Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет історії та філософії

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра культурології

(повна назва кафедри)

Дипломна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

на тему: «**Вулична культура в архітектоніці соціокультурного простору сучасного суспільства»**

 Виконав: студент денної форми навчання
 спеціальності 0.34 Культурологія
 Іващенко Микола Олександрович
 Керівник: д.ф.н., доц. Соболевська О. К.\_\_\_\_\_\_\_\_\_
 Рецензент: к.ф.н., доц. Левченко В. Л. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рекомендовано до захисту: Захищено на засіданні ЕК №\_\_\_
Протокол засідання кафедри протокол №\_\_\_\_від \_\_\_\_\_\_2021 р.
№\_\_\_\_від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 р. Оцінка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_
 (за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувач кафедри Голова ЕК

\_\_\_\_ Соболевська О. К. \_\_\_\_\_ Левченко В. Л.
(підпис) (прізвище та ініціали) (підпис) (прізвище та ініціали)

Одеса-2021

ЗМІСТ

ВСТУП………………………………………………………………………….…..3

РОЗДІЛ 1. ВУЛИЧНА КУЛЬТУРА ХХ СТОЛІТТЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ....7

1.1. Семіотичний підхід до поняття «вуличної культури»…............................7

1.2. Соціальні й культурні основи виникнення стріт-арту………………..….11

1.3. Класифікація основних форм вуличної культури………………………...14

РОЗДІЛ 2. МОЛОДІЖНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ СТРІТ КУЛЬТУРИ……………………………………………………………………….19

2.1. Молодіжно-музична культура……………………………………..……….19

2.2. Стріт-фешн мода та її походження ………………………….....................23

2.3. Елітарізація та масовізація сучасної культури……………………………26

РАЗДЕЛ 3. ВУЛИЧНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ МІСЦЕ В ПРОСТОРІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ……………………………………………………………………….33

3.1. Перформанс, хепенінг та акціонізм як дієво-видовищні форми мистецтва ХХ-ХХІ ст. ………………………………………………………………………..33

3.2. Хіп-хоп культура в просторі сучасної культури …………………………43

3.3. Вплив графіти на сучасну культуру……………………………………….49

РОЗДІЛ 4. МУРАЛІЗМ ЯК ВИД ВУЛИЧНОЇ КУЛЬТУРИ…………………..55

4.1. Класифікація та особливості муралів …………………………..…………55

4.2. Розвиток вуличного мистецтва: від графіті до стріт-арт муралізму……59

4.3. Мурал-арт як спосіб комунікації у сучасній культурі…………………...78

ВИСНОВКИ…………………………………………………...……..…..............90

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ …………………...…………..………..93

ВСТУП

Актуальність дослідження. Наприкінці ХХ – початку XXI століття відбулося багато змін, які внесли в життя розвинених країн багато нового. Був завершений процес індустріалізації й почався перехід до суспільства постіндустріального (інформаційного) типу. Інформаційне суспільство характеризується наростаючим процесом глобалізації, який пов'язаний з технологічним прогресом і далі – зі зміною соціальних та культурних констант життя.

Крайню суперечливість і багатогранність економічні, політичні й культурні перетворення знаходять у пострадянських державах, до яких належить і Україна. Результатом переходу до ринкової економіки, вливання нового потоку інформації стало зіткнення традиційних норм і цінностей, які регулювали поведінку людей, з новими, амбівалентними стандартами, які були впроваджені в суспільство засобами масової інформації. Реформи торкнулися основних сфер життя людей і внесли значні зміни в суспільну свідомість. Одним з найважливіших об'єктів означених змін стало молоде покоління. Загальність руйнування традиційних норм і цінностей, неможливість інтегруватися для багатьох молодих людей у традиційні соціальні інститути привело до складнощів у процесах самоідентифікації.

За таких умов серед молодих людей активно формуються субкультурні утворення, які протиставляють свої культурні й соціальні норми, моделі поведінки традиційній для конкретного суспільства.

Виражаючи у такий спосіб погляди на життя, намагаючись звернути на себе увагу суспільства, субкультурна молодь з одного боку формує нові моделі поведінки, ціннісні орієнтири, соціокультурні постулати, а з іншого розкриває проблеми, що існують у суспільстві.

Особливе місце в даному контексті займає вулична субкультура. Хоча вуличний стиль у різних його проявах існує протягом вже трьох століть, таке явище як «вулична мода», за висновками вчених, виникла в XXI столітті. Вона стала популярною в середині першого десятиліття XXI століття завдяки успіху діяльності блогерів і фотографів, які щодня фотографували стильно одягнених людей на вулицях. Тлом для таких фотографій найчастіше служить вуличне мистецтво. Смаки й переваги звичайних людей «з вулиць» завоювали інтерес Інтернет-аудиторії, яка має альтернативний погляд на життя.

Величезна кількість досвідченого матеріалу, присвяченого вуличній субкультурі, потребує осмислення й систематизації. До теперішнього часу концепція «культури вулиць» або «вуличної субкультури» не розроблена. У ряді сучасних робіт оборот «вулична культура» зустрічається, але не як елемент понятійного апарата, або категорія культури а, скоріше, як метафора або запозичення із сучасного сленгу. Справжнє дослідження присвячено виявленню й аналізу основних етапів становлення й розвитку «вуличної субкультури» XX століття, визначенню її характерних рис і проявів.

Ступінь розробленості проблеми. Проблемам вивчення культури, визначенню теоретичної бази цього явища в присвячені роботи: М. Бахтіна, Т. Парсонса, А. Тойнбі, В. Поздеєва, А. Сорокіна та інших дослідників.

Відносно дослідників вуличного мистецтва особливо примітні роботи українського мистецтвознавця Станіславської К.І., яка розробила концепції перфомансу й інших видів сучасного мистецтва в рамках постмодернізму.

 Російські дослідники Бажкова Є., Головаха І., Колосов А. і Євдокимова Є. узагальнюють історичні передумови розвитку мистецтва графіті й розглядають його сучасний стан і ступінь впливу на суспільство. Д. А. Садикова розглядає вплив хіп-хоп культури на сучасний соціокультурний простір. Голинко-Вольфсон Д. і Луков В. вивчають стріт-арт як процес обживання вуличного простору.

Вивчення феномена «вуличної моди» потребує звертання до робіт закордонних і вітчизняних дослідників. Серед соціологічного дослідження феномена вуличної моди особливе місце займає робота Гофмана А. «Мода й люди. Нова теорія моди й модної поведінки».

Варто відзначити, що великі результати досліджень були отримані завдяки не теоретичним наробіткам вітчизняних і закордонних досліджень, а в процесі семіотичного аналізу продуктів вуличної культури – вуличного мистецтва.

