

Демо
версия

OBJECTS³
RUSSIAN STREET ART

Привет,

Книга «Objects» рада вновь приветствовать читателей на своих страницах. Как и в прошлый раз, содержание номера будет посвящено обзору инноваций в области российского уличного искусства и связанных с этим событий. Однако настоящее издание изначально задумывалось как нечто большее, чем просто альбом о стрит-арте.

«Objects» в кубе — это проект, ставящий своей целью стимуляцию творческого эксперимента в рядах отечественных уличных художников, призывающий выйти за рамки двухмерного и «типографического» стрит-арта (к сожалению, до сих пор преобладающего в России), и направить свой потенциал в сферу свободного искусства, не ограниченного поверхностями городской фурнитуры. Так, в фокусе третьего номера оказываются непосредственно трехмерные объекты, а так же объемно-пространственные композиции, создаваемые различными художниками на улицах города — в этом плане содержание книги впервые отражает ее название настолько буквально.

Большая часть опубликованных проектов создана специально для номера, поскольку для большинства представленных в нем художников объем — довольно новое поле для эксперимента. Однако если для одних это — дебют, то для других — вполне привычная практика. Это обусловлено тем, что сегодня на городских улицах России орудуют художники, вышедшие не только из граффити сообщества, но и из других сфер — это дизайнеры, иллюстраторы, традиционно «галерейные» художники современного искусства и т.п. Об их вариантах организации городского пространства на этот раз и рассказывает «Objects».

Это ознакомительный PDF-файл, который содержит далеко не все страницы книги.

Так же, хотим заявить, что «в живую» книга смотрится гораздо лучше и интереснее.

Приобрести издание можно уже сейчас у нашего генерального дистрибьютера «ИндексМаркет» — www.indexmarket.ru

Дистрибьюция: prodam@objectsbook.ru
Web-site: www.objectsbook.ru

002

003

"RUSSIAN STREET
ART", ARTICLE

CONTENTS



010

"3D OBJECTS"

012.IGOR P.
016.ZACHEM
018.BIGOOD
020.TROP
022.183
028.APL
030.ZUEV
031.HOMER
032.0331C
034.HUDOV
035.MH
038.MOST
040.RENAISSANSE
041.INCUBUS PR.
042.PB
044.POLET
046.PPROFESSORS
048.SUMO
050.SY
053.RED BULL CO.
054.TSM
055.AZ
056.310 S.
058.DOPLUDO
060.FOKER
062.CHESE
064.ZA KADROM

072

"3D
EXHIBITIONS"

074.SKATE OBJECTS
080.STYKOVKA
LUNOHOD-MASKS

115.VISUAL ART.
114.ZUK,SCISSOR
110.404 PHOTO
108.MOST
106.IK
104.SICKS
102.PB
100.INFLUX
098.310 S.
095.ZUK CLUB
094.INCUBUS PR.
092.UNPLATE
091.LIMITE
090.ARTEK
088.0331C

"ORIGINAL
STREET ART"

086

A photograph of two people walking away from the camera on a city street. The person on the left is wearing a blue and black jacket and carrying a red shopping bag. The person on the right is wearing a dark jacket and carrying a white shopping bag. A red square overlay is centered in the image, containing the word "INTRO" in white, underlined text. The background shows a crosswalk and a street with a manhole cover.

INTRO

The languages of street art are constantly changing. Merging with the urban environment, street art has become an indivisible part of the metropolitan visual language. Artists don't lag behind — staying active on the streets, they are mastering new media of contemporary art and industrial design origin...

The verbal language of American writing of the 80's was replaced by the European image language of the 90's. And now with the first decade of the 21st century coming to an end, we are once again facing street art language changes. These changes occur not only in the content itself but also in the artists spatial thinking paradigm. Horizontal, two dimensional view of the surface evolves into three dimensional one. Authors, using modern industrial materials and technological advances of the information age, strive to get new results and offer viewers their own ways of perceiving "natural" everyday environment. They partially reemploy the techniques of "land-art" and "environmental" art and other methods known under the umbrella term "site-specific art". It is true that street art continues art object redefinition, dispersion and deterritorialization processes, started by the artists of the second half of 20th century (Andy Goldsworthy, Christo, Claes Oldenbourg and others). Back then, just like now, artists invaded the urban space, creating large scale installations and objects. And just like now, these objects are situation-specific and nondurable. But land-art supporters preferred "natural" materials, meanwhile street art sticks to industrial materials.

