



УДК 7.038.531

АКТУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО У ПРОСТОРІ МІСТА: МАСШТАБНІ ВІДПОВІДІ НА ВИКЛИКИ ЧАСУ

ВЕЖБОВСЬКА Ліліана

Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

У статті досліджуються особливості взаємодії сучасного міського простору з актуальним мистецтвом. Такий спосіб діалогу сьогодні стає особливо актуальним за об'єктивної невідповідності вимогам сучасності українських міських ландшафтів, особливо, столичних. З його допомогою митці шукають способів привернення уваги до справжніх проблем міста, провокуючи глядача до зміни способу мислення, до відмови від стереотипного сприйняття. Тема досліджується на прикладі аналізу трьох мистецьких акцій, які здійснювалися у середовищі міст. Глобальні масштаби і незвичні форми актуального мистецтва розглядаються у контексті викликів глобалізаційних процесів.

Ключові слова: міський простір, актуальне мистецтво, інтерактивність, мистецька акція, Йозеф Бойс, Хрісто Явашев, «Ізоляція».

ВСТУП

Середовище сучасних міст в Україні сьогодні сповнене очевидних контрастів. Найчастіше дається взнаки перенасиченість простору рекламною продукцією різного ґатунку у сусідстві з соцреалістичними зразками міської монументалістики та архітектури. А нові зразки далеко не завжди гармонійно вписані у простір вулиці, району чи цілого міста. Проте ще більшою проблемою є те, що найкращі і найсучасніші архітектурні і дизайнерські проекти мають усі шанси не відбутися. І не тільки тому, що сьогодні, практично, не відбувається необхідного діалогу між владою і мешканцями міста. Але, насамперед, тому, що й самі мешканці міст не висловлюють достатньої волі до змін.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

«Пробудити» глядача, спровокувати в ньому нове естетичне і структурне бачення – таке завдання на себе еруть митці-контемпораристи. Прослідкувати особливості цієї взаємодії між актуальним мистецтвом у міському просторі і глядачем як учасником цього міського простору, - і є завданням нашого дослідження.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Мистецтво має зовсім інші завдання, аніж відповідність смакам споживача. Особливістю актуального мистецтва є те, що воно, фактично, стирає кордони проблем і будь-яку з них робить загально-



конверсованою. Часто його сенс полягає у відповіді на питання – які соціальні, політичні чи інші проблемні зони фокусує і досліджує дане мистецтво. Митець-акціоніст ХХ ст. Йозеф Бойс не мислив свої акції поза людиною. Своє акційне мистецтво він називав «соціальною скульптурою». Перетворюючи довколишній простір, часто наповнюючи його на перший погляд абсурдними речами чи діями, він, фактично, працював пластично з внутрішнім єством людини, з її страхами і недовірою до світу, з втратою інтересу до звичайних природних речей, тепло яких, на думку художника, може бути цілющим. Його метою було виявлення в людині її творчого потенціалу. Знаменита теза Бойса про те, що «кожна людина – художник», звичайно, не закликала всіх покинути свої заняття і займатися образотворчим мистецтвом. Це означало діяти творчо у своєму житті на своєму місці. Одна з найвідоміших акцій Йозефа Бойса – «7 тисяч дубів», – була започаткована у 1982 році у Касселі (Німеччина) під час проведення виставки «Документа 7». Поряд з базальтовою брилою – найтвердішою породою каменю, – виростало найбільш міцне й довговічне дерево. 7 тисяч базальтових стовпчиків, видобутих за 30 км від Касселя, були нагромаджені перед основною виставковою будівлею «Документи». Ця штучна «гора» зменшувалася пропорційно до висаджених дерев. Базальтові стовпчики були покликані стати своєрідними маркерами в часі: як найтвердіші форми земного існування, вони мали «втрачати» свою вагу пропорційно до того, як виростало дерево як доказ перемоги життя [3]. Пропозиції до місць посадки дерев подавали самі мешканці Касселя [3]. У такий спосіб акція об'єднувала людей і громади всього міста довкола спільної справи. Вона дозволяла кожному відчути свою причетність до творення простору свого міста і помноження життя на землі. Акція тривала понад 5 років і навіть після смерті Йозефа Бойса (1987 рік). Ще один приклад – мистецтво американського художника болгарського походження Христо Явашева. Він звернув увагу на ефект привабливої упаковки товару, яка все частіше ставала вирішальною щодо вибору покупця. Це наштовхнуло художника на «запозичення» цього методу у реклами задля виявлення актуальності певних об'єктів (історичних і природних). Так з'явилося мистецтво «загорнутого простору», в якому не реклама традиційно експлуатує досягнення мистецтва, а, навпаки, – художник «приборкує» її метод і ставить його на служіння мистецтву. Втілення проекту «Загорнутий Рейхстаг» (1980 - 1995), яке Христо Явашев здійснював з дружиною-художницею Жан-Клод, тривало 24 роки. Це було привернення уваги до об'єкту політичного значення, на якому нашарувалось багато пластів суспільної свідомості. Споруда, побудована у 1894 році, зазнавала неодноразових змін, була спалена у 1933 році, майже знищена у 1945 і відновлена в шістдесятих роках. Проте, для Христо було важливо підкреслити, що рейхстаг завжди залишався символом демократії [4].