Мета дослідження: на матеріалі теоретичних досліджень і досвідчених спостережень проаналізувати феномен молодіжної вуличної культури та виявити її вплив на соціокультурний простір.

Завдання дослідження:

• Розглянути семіотичний підхід до поняття «вуличної культури».

• Проаналізувати соціальні й культурні основи виникнення стріт-арту.

• Класифікувати основні форм вуличної культури.

• Провести аналіз специфіки молодіжно-музичної культури.

• Розглянути стріт-фешн як моду, що породжена на вулиці.

• Проаналізувати феномен елітарізації та масовізації сучасної культури.

• Дати визначення перформансу, хепенінгу та акціонізму як дієво-видовищним формам мистецтва ХХ-ХХІ століття.

• Розглянути специфіку хіп-хоп культури в просторі сучасної культури.

• Проаналізувати графіті і муралізм як вид вуличної культури.

Об'єкт дослідження: молодіжні субкультури ХХ – ХХІ століття.

Предмет дослідження: специфіка вуличної культури та її впливу на сучасний соціокультурний простір.

Методи дослідження. Дослідження носить міждисциплінарний характер. У даному дослідженні використовувався герменевтичний та семіотичний підхід. В процесі вивчення джерел явища глобальної й міської вуличної культури також використовувались історичний, описовий та критичний методи.

Структура роботи. Робота складається зі Вступу, чотирьох розділів (дванадцаті підрозділів), Висновків, Списку джерел та використаної літератури, який включає 32 найменування.

РОЗДІЛ 1. ВУЛИЧНА КУЛЬТУРА ХХ СТОЛІТТЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ

1.1. Семіотичний підхід до поняття «вуличної культури». Культура дуже багатогранна й неповторна і є об'єктом вивчення філософії, культурології, історії, етнології й багатьох інших наук. Існують різні способи й методи дослідження культури. Усі вони досить ефективно виконують свої функції, однак вони спеціалізуються на своїх якихось областях у вивченні культури. Існують методи, що досліджують соціальні шари й соціальні групи, так само є методи, що займаються потребами людини і її інтересами. Таких методів велика кількість, але в даній роботі буде актуальним саме семіотичний підхід до дослідження вуличної культури. Семіотичний підхід орієнтований, насамперед, на аналіз матеріалу в системі термінів і понять семіотики.

У фундаментальній антології Степанова є таке визначення семіотиці: «семиотика – это наука о знаках, которая с самого начала появления в начале XX в. представляла собой метанауку, которая располагается над целым спектром гуманитарных (и не только гуманитарных) наук, оперирующих понятием знака. Она изучает мир, культуру и социум как знаковые системы, с помощью которых осуществляется производство, хранение и передача информации. Через знаковое пространство культура моделирует сознание человека и представление его о мире. Постоянный процесс знакообразования, создания символов, пространственно-временных представлений, их трансляции является объектом семиотики» [20, с. 16].

У роботі «Типологія культур» Кравченко розбирав Джона Хортона відомого американського соціолога й антрополога. За його думкою «Представители «уличной субкультуры» называют себя «людьми улицы», «хладнокровными» или просто «системой» («regularas»). Но какие бы клички они ни присваивали, прохожие относятся к ним как к хулиганам, т.е. людям, живущим на и при помощи улицы. Они отличаются прической, этикетом, одеждой, манерой говорить. Они добиваются признания только среди своих, но не всегда на пользу окружающим. Задираясь и оскорбляя прохожих, не подчиняясь властям, отказываясь работать, представители «уличной субкультуры» демонстрируют свой способ поведения» [10, с. 32].

Зараз поняття «вулична культура» поєднує безліч молодіжних захоплень – музика, танці, мистецтво. І всі ці напрямки несуть і закладають свої змісти.

Стріт-Арт виключно урбаністичне мистецтво. Стрітрайтер існує и творить тільки у великому місті, багатому на новобудови, промзони й просторі тротуари для моціону. І найголовніше, – тут снує багатотисячна юрба потенційних глядачів.

Стріт-Арту властиві такі категорії як соціальний аспект і злободенність. Інакше кажучи, має місце вираження авторської рефлексії на навколишній світ.

Більшість науковців згодна в тому, що феномен вуличної культури можна ідентифікувати як явище комунікації, яке має власну знакову систему й код [див.: 3, с. 430].

Особлива комунікація створюється між художником і глядачем і в сфері сучасного вуличного мистецтва, яке презентує місто як відкритий майданчик для видовищно-ігрових, творчих експериментів у публічному просторі. Ця особливість полягає в тому, що, працюючи з контекстом міської вулиці, стріт-арт має на меті не тільки творче освоєння простору, але й зміну відношення до нього городян.

Художнє графіті, вуличні інсталяції, об'ємне малювання на тротуарі, настінний розпис, естетичне обрамлення засохлих дерев і ін. – усі ці форми, створені для діалогу з перехожим, на відміну від традиційних статичних об'єктів публічного мистецтва. Насправді, пам'ятники й статуї, більш-менш вдало вписуючись у вже наявне середовище, вносять певний комунікаційний конфлікт: навколишній простір, до цього повністю доступний людині для освоєння, здобуває певну обмеженість, адже скульптурні композиції найчастіше існують «на відстані» від глядача, зберігаючи свою «недоторканність». На відміну від них, естетичною метою вуличного малювання та інсталяцій є створення особливого художньо-значеннєвого контексту, до якого перехожий втягується не тільки як глядач, але і як учасник, співавтор видовищно-ігрового комунікаційного поля.

М. Лур'є, дослідник графіті – одного з найпоширеніших видів стріт-арту, відзначає, що цей вид вуличного мистецтва максимально розширює «сферу впливу» у комунікативній системі сучасного міста: кожне накреслене слово або зображення інтерпретується як провокативна відповідь-репліка, а сукупність міських площин перетворюється в суцільний епістолярний простір. Розглядаючи графіті як специфічну комунікативну систему, дослідник виділяє два різні види цієї комунікації: інтраграфітний – такий, що передбачає діалог між носіями графітної культури, і екстраграфітний – такий, що передбачає діалог мовою графіті з «зовнішнім» світом, який не користується графітним кодом спілкування. Загалом, можна стверджувати, що мова графіті намагається стати універсальним кодом міської комунікації [14].

Наші вітчизняні українські дослідники займаються темою постмодерністської видовищної культури. Так, Станіславська Катерина підкреслює що, як художній феномен, стріт-арт володіє глибокою образністю, художнім контекстом і підтекстом, системою виразних засобів, професійним інструментарієм, естетичною цінністю й образністю. Як видовищна форма, вуличне мистецтво відзначається демократизмом, комунікаційністю й спрямованістю на глядача. Завдяки виявленим художнім і видовищним рисам, а також виконанню функцій субкультурної, соціальної, вікової, гендерної ідентифікації стріт-арт можна визначити як засіб створення культурного ландшафту міста, у просторі якого спілкування художника й глядача постійно обновляється [23, с. 186-187].