It is evidently clear that street art community has reached a new level of spatial thinking. The notions of style and competition, which form the basis of the graffiti culture, foster new ways to overcome the visual crisis of flat two dimensional street art. Continuing interaction of subculture and contemporary art leads to language games multiplication and gives birth to new forms of post-graffiti. For example, street artists gradually learn performance techniques (Robin Rhode), and the works contents are getting more and more conceptualized (Influenza).

80's writing has fully expressed itself in the "wild style" esthetics. Street art of the 90's replaced name with brand and chose image over verbalism. 2000's saw images transformed into objects, conquering the third dimension. This process wasn't only a reaction to general innovation crisis in street art. Neither was it another way to construct author's identity. This process was a new form of backlash on authorized arts and total commercialization of everyday life both virtual and real. Artists turn streets into a battle field where they fight against advertising for public attention. They mock ads, redefine them and, like pop-art artists, use their contents to create original art (Jason Eppink).

Two dimensional art tried to challenge commerce as well. But it's active proliferation on the streets gradually led to merging art and advertisement — numerous corporations, recognizing street art messaging potential, promptly adopted its methods and employed them in marketing campaigns (spray, stickers, stencils, creative placement). As a result advertising tried to mimic art, which originally used some of the advertising techniques (distribution, branding and such). Urban dwellers have become unable to distinguish original art from commercial. Now at the beginning of a new century artists endeavor to redefine the line between art and ad.

"New wave" street artists confront ads using the third dimension. Mobilizing new media, they create volume installations and sculptures (Mark Jenkins, Eltono), optical illusions (Cayetano Ferrer, Julian Beever), spatial compositions (Lines rouge, Truth). As we can see, they invent new ways to commercial-freely modify urban environment. Traditionally Russia imports innovations from the West — no wonder that there is not a single Russian name among abovementioned artists. The process described above (if it even takes place) develops itself slowly and reluctantly. Observing the present-day community of Russian street artists, one may get a feeling that the majority of artistes are living snugly in an ivory tower. Only few of them wish to evolve and experiment with new media. The development has practi-

Этот раздел посвящен главной теме издания — трехмерным объектам и пространственным инсталляциям на улице. К сожалению, многие художники настолько привыкли использовать стандартные инструменты и материалы (краска, кисти, спрей), что в определенный момент не смогли выйти за пределы существующих способов уличного самовыражения, в то время как участники мирового стрит-арт сообщества осваивают новые медиа и активно используют их в своих уличных интервенциях. В связи с этим общее состояние уличного искусства в России продолжает носить отсталый характер. Тем не менее, сдвиги есть. Материал, представленный в этой рубрике, репрезентирует некоторые из них. Отражая опыт использования российскими уличными художниками новых средств самовыражения. Большая часть представленных проектов создана специально для этого издания, что можно проинтерпретировать как готовность некоторых авторов отечественного стрит-арт сообщества свободно экспериментировать со средой и открывать новые, альтернативные двумерным способы самовыражения.

This section deals with the general theme of the issue — 3-d objects and spatial installation on the streets. Unfortunately, most artists are so used to employing standard tools and materials (paint, brushes, and spray) that they at some point failed to transcend the existing means of self-expression meanwhile members of the world street-art community explore new media and actively use them during their street interventions. Because of this Russian street art is still underdeveloped. Nevertheless there are some positive steps. This section represents several of them, depicting new means of self-expression being used by Russian street-artists. A large part of the presented projects were created exclusively for this title, that can be interpreted as a desire of some of Russian artists to freely experiment with the environment and discover new ways of self-expression alternative to flat, 2-d ones.





"SICK SPOTS"
SERIES ON MOSCOW
STREET BY TROP
ART-GROUP

Для описания работ этой группы художников лучше всего подойдет термин «лечение». Каждый объект городской среды занятый в служении человеку, при выполнении своих обязанностей рано или поздно не выдерживает напряжения и выходит из строя — рабочая клешня трактора ломается в суставах, сидение автобусной остановки трескается пополам... «Городской санитар» — арт-группа Троп своим творчеством стремится избавить их от такого рода увечий, залечивая их раны с помощью бинта и накладных медицинских повязок.

"Healing" — is the best word to describe the works of this art group. Every object of urban environment, which serves humans, sooner or later breaks down under stress: working claw of a tractor breaks its joints, bus-stop seat splits in halves...

"Urban medic" Trop tries by his work to heal their wounds with band-aid and bandages.







photo by Katya Kopytina

"POSTMAN BOX" OBJECT
ON MOSCOW STREET
BY SUMO

Для данного художника очень большой интерес представляет Япония, удачно сочетающая в себе специфичные древние традиции и сверхновые компьютерные технологии. Борьба «сумо», тему которой автор интерпретирует в своем творчестве, является одной из важнейших и неотъемлемых составляющих японской культуры.