Сріблясті драпірування виявили вертикальну структуру Рейхстагу, підкреслили його пластичні особливості. Рейхстаг у новій



подобі пройшов свого роду «катарсис» у людській свідомості, одержав певне світоглядне «перезавантаження». Окрім того, час і витрачені сили на здобуття дозволу на проведення цієї акції становлять цілу кампанію заради самого мистецтва. Художник не раз у своїх інтерв'ю говорив про те, що створює мистецтво, яким сам не володіє; його також не можна купити й продати; не можна навіть засобом меценатства взяти опіку над ним. Свої акції з мільонним бюджетом Хрісто створює лише за власний кошт – через продаж своїх попередніх ескізів до проектів [4]. Йому важливо було показати, що мистецтво здатне розвиватися поза нав'язаними йому рамками, поза залежністю від капіталовкладень.

Щодо простору міста, така зміна у його ландшафті виявляє ймовірності нового. Таким чином відбувається певний діалог як із міським простором, так і з глядачем як учасником цієї події.

АКТУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО В УКРАЇНІ МАЄ ДОВОЛІ ВЛАСНИХ ВИКЛИКІВ І становить цікавий сегмент для дослідження. Покажемо у цьому сенсі є проект «Точки дотику» платформи культурних ініціатив «Ізоляція» у співпраці з мистецьким дуєтом з Данії Hesselholdt & Mejlvang та рекламною компанією BigMedia. У проекті, який реалізовувався у Києві на початку 2018 року, було задіяно 50 білбордів. Спочатку на них з'явилися розмиті полотна, які привертали увагу своєю «недовершеністю» – вільним розтіканням кольору. Будучи привабливим у такий незвично-естетичний спосіб, глядач наступним кроком міг прийти до спостереження у розмитому зеленому кольорі «зустрічі» двох інших кольорів: жовтого внизу і синього вгорі. Кольори українського прапора, долаючи чітку лінію протистояння і проникаючи один в одного, здатні у «точці дотику» утворити новий колір, нову реальність. Зелений колір між ними не тільки стирає межі, але й дає відчуття оновлення і порозуміння. Зелений колір з'являється як новина, як пальмове віття чи квітка у руках архангела в стародавніх іконах. Через певний час на цих кольорових білбордах почали з'являтися слогани, написані від руки на акварелях: «Шукаймо точки дотику», «Краса в єднанні» та «ЦЯ МИТЬ – і є початок». Як стверджують самі митці, «це заклики до дії, до змін насамперед у наших головах. (...) Перебуваючи в епіцентрі геополітичного конфлікту та переживаючи складні часи, країна також стоїть на порозі змін, і ця ситуація створює безліч можливостей. *Точки леретину* відштовхуються від поточного стану кризи, але спонукають нас мислити позитивно, щоб уявити краще майбутнє» [2]. Звичайно, мистецтво не може бути орієнтованим на певний результат, – інакше воно уже буде політикою. Але, будучи створеним у такий спосіб, передбачає інтерактивність глядача. Незвичне кольорове полотно інтригувало глядачів, а застосування «хештегу» спонукало шукати відповіді у Google. Про це час від часу із здивуванням повідомляли користувачі соціальних мереж. Вони ділилися думкою, що їх найбільше приваблювала відмова рекламної компанії від власних меркантильних інтересів, поява кольору у сірих обрисах зимового міста, що психологічно викликало відчуття того, що не все безнадійно. Глядач,



який зумів розгадати появу незвичного об'єкта, одержував творчий імпульс і натхнення, а митці – творчу відповідь. Таким чином, акція «Точка дотику» «Ізоляції» завдяки застосуванню рекламного поля здобула не лише можливість діалогу з глядачем, але й можливість у найбільш вагомий і не банальний у сучасних умовах спосіб – запросити й глядача до пошуку таких «точок дотику» у діалозі з іншим, у просторі власного міста, зрештою, у своїй країні, яка сьогодні переживає економічну кризу і війну.

ВИСНОВКИ

Отже, вступаючи у творчу взаємодію з певним об'єктом (містом, спорудою, екосистемою), сучасні художники створюють прецедент відповідальності, якої сьогодні бракує у світі. У простих формах, які часто не мають нічого спільного з естетичністю, митці не лише викривають актуальні проблеми часу, але й виявляють можливість самої людини, важливість її співтворчості у суспільстві як єдиному механізмі і можливість протистояти системному баченню.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вінквіст Ч., Тейлор В. Енциклопедія постмодернізму [Текст] : пер. з англ. // Ч. Вінквіст, В. Тейлор. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2003. – 503 с.
2. Точка дотику. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://izolyatsia.org/ua/project/points-of-unity>
3. Cooke Lynne. 7000 Oaks: essay. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web.archive.org/web/20090408043007/http://www.diacenter.org:80/ltproj/7000/essay.html>
4. Wrapped Reichstag: Berlin (1971-1995). Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://christojeanneclaude.net/projects/wrapped-reichstag?view=info>

VEZHBOVSKA L.

CONTEMPORARY ART IN THE URBAN SPACE: THE SCALE OF RESPONSES TO THE CHALLENGES OF TIME

This article investigates the features of interaction between the modern urban space and contemporary art. Today, this dialog has come to the forefront. Ukrainian urban landscapes aren't in line with the objective demands of contemporaneity. This is especially true for the capital of Ukraine. In this way, contemporary artists search for a possibility to attract attention to the real problems of the city. They use provocations to change the kind of thinking of their viewers and to move away from stereotypes. The topic is explored using the examples of three art performances in the urban space. The global scale and unusual forms of this contemporary art are considered in the context of the challenges of globalization processes.

Keywords: urban space, contemporary art, interactivity, performance art, Joseph Beuys, Christo Javacheff, «Izolyatsia».