Стріт-Арт став невід'ємною частиною міської візуальної культури, найважливішим симптомом сучасного міського розвитку. Безглуздості й нав'язливості міських рекламних повідомлень, смутності й неоформленості безлічі «не-місць», комерційним стратегіям присвоєння простору стріт-арту протиставляє особливого роду міську гру, що сходить, як нерідко зауважується, до спадщини ситуаціонистів. Її завдання залучити міських жителів до рефлексії про міський простір, його норми та винятки, його фактуру і зовнішній вигляд. Розкрити потенціал проникності місць, зрушити наявні границі й продемонструвати їх безглуздість, спонукати помітити те, що звичайно не зауважується; висмикнути городянина – за допомогою раптового й не відразу зрозумілого образу, що лякає або смішного, – зі стану псевдорозуміння, що так легко задається сучасним «виставленим напоказ» містом [19, с. 223-224].

Можна зробити висновок, що саме за допомогою семіотичного підходу стріт-арт розкривається як текст міського середовища. Увесь простір сучасного міста предстає знаками. Будь-яка культура несе свої знаки, від прадавньої культури Єгипту до сучасної. Як окремий художній твір, вона мало що дає для розуміння, однак вже при об'єднанні декількох таких текстів можна побачити більш повну картину культури. Знаки міняються, соціокультурні шари теж змінюються, однак потрібно спробувати зрозуміти це сучасне місто через різні його форми. Кожний художник вкладає свої змісти, а нашим завданням є їх зрозуміти.

Графіті постає як сучасний міський текст, як текст постають мода й дизайн. Навіть індивідуально розглядаючи людину по її одягу можна її як текст читати. Семіотика мистецтва дозволяє глибше відобразити художні концепції епохи, естетичні погляди художників, творців.

1.2. Соціальні та культурні основи виникнення стріт-арту. Стріт-Арт сам по собі не з'явився й з'явитися не міг. Його джерела знаходяться у культурі ХХ століття. Перш ніж говорити про такий культурний феномен як стріт-арт необхідно з'ясувати з яких напрямків він виникає.

Загальна характеристика ХХ століття: торжество науки, людського інтелекту, епоха соціальних потрясінь і парадоксів. Сучасне суспільство, формуючи високі ідеали любові до людині, рівності, волі, демократії, одночасно породило спрощене розуміння цих цінностей, тому процеси, що відбуваються в сучасній культурі, настільки різнобічні.

На початку XX століття відбуваються принципові зміни: культура стає інтернаціональною, інтегруючи духовні цінності майже всіх етнічних регіональних типів і від цього стаючи ще більш різноманітною. Це різноманіття не могло не відбитися на філософії, мистецтві й культурі у цілому. Культура ХХ століття розвивалася в декількох паралельних напрямках. При цьому жоден з рядів стильової еволюції мистецтва й літератури не вичерпує собою всього їх розвитку й не охоплює його в цілому, тільки у взаємодії вони формують цілісну історію культури ХХ ст. [5, с. 1].

Коротко й об'єктивно про епоху модернізму висловився Гофман у роботі «Мода й люди»: «Модернизм породил сложный комплекс особого миропонимания и мироотношения на основе сочетания элементов и тенденций европейской культуры. Само восприятие человека и мира предложенное модернизмом, вступало в противоречие со всем строем предшествовавшего ему мышления и философии. Изменилось не только представление о пространстве, времени, материи, движении, но и о способах освоения мира, о роли мышления в познании объективной реальности» [7, с.19].

Можна розуміти модернізм як світогляд, орієнтований на неприйняття традиційних основ, то хронологічні грані модернізму не будуть мати принципової важливості. Багато форм і течії у мистецтві декадансу, ті що повстають проти спадщини, одержали назву модерністських У результаті відбувається протиставлення світу художнього світу реальному. Модернізм еволюціонував у декількох етапах і виразився в багатьох течіях. Починаючи з 60-х р. модернізм вступає в ступінь постмодернізму. У плутанині модерністських течій розібратися складно й занурюватися в художні течії не треба. Достатньо буде розглянути їхні основні функції, які успадкував стріт-арт.

Різноманітні прояви сучасного мистецтва в останні десятиліття ХХ століття доповнилися ще одним – стріт-артом, або мистецтвом міського середовища.

Стріт-Арт увібрав сюрреалізм, поп-арт, абстракціонізм, змінив їх у відповідності зі своїм баченням того, що повинен дати творець цьому світу, і надав щось нове, але те, що злегка нагадує «добре забуте старе». Існує думка, що стріт-арт мало прив'язаний до будь-якої стилістики і техніці, при цьому основною його рисою є прямій діалог із простим вуличним глядачем. Я б сказав, що він не може бути прив'язаний до будь-якої стилістиці тому, що саме по собі міське мистецтво містить у собі велику кількість форм. В одній інтернет статті я виділив таке його визначення: «Уличное искусство – это в первую очередь социальное явление, отражающее общество и его стремления. Стрит-арт концептуален, но при этом не нуждается в особом понимании» [24]. Але з останнім положенням я не згоден і вважаю, що вуличне мистецтво потребує особливого розуміння та специфічних для цього розуміння методів.

На сьогоднішній день можна говорити про те, що сьогодні вуличне мистецтво є продовженням авангардистського мистецтва. Стріт-арт входить у новий час з новими можливостями, а ці можливості на сьогоднішній день невичерпні. Різні форми його втілення потрясають розум. Основним завданням є неприйняття процесів, що охоплюють різні сторони життя міської людини, так і бажання розширювати границі творчості й безумовно вічна погоня за свободою. Навіть технічні новинки вже активно використовуються в різних інсталяціях. Творці в ряді випадків порушують закон, намагаючись залишитися віч-на-віч з аудиторією. Але навіть таке поняття як вандалізм у вуличній культурі потребує сумісних зусиль, у тому числі і від влади. Інколи влада виділяє спеціальні місця для таких способів творчого перетворення міста. Представники нової хвилі вуличного мистецтва – люди, що розуміють важливість індивідуального самовираження як найважливішої культурної цінності.