Примечательно, что созданный автором образ борцов-сумоистов значительно отличается от представлений, традиционно бытующих о них в обществе. В работах Sumo борцы предстают перед зрителем в образе весёлых, улыбающихся толстяков, вступающих в противоборство со скукой и грустью. Однако, несмотря на всю «несерьезность» их внешнего облика, они способны передавать самые серьезные сообщения, исходящие от их автора, осуществляя, таким образом, определенную коммуникацию между художником и внешним миром.

Работая над проектом, художник поставил для себя задачу — создать

новую форму для такого знакомого всем предмета уличной фурнитуры, как почтовый ящик.

Почтовые ящики рассредоточены по всем районам, однако их форма и цвет настолько привычны для обывателей, что последние зачастую их просто не замечают. Своим проектом Sumo предлагает один из способов «повторного включения» ящиков в поле зрительского внимания, переделывая их в арт-объекты посредством изменения их дизайна. Сам объект представляет собой коробку-чехол, выполненную в виде квадратного борца сумо. Его квадратная форма в целом идентична форме почтового ящика, что обеспечивает ему быструю установку на улице. «Надетые» на почтовый ящик, квадратные борцы-сумоисты сохраняют всю его функциональность и одновременно предлагают зрителю новый способ восприятия обыденного объекта городской среды.



This artist is passionately interested in Japan, where original ancient traditions and ultramodern IT are successfully melted together. Sumo-wrestling, interpreted in artist works, is a large integral part of the Japanese culture. The image of sumo wrestlers developed by the author is staggeringly different from the traditional Russian preconceptions. Sumo created merry pot-bellied fighters challenging boredom and sadness. But despite their "unserious" looks, they are able to convey artist message serving as a communication link between the author and outside world.

The artist defined the goal of the project as to completely reshape ordinary a postbox, which is a piece of street furniture known well to all of us.

Postboxes are scattered everywhere but passers-by are so used to their shape and color that they hardly notice them at all. Sumo tries to re-include the postboxes into the viewers perception, turning them into art objects and changing their design.

The object itself is a box-case, shaped as a sumo wrestler. Its square form is identical to one of a postbox, which facilitates its installation in the street. When they are on, Sumo wrestlers don't limit the functionality of the post-box and offer a new look on a mundane city environment object.



photo by [Katya Kopytina](#)

SKATE OBJECTS



ORGANIZATORS:
"NON-OLIMPYC GAMES"
SHOP & "OBJECTS" BOOK

IDEA:
PERSONAL DECK DESIGN
FROM GRAFFITI AND
STREET-ART ARTISTS
WEB: WWW.XOXOX.RU

PARTICIPIANS:
SICK SYSTEMS (ASKE, KOLA, KIOSK), SCHEME, INFLUX (BIGOOD, VOLUM, NAYR), 310 SQUAD (FET, MO, ZEANER), CHES, MARK, PAIN BRAKERS (16:59, NOOTK), MOST (NO FUTURE FOREVER), IGOR P., FLOKSY, AG4T, INCUBUS PROJECT, FOKER, SCISSOR, ZUK CLUB, ZMOGK, TAKLOO, SXEM, POLET.

ALL PHOTOS BY [VALERA BELOBEEV](#)



