetika-miniatury-esse-lekcii/dusha-cheloveka-pri-sotsializme.html>

5. Averyanova O.N. Rejografija. Brend kak hudozhestvennoe proizvedenie [Rheography. Brand as a work of art]. In Kul'tura i iskusstvo. 2017. #10. Pp. 74-87. DOI: 10.7256/2454-0625.2017.10.23314
6. Avrich P. *The Modern School Movement: Anarchism and Education in the United States*. Princeton University Press, 1980.
7. Baldwin N. *Man Ray: American Artist*. New York, 1988.
8. Groys B. *Topologie der Kunst*. Munchen, Wien, 2003.
9. Krauss R. *Fotograficheskoe: opyty teorii raskhozhdenij* [Photographic: experiments of divergence theory]. Ad Marginem Press, 2014.
10. Kuenzli R. E. (ed.). *Dada and Surrealist Film*. New York, 1987.
11. Naumann F. *Man Ray and America*. In *Conversion to Modernism*, New York, 1994.
12. Percov V. *Novejshaya proza* [Newest prose]. In *Novyj LEF*. 1928. №12.
13. Rihter H. *Dada – iskusstvo i antiiskusstvo* [Dada – art and anti-art]. Moscow, Gileay, 2014.
14. Ruje A. *Fotografiya: mezhdokumentom i sovremennym iskusstvom* [Photography: between the document and contemporary art]. Klaudberri. SPb, 2014.
15. Schwarz A. *Man Ray: The Rigour of Imagination*. London, 1977.