На мій погляд, можна виділити три фактора, що зіграли роль у виникненні стріт-арту в ХХ столітті:

1. Перший і головний – високий ступінь відчуження. Чим сильніше відчуження, тим сильніші одиничні відповідні імпульси його подолати, аж до інтервенції в середовище, що відчужує (місто). Більшість урбаністів ХХ століття так чи інакше відштовхувалися від Марска та його концепції відчуження в тому числі. Відчуження складається з типової архітектури, експлуатації трудящих, відчуження в сфері образів й слів (через активний вплив мас-медіа), ріст індивідуалізму на тлі панування масової культури. Відносно експлуатації слід зазначити, що з найбільшим розмахом саме в ХХ столітті вона торкнулася не тільки звичайних робітників, але й білих комірців (журналісти, дизайнери креатори, інженери-розроблювачі тощо).

2. Другий елемент, що створює подібну форму – це індивідуальне самовираження як значима культурна цінність. Саме високий статус самовираження створює додатковий стимул для подолання відчуження у творчості, причому не завжди прямим образом (тобто в так званому академічному середовищі). Багато в чому видалення даної цінності з виникненням споживчого суспільства, так як саме в ньому з'являються передумови для активного питання – як витратити особистий час? Ну й складно сперечатися з тим, що ріст індивідуалізму часто корелює песимістичними настроями у суспільстві. У цьому плані досить прочитати листи Сенеки або опуси Марка Аврелія щоб зрозуміти, що у Римі вже було побудовано споживче суспільство.

3. Третій фактор – це агресивний вплив реклами і засобів масової інформації, що створює значну кількість людей інтуїтивно компетентних у плані оцінки й створення образів, текстів, повідомлення для масового сприйняття. Цей феномен одержав назву «маркетолог зсередини». Хоча варто підкреслити й помітити, що це лише фактори, які вплинули на виникнення такого феномена в ХХ столітті, однак на сьогоднішній день відношення й взаємовідношення стріт-культури з рекламою й мас-медіа стоїть в іншому ракурсі.

Сучасне вуличне мистецтво відображає процеси, що відбуваються в культурі, як системи, що динамічно розвиваються, зміну культурних парадигм і зміни у свідомості сучасної людини – її відношення до світу й самої себе. У зв’язку з цим показово те, що, починаючи як протестна субкультура, стріт-арт залучив до себе професійних художників: до протесту, що становить основу перших тегів, приєдналося бажання естетичного впливу на аудиторію, що свідчить про трансформацію субкультури в напрямі мистецтва, про стріт-арт як різноманітний глобальний прояв соціокультурно-візуальних процесів у міському просторі.

Стріт-арт, що з самого початку представляв із себе відособлене явище, сьогодні виявляє собою значну частину сучасного мистецтва, чиї функції у зв'язку із зовнішніми природними обставинами й власним розвитком трансформуються і виходить за рамки власне естетичної площини.

1.3. Класифікація основних форм вуличної культури Питання класифікації форм вуличної культури дійсно непросте, і зараз перебуває у нестабільному й мінливому процесі. Петров В.О. відзначає: «стрит-арт является определенной суммой различных уличных направлений, уместно остановиться на отдельных его составляющих. Жанровая палитра стрит-арта крайне расплывчата: традиционно в нее включатся граффити, перфомансы, различные скульптурные инсталляции, рисунок по трафарету или шаблону, расклейка стикеров и плакатов, грандиозные настенные росписи, проецирование видео на строение или пустыри, городская герилья, флешмобы, танцы, инсталляции под открытым небом, и многое другое. Жанровый репертуар стрит-арта практически неисчерпаем, к нему можно подверстать чуть ли не любые формы протестной уличной активности» [17, с. 29].

Так чи інакше у ході дослідження даної проблеми, можливо представити таку класифікацію форм вуличної культури.

1. Простір вільних художників. У дану форму входять графіті в повній їхній різноманітності. Різні види графіті будь це політичні графіті або навіть гумористичні, маленькі, майже непомітні або ж більші, у таких є своя власна назва (мурали). Далі тут займають своє місце теги, трафарети так само в будь-яких жанрових виконаннях. Це і стікери, і плакати й художні інсталяції. Оскільки стріт-арт жива форма мистецтва, цей список є завжди неповним, але перераховані вище форми основні.

2. Танцювально-музична форма. Сюди входить: танець та саме жива музика. У даній класифікації я не розбираю види цих форм, однак щодо музики прагну тільки нагадати, як деякі міські музиканти віртуозно володіють і використовують підручні матеріали і складають з них так звану музику міста. І як один із прикладів сюди можливо віднести флеш-моб – одну з танцювально-музичних форм.

3. Стріт-Фешн. Стріт-Фешн може не є дуже яскравою формою, але відносити його до інших форм не буде актуальним і вірним. У своїй роботі я орієнтуюся не тільки на західноєвропейську культуру, але іноді й на східну культуру. Так, скажемо у японській культурі дана форма є однією з домінантних форм міської культури, і однією із самих популярних.

4. І нарешті, сама остання це дієво-видовищна форма. Своє місце тут займає хепеніг, перфоманс і акціонізм.

Яким би не був арсенал засобів вираження сучасного мистецтва на вулиці, справжня диференціація пов'язана з іншими речами, а саме, із приналежністю стріт-арту до категорії конвенційного публічного мистецтва.

Перфоманс припускає виникнення нового «вільного простору» справжнього у своїй необмеженості для вираження змісту, і це також є одним з факторів його впровадження в простір політичного дискурсу, тому що неможливо уявити собі акцію перфоманистів, не пофарбовану в соціально-політичні настрої суспільства. Перфоманс є соціокультурним аналізом саме себе здатний відразу, у режимі реального часу спростувати себе, що неможливо було раніше, у статичних жанрах мистецтва. Я пропоную класифікувати вуличну культуру на: простір вільних художників, танцювальні форми, мова вулиці – сленговий початок, стріт-фешн.

Графіті як сучасний міський текст. Графіті – це, насамперед, закодований текст, символіка якого відображає певні події культурного життя, політичного або громадського життя соціуму, членами якого є його виконавці. Нерозривність із культурним контекстом і символіка є головними ознаками графіті як явища традиційної культури, тому для його розуміння й тлумачення, насамперед, необхідно знати соціальний підтекст, що ховається за конкретним написом або малюнком.

Графіті можуть бути покликані немаловажним елементом сугубо сучасного міського тексту, а можуть бути представлені як міський текст, спрямований на той чи іншій політичний контекст. Трохи перефразовуючи В.Н. Топорова, скажу: такого роду тексти цікаві для філолога тим, що вони самодостатні, їх укладачі знають, що потрібне їм не може бути передовірене офіційним текстам культури «меншин, що говорять» (за А.Я. Гуревичем); швидкоплинність життя подібних текстів значною мірою врівноважується тим, що час не тільки стирає їх, але одночасно створює й репродукує нові, які, в свою чергу, так чи інакше відновлюють ті ж самі разки [див.: 46, с.386].