PASHA KOVALENKO / UNION SKATEBOARD TEAM
"FRONTSIDE BLUNT"
DESIGN BY KOLA ARTIST / SICK SYSTEMS



LESHA TRUN'KIN / UNION SKATEBOARD TEAM
"NOLLIE HILL"
DESIGN BY SCHEME ARTIST / STYLE KONSTRUKTOR

STYKOVKA LUNOHOD MASKS

ORGANIZATOR:
"LUNOHOD-1" TOYSHOP

IDEA:
PERSONAL MASKS DESIGN

WEB: WWW.LUNOHOD-1.RU

MASK: MICKEY
DESIGNER: FEDOSYA



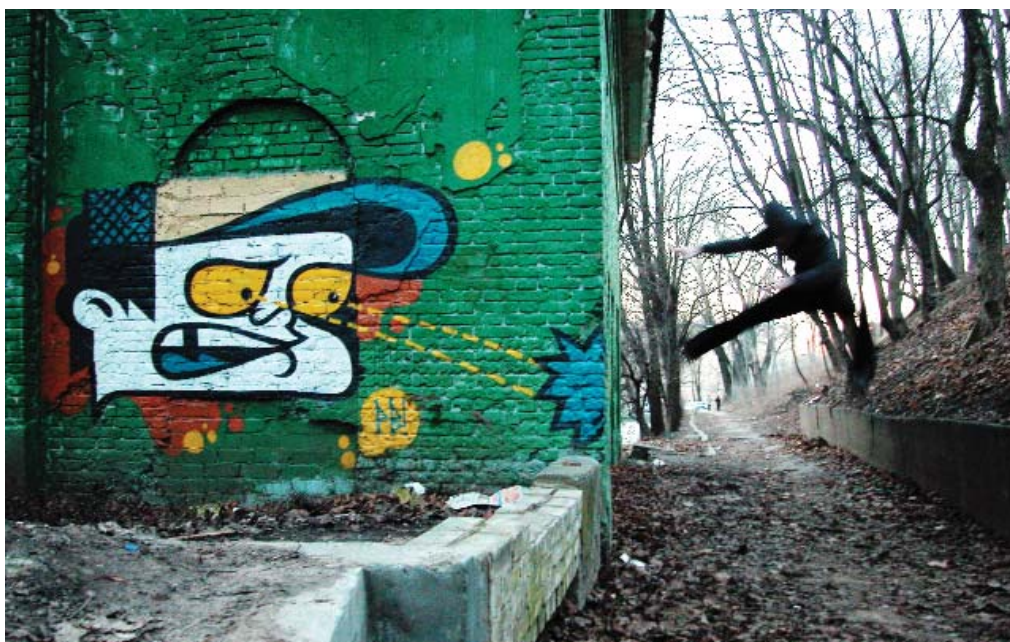
MASKS: SQUIRREL & BEAR
DESIGNER: MASHA REVA

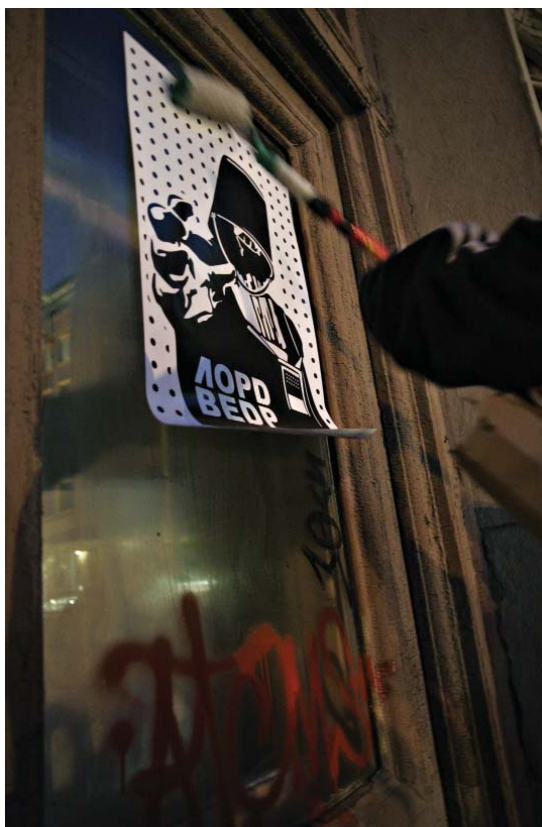




~~ORIGINAL~~
~~STREET ART~~

CHARACTERS ON
MOSCOW STREET BY
NOOTK,
PAIN BRAKERS





LORD VEDR
IN ACTION ON MOSCOW
STREET BY 404
PHOTOGRAPHER

SCISSOR IN ACTION
BY 404 PHOTOGRAPHER



ZUK CLUB IN ACTION
BY 404 PHOTOGRAPHER



END

Author, art-director: Igor Ponosov

"Objects" workgroup:

Text: Andrey Tseluiko

Advertisement, PR: Eugeny Dolzhanskiy

Art-coordinator: Roman Ass

Cover: Nikolay Koshelev

Photo: Valera Belobeev

Translate: Fedor Barkov, Olya Sherbakova, Lena Nepomnyashikh.

Thanks to all artists who submitted material and all partners who submitted money.

Please write me: igor.p@objectsbook.ru

Official web-site: www.objectsbook.ru



General partner, publisher:



Other partners:



Partnership, advertising: advert@objectsbook.ru

Distribution: prodam@objectsbook.ru

"Evolution cannot exist without experiment. Culture that blindly replicates tradition is a dead culture".



Вы еще не видели вторую книгу?

Тогда Вам сюда: www.objectsbook.ru/downloads/