У сучасній культурі важливе місце займають політичні графіті. Політичні написи формують хронологію, тобто ділять потік часу на фрагменти, що співвідносяться один з одним за принципом «учора-сьогодні-завтра», тоді як інші написи представляють міфологічне «вічне сьогодні» [28, с. 106-107]. Не маловажну роль автори приділяють простору, в якому вони будуть соціально значимими. Саме бажання авторів графіті бути побаченими й почутими пов’язане з тим, що вони виражають свої політичні погляди у місцях інтенсивного потоку людей.

 «Отличный от других тип составляют политические надписи в туннелях метро и вдоль железнодорожных полотен. Их семантика и структура фразы относятся к лозунговому типу, не содержат характерных для обычных граффити инвектив и ненормальной лексики. Выполнены они обычно весьма качественно, с помощью трафаретов. Кроме того, эти надписи-лозунги рассчитаны на то, что их заметят и прочтут: они физически недостижимы для читателей и недоступны для ответа, то есть не диалогичны в отличие от других граффити, самодостаточны» [28, с. 109-110].

У роботі «Асоциальное значение асоциальных граффити» я погоджуся з Головахой І., яка відзначає: «Отдельно стоят надписи-символы, призванные представлять ту или иную идеологию. Из-за слишком частого употребления некоторые из них уже потеряли какие-либо содержательные характеристики, то есть связь с идеологией, породившей их, и превратились в просто в оскорбление (напр. свастика). Центральное место в семантике политических графити занимает власть и властные отношения. Основные темы, звучащие в надписях - убийство, предательство, воровство, развал страны, правосудие и возмездие. Действительность представляется как абсолютное царство зла и непорядка» [6, с. 64].

Графіті виконують комунікативну функцію, що підкреслює Сепір Е.: «Все многообразие человеческих эмоций, мотиваций, установок и прочих надписей позволяют воплотить в достаточно стройную коммуникативную систему. Эта система создает возможность выразить в единообразной форме различные в содержательном плане положения, предусматривает возможности для двусторонней коммуникации и поддержания длительного речевого взаимодействия. При этом надписи можно рассматривать не только как референциальные, но и как конденсационные символы» [21, с. 205].

Проблема політичних написів у міському середовищі досить актуальне явище, і ступінь розробленості даного питання теж не на початковому рівні. Одним з тих на кого я прагну послатися стає культуролог Базилев В.Н.: «Политические надписи, репрезентируя культуру, общую для всех жителей города, как раз и позволяют наладить процесс коммуникации между различными политическими группами в составе городского населения. В отличие от них семантика спортивных и тем более музыкальных надписей понята и известна далеко не всем, что и позволяет относить их к явлениям субкультурного плана. Политические граффити предоставляют информацию, так или иначе важную для всех: герои и идеи, населяющие мир политических надписей, всем известны и небезразличны. Следовательно, этот класс граффити можно отнести к явлениям общей, всеми разделяемой городской культуры» [4, с. 190-195].

 З вищезазначеного можна зробити висновок, що графіті або політичні написи є тем знаком міського життя, який функціонує в контексті семантики урбаністичного світу і як мова, і як канал комунікації, і як семіозис. Здебільшого основними мотивами продукування графіті є самоідентифікація й самовираження, яке іноді реалізується за допомогою художніх засобів і може вважатися творчим актом, якщо представляє собою конструктивну й соціально-значиму дію.

РОЗДІЛ 2. МОЛОДІЖНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ СТРІТ КУЛЬТУРИ

2.1. Молодіжно-музична культура. Молодіжна субкультура відображає зміни, що відбулись в другій половині ХХ століття. Її поява й оформлення у вигляді соціального феномена було підготовлено розвитком індустріальних суспільств і відбулося на початку переходу індустріально розвинених суспільств до постіндустріалізму.

Поняття «молодіжна культура» входить у науковий світ разом з поняттям «молодь». Народження понять зв'язувалося Т. Парсонсом з обґрунтуванням стабільності, спрямованості й доцільності розвитку громадських систем, це була свого роду рефлексія на післявоєнне відродження західних суспільств вираження віри в можливість стабільності, благополуччя й процвітання всіх його членів. Молодіжна культура представлялася незалежним соціальним простором, у якому молоді люди можуть знайти автентичність, тоді як в сім'ї або школі вони позбавлені реальних повноважень, і повністю контрольовані дорослими [16]. Можна стверджувати, що немає ніяких універсальних форм поведінки, виведених тільки з психології й фізіології молодіжного віку. Молодь та її життєдіяльність прямо залежать від соціокультурних характеристик суспільства, у якому тепер вона живе і яке визначає її поведінку й характеристики. Як відзначав П. Сорокін: «Не существует личности как социума, то есть как носителя, создателя и пользователя значениями, ценностями и нормами, без корреспондирующих культуры и общества» [22,с. 218-219]. Лангман затверджує, що «она [контркультура] стремится к фундаментальной переоценке этики, к альтернативным стилям жизни и к трансформации сознания. Так называемая «молодежная культура» – это, скорее, идеология, тема или стиль, чем четко обозначенная группа людей» [32, с. 82].

Розглядаючи культурологічний аспект функціонування молодіжної культури, необхідно відзначити, що функціонування соціокультурних систем корегується системою прямих і зворотних зв'язків, що має позитивний і негативний для розвитку цих систем характер. Прямі зв'язки між домінуючою й молодіжною культурою реалізуються за допомогою культури для молодих. Такі зв'язки підтримують збереження складених структур і відносин. У той час коли зворотні зв'язки, що забезпечують сприйнятливість системи до нової інформації, реалізуються за допомогою молодіжних субконтркультур і соціокультурних гомогенних середовищ. Молодь у силу специфічного положення у соціокультурній системі раніше багатьох інших суспільних груп звертає увагу на будь-які інновації, що відбуваються в суспільстві. Цілком природно, що функціонування молодіжної культури може впливати на ціннісне ядро існуючої культурної системи. Домінуюча культура й молодіжна постійно взаємодіють одне з одним, в результаті чого відзначаються динамічні зміни в обох культурах [13].

Поняття інновацій є грою цивілізацій: усередині молодіжної культури цивілізація «обіграє» варіанти свого розвитку. Це одна з найважливіших функцій молодіжної культури з погляду суспільних інтересів. Таким чином, молодіжну культуру можна розглядати як поле інноваційних можливостей пануючої в суспільстві культури. Молодіжна культура є культурою характерною для образу думки й способу дії в молодіжному середовищі. Або інакше кажучи, молодіжна культура – це система цінностей і знань молодих людей, пов'язаних з певними статусними додатками в системі соціокультурного відтворення. Вона формується як результат складної системи взаємодії різноманітних молодіжних субкультур, контркультур, соціокультурних гомогенних середовищ і «культури для молодих» розповсюджуваної в їхньому середовищі. Молодіжні субкультури й соціокультурні гомогенні середовища служать своєрідною формою адаптації як до існуючих норм, цінностей, способу життя суспільства, так і спробою внесення змін у культуру суспільства у зв'язку зі змінами з соціокультурної ситуації суспільства. Контркультура виступає як форма конструювання принципово нової системи цінностей, моралі суспільства. Функціонування субкультурних форм може впливати на ціннісне ядро існуючої культурної системи. Тому молодіжну культуру можна одночасно розглядати як адаптаційне й інноваційне середовище.

До сучасних досліджень можна віднести роботу Е. М. Куликова, який виділяє музику «как один из основных факторов формирования ряда молодежных субкультур, как массового как и эксклюзивного характера, причем музыкальные предпочтения выступают в качестве механизма, формирующего групповую идентичность» [12, с.12]. Так само він додає, що «процессы социокультурной дифференциации и интеграции, предопределяющие конструирование и функционирование музыкальных субкультур в молодежной среде тесно связанных со спецификой музыкальных коммуникативных процессов, где каждое из звеньев коммуникативной цепи потенциально содержит в себе огромные селективные возможности, которые могут быть реализованы или не реализованы в процессах социокультурной дифференциации и интеграции. Формирование музыкальной субкультуры происходит на платформе спонтанной или преднамеренной унификации комплекса признаков, определяющий социокультурные различия индивидов в обществе, а именно: стиль и образ жизни, ценностные ориентации, мировоззрение, мироощущение» [12, с.14]. З появою можливості фабрикації в минуле пішли унікальність, індивідуальність: спочатку в предметах, а потім і у людях. Їхнє місце зайняли шаблонове, стереотипне, побутове, масове, універсальне, нівеліроване.

Рок-культура – маловивчений непередбачений феномен, що постійно міняється. Виниклий як черговий модний напрямок у танцювальній музиці, рок згодом став найяскравішим різновидом альтернативної культури й важливим фактором еволюційного відновлення сучасного (модерністського) суспільства й трансформації його в постсучасне (постмодерністське). В останнє десятиліття музика займає важливе місце в системі цінностей молоді, одночасно формуючи й відбиваючи різні світоглядні, етичні й естетичні орієнтації. Сказане відноситься насамперед до масової музичної культури, особливо до такої її жанрового різновиду, як рок-музика, яка не без підстави трактується як соціомузичний феномен. Саме рок-музика виступала й продовжує виступати тим засобом, за допомогою якого формуються постулати тієї або іншої молодіжної субкультури.

Рок-культура включає крім власне музичного компонента також вербальну (поетичні пісенні тексти, де широко представлена молодіжна сленгова лексика), поведінкову (комплекс використовуваних рок-музикантами виконавських приймань – від темброво-артикуляційної манери співу до стилю сценічної поведінки), предметну (костюми й атрибутика як частина виконавського іміджу рок-музикантів), соціокультурну (традиційні соціальні форми побутування року-музики). Одним з головних принципів рок-дій (від фестивалю до концерту) є хепенінг. У ньому реалізується пафос живого спілкування усередині колективу, співтовариства, що сприяє емоційно-психічному самовираженню й відповідає контркультурній вимозі саморозкриття особистості. Цьому служить і практика самодіяльного музицтва, яка властива рок-культурі. Яскраво виражений ритмічний початок, єдність почуттєвих і фізичних відчуттів, хепенінг, голосний звук, – все це наділяє рок здатністю до музичної сугестії (впливу). Рок-концерти вражають спільністю переживань. Інтернаціоналізм і демократизм року зробили його своєрідним есперанто молоді.

На початку 1970-х рр. спостерігається криза рок-сцени. Рок перетворився в крамницю екзотичних товарів з вітриною на всю стіну. Рок стає все більш комерційною музикою, відбувається повний відхід від духовного коріння року, породженого й створеного для бунту. Нове покоління, що прийшло на зміну поколінню 60-х, вимагало свого, власного самовираження, яке заперечує сучасний стан речей. До середини 70-х назріла необхідність у появі чогось нового – протестувальника й бунтівника. У середині 1970-х рр. виникає панк-рок, що свідомо прагне примітивними музичними засобами й епатажною практикою виразити протест проти комерціалізації року-музики («SexPistols», «Clash» і ін.).

2.2. Стріт-фешн мода та її походження. Строго говорячи, поняття стріт-фешн означає не просто моду вулиць, як це можна було б перевести термін, але певну субкультуру молодих городян, модників, які цілеспрямовано формують свій стиль. Визнання стріт-фешну одержало завдяки виникненню нової теорії поширення моди - не «зверху вниз», як затверджували Г. Зиммель, Г. Тард і Т. Веблен, а «по горизонталі» і «знизу нагору». Споконвічно мода розглядалася в культурі як явище класове і як приналежність винятково вищих класів. Дійсно, шиття модного плаття вимагало значних зусиль, часу й витрат. Доти поки не виникло машинне виробництво, ні про яку сезонну зміну мод або значної зміни форми костюма мови не йшло.

Згідно з дослідженнями американського маркетолога Ч. Кінга, мода поширюється, скоріше, горизонтально через однорідні соціальні групи. Причину Кінг бачив у масовому виробництві модних продуктів, з'єднаному з масовою комунікацією, що інформує про появу нових стилів, нової моди практично синхронно всі соціально-економічні групи суспільства [31]. Інший американський дослідник, Дж. Філд, аналізуючи вплив субкультур на моду, обґрунтував можливість її просочування «знизу нагору», назвавши дану теорію «теорією мінливого статусу» [29, с. 42-52]. Дослідження субкультур, їх впливу на моду, так само як і вивчення моди усередині самих замкнених груп, дозволяє побачити, що саме субкультурам властивий яскраво виражений стиль і, на думку Д. Хебдиджа, «культура показного споживання» [30]. Фешн-індустрія запозичує стилі цих груп і робить їх доступними для інших через масове виробництво. Саме в такий спосіб у моду ввійшли такі стилі, як хіпі, панк, гранж, мілітарі, неоготика, рок і так далі.

Велике значення для проведення в життя нової культурної норми має соціальна міфологія й значимість персон, яких можна назвати модним авангардом. У суспільстві існують групи, що різняться у відношенні до моди. А.Б. Гофман розглядає процес впровадження нової моди, розділяючи споживачів моди на іноваторів, ранніх тих що освоюють, раніше й пізніше більшість і відстаючих [див.: 7, с. 119-125]. Іноватори серед споживачів - це не ті, хто винаходить нові тренди, але ті, хто має «фешн-свідомість» (термін П. Найстрома). Вони першими ухвалюють нову моду на тому етапі, коли вона ще перебуває в сфері «дивного». Дизайнери-новатори завжди шукають своїх споживачів, які можуть прийняти на себе роль «ікони стилю», щоб новий образ якнайшвидше проникнув у свідомість мас. Мода не статична, вона постійно й безупинно перетерплює зміни. Її можна охарактеризувати як тимчасову й неміцну з швидко минаючою популярністю. Нетривале панування в певний час у культурі або в якийсь сфері життя. Стиль і мода мають якісь відмінності, мода відбиває короткочасні й поверхневі зміни зовнішніх форм побутових предметів і художніх творів. Наприклад, зміна форм і зразків одягу.

Рок-музика один з модних напрямків як ми вже з'ясували, однак музика подарувала нам ще й свою моду. Одяг чорних тонів, шкіряні косухи, металеві прикраси (різні шипи), рвані джинси це все яскраво виражені елементи рок-моди. Мода оперативно реагує на зміну потреб молоді. Одяг у стилі рок ставила своїм завданням кинути виклик навколишньому суспільству, однак всі варіанти досить швидко інтегрувалися в модні тренди. Хіпі, що яро відстоювали мир і любов, привнесли яскраві кольори, в 60-і роки одяг яскравих квітів був дуже популярним. Одним зі знакових виходів «рокерського» одягу стали панк-колекції Вивьєн Вествуд з Малькомом Маклареном, учасником групи Sexpistols. Такий же приклад з Марком Джейкобсом, творцем колекції в стилі гранж.

На сьогоднішній день одяг у стилі рок не втрачає своєї популярності, він досить стабільно закріпився на подіумі у знаменитих кутюр'є й у відомих брендів таких як Diesel, прикладом цьому може послужити колекція Rockin’ Dots. Бренд Versace в 2011 році представив колекцію в стилі рок, а Кристофер Бейли запропонував нові інтерпретації на тему косух. Зовсім недавно в 2013 році Lacoste і Rodarte паралельно представили колекції глем-року, а Ninaricci запропонувала використовувати біжутерію в стилі панк. Виходить якась закономірність, з альтернативної моди вона виходить на масовий збут і досягає рівня високої моди.

Природно, це було на прикладі рок індустрії, однак подібні закономірності існують і в інших музичних напрямках, наприклад хіп-хоп. Музика хіп-хопу запатентувала свою моду, яка теж на сьогоднішній день користується великою популярністю серед молоді. Хіп-хоп який породжений на вулиці в чорних кварталах, на сьогоднішній день головний претендент на звання короля вуличної моди. За останні років двадцять хіп-хоп привніс у моду більш сотні стилів, і дає вибирати із цієї величезної кількості матеріалу й дає вибирати щось своє, однак те що підсвідомо диктується: музикою, сленгом, міським пейзажем, хореографією, мистецтвом і так далі. Деякі речі з моди хіп-хопу можна назвати візитною карткою цього напрямку але й навіть класикою, приклад цьому кросівки, так звані форси чистого білого кольору.

У багатьох сферах мистецтва субкультура дає життя часом зовсім новим речам і ідеям. А в світі розвитку й взаємодії із суспільством це «нове» явище поступове проникає в загальну культуру й навіть може стати класикою в якій-небудь області.

Нерідко й мода породжує субкультури. Субкультури й контркультури в міському просторі відіграють різні, однак однаковою мірою важливі ролі в житті сучасного суспільства. Вони ті самі гаранти стабільності й одночасно стимулятори змін. Без них ніяке суспільство в принципі не може існувати. У наші дні мода вже остаточно заволоділа розумами більшості людей. Мода цей масовий психічний вплив і відбивається вона не тільки в одязі. Людина додержується моди несвідомо, тому що вона не може інакше. Світова «висока» мода або «низька» бере свої джерела з вулиць, і змушує молодь виділятися на тлі урбана, щоб прикрасити своє життя й неповторно виглядати. Молодь як ніяка інша категорія людей піддана впливу. Газети й журнали до не схочу заповнені рекламою відомих брендів і фірм – законодавців молодіжної моди, які диктують що слухати, як говорити, що читати, що пити і їсти тощо. Молодіжне телебачення іноді виконує позитивний вплив, змушує молодь займатися спортом. І цей вплив достатньо сильний, такі передачі як «зірка на льоді» породило в міському середовищі додаткові льодові майданчики під відкритим небом, на площах і в парках. Такі передачі агітують молодь не тому що це добре для здоров'я й підтримки відмінної фізичної форми, а тому що це круто.

2.3. Елітарізація та масовізація сучасної культури. Культура XVII-ХVIII століття будувалася на замовлення еліти, але ситуація ХХ століття міняється, що коли ведучу роль займає поняття масової культури. У якості антипода масової культури багато культурологів розглядають елітарну культуру. Виробником і споживачем елітарної культури, з погляду представників цього напрямку в культурології, є вищий привілейований шар суспільства. Визначення еліти в різних соціологічних і культурологічних теоріях неоднозначно.

Елітарна культура (від фр. Elite – «добірне», «вибране») – культура особливого шару суспільства (еліти), наділеного специфічними культурологічними здатностями. З погляду цього підходу поняттям «еліта» позначається не просто вищий шар суспільства верхівка, що править. Еліта є в кожному суспільному класі. Ерденеєв Є. дає наступні поняття еліти: «Элита – это часть общества, наиболее способная к духовной деятельности, одаренная высокими нравственными и эстетическими задатками. Именно она обеспечивает общественный прогресс, поэтому художественная культура должна быть ориентирована на удовлетворение ее запросов и потребностей» [27, с. 284].

Формування понять «еліта» і «маси» почалося з античності, у той час дані поняття означали широкі шари, більшу частину населення, одним словом, «простий народ». В. Асмус затверджує що, на думку Демокрита, влада повинна належати меншостям, тобто вибраним. «Ибо наилучшие одно предпочитают всему: вечную славу (всему) тленному. Толпа же набивает свое брюхо, подобно скоту» [1, с. 15]. На думку Платона, неможливо, «...чтобы толпа допускала и признавала существование самой сущности каждой вещи, а не множества отдельных вещей» [18, с. 247]. Таким чином, Ерденеєв Є. робить висновок що вже античні філософи дотримувалися тієї думки, що більшість людей здатна «проявлять интерес только к сиюминутному, повседневному, не склонно размышлять, заниматься интеллектуальным трудом» [27, с. 284].

Поділ суспільства на більшість і меншості оформилася в різних теоріях. Ці теорії можна умовно розділити на дві групи: «теорія еліт» і «теорія мас». Теорія еліт стверджує, що необхідними складовими частинами будь-якої соціальної структури є вищий, привілейований шар, що здійснює функції керування, розвитку науки й культури, і інша маса населення, що виконує нетворчі, репродуктивні функції. В. Парето затверджував, що суспільство потрібно ділити на керуючих і керованих. На думку Г. Моски, існує лише «політично активні еліти» і «політично пасивні маси» [8, с. 91]. Теоретики даного напрямку (Парето, Етционі, Дай, Келлер і ін.) відносять до еліти людей, що володіють владою й стійким положенням у різних сферах суспільного життя, людей, що визначають шлях розвитку цих сфер і здійснюючих необхідні для цього функції.

А під «масою» розуміється та частина суспільства, яка не має реальну владу, положення й престиж, не виконує функції керування громадським життям і т.д. Так, Р. Михельс у роботі «Політичні партії» пише, що маси розрізнені, не організовані, не здатні до колективних дій без активної меншостей і їм властива психологічна потреба в лідерові. Таку ж точку зору висунув англійський філософ А. Тойнбі у своїй роботі «Зміст і збагнення історії». За Тойнбі, для розвитку цивілізації необхідна діяльність по виробленню відповіді на виклик, що ставить під погрозу існування суспільства. Подібну діяльність може здійснити «только творческое меньшинство, тогда как большинство может и должно лишь усваивать уже выработанное элитой» [25, с.204].

Глобальні соціальні й демографічні зміни в ХІХ-ХХІ столітті привели до непорівнянного в порівнянні з колишніми епохами зростання ролі соціально-масових явищ (соціальної маси, «масової культури», масової свідомості, масової психології, масової поведінки, масового споживання й ін.) у всіх сферах суспільного життя. Так, Мордовіна визначає масову культуру таким чином: «Массовая культура» – это понятие, служащее для обозначения особенностей производства культурных ценностей в «массовом обществе», ориентированное на их массовое потребление. Важно отметить, что такое производство культурных ценностей понимается как прямая аналогия материального производства в условиях поточно-конвейерной организации труда. «Массовая культура» рассчитана на потребление всеми людьми, независимо от их места проживания. Естественно, это означает снижение уровня соответствующих культурных ценностей: так называемые «мыльные оперы» являются характернейшим образцом продукции такого рода. Не менее естественно и то, что «массовая культура» ориентируется в первую очередь на коммерческие цели, предполагает ее пассивное потребление, а потому способна выступать средством манипулирования сознанием потребителя. «Массовая культура» может стать и становится инструментом в массовое сознание желательных для определенных социальных групп стереотипов поведения, может стимулировать у «массы» новые, неведомые ей ранее потребности, формировать вполне определенные стандарты эстетического вкуса» [15].

Сьогодні в західній філософській і культурологічній літературі відсутня єдина точка зору не тільки щодо сутності й історичних передумов виникнення, але й тієї ролі, яку масова культура відіграє в сучасному суспільстві. Відрізняються й теоретико-методологічні підстави досліджень феномена масової культури, які виконувалися західними авторами по даній проблематиці в останні роки.

Словосполучення «масова культура» є назва соціального феномена, існування якого, як правило, не зазнає сумніву. Це включений у культурний обіг з кінця сорокових років символ, що позначає як у філософській літературі, так і в соціальній публіцистиці квазіочевидне зміст. На думку В. Мордовіної «в роли «доказательства» существования особой «массовой культуры», возможно лишь через подтверждение ее качественных отличий от некоей культуры вообще, выступает до настоящего времени убеждение в ее существовании и эмпирические иллюстрации этого убеждения: «идолы» и «звезды» досуга, стандартизация обывательского быта и т.п. Не смотря на то, что представление о «массовой культуре» заимствовано из западной публицистики, высказывается тезис о существовании проблемы «массовой культуры» в социалистическом обществе» [15].

У цей час проблемою масової культури займаються багато вітчизняних й західних вчених, уявлення яких відрізняються світоглядним і методологічним плюралізмом, визнанням факту культурного різноманіття як природного стану культури постіндустріального суспільства. У центрі уваги вчених перебувають також жанри й типи масової культури, її національні форми.

Масова культура як феномен, що характеризує специфіку виробництва й поширення культурних цінностей у постіндустріальному й постмодерністичному суспільстві. Існування масової культури не тільки закономірно, але й бажане, оскільки вона інтегрує в єдине ціле надзвичайне складне інформаційне суспільство, і здійснює адаптацію індивіда до цього суспільства, формуючи в нього певну систему цінностей. Комерційний характер масової культури й найчастіше низький художній рівень масового мистецтва викликають обвинувачення в «бездуховності» і «примітивізмі», але реальної альтернативи масовій культурі не існує. Сьогодні масова культура стає усе більш «інтегральної», про що свідчить її «диверсификация, приводящая к появлению множества индивидуальных культурных стилей и жизненных стратегий» [15].

Автор ряду робіт із сучасної культури Л. Климова переконана в неоднозначному впливі масової культури на особистість. Так, завдяки маскульту в суспільстві відбувається поширення соціокультурних інновацій і забезпечується додатковий комфорт у повсякденному житті. Але одночасно із цим масова культура, орієнтована в основному на технічні способи виробництва, сприяє відділенню суспільства від природного середовища, ігнорує й руйнує культурні традиції. А використання засобів масової комунікації спричиняє зниження планки будь-якої ідеї до рівня масового споживача, «тем самым лишая и человека, и действительность их истинного уровня и значения» [9, с. 17]. Масова культура, на думку Кузнєцова Е. містить у собі більше негативного впливу, оскільки «фрагментирует личность, лишает ее целостности и ограничивает набором стереотипных проявлений,в результате чего характерными чертами массифицированной личности является ее социальная дезориентированность в отношении ценностных ориентаций, пониженная способность к рассуждению, поверхностное восприятие культурных ценностей» [11, с. 140].

Якщо не вдаватися в деталі загального елітарного підходу до культури у всіх його індивідуальних і концептуальних варіантах, то в його основі лежить досить проста й аж ніяк не легко спростовувана думка: будь-яка духовно не зв'язана група людей, юрба, безіменна маса сама по собі пасивна. Люди можуть стати носіями цивілізації або варварства залежно від того, є чи серед них особистість, здатна взяти на себе загальновизнаний тягар верховенства. Ці слова можуть бути підтверджені Ерденеєвим Є., який указував: «Как от сложения множества «серых» людей нельзя получить гениальности, так и от сложения массы посредственностей невозможно получить высокой культуры» [27, с. 286].

Еліта – необхідний і об'єктивно існуючий елемент соціальної структури будь-якого суспільства. Вона не існує сама по собі й не зароджується випадково. Випадкові в ній тільки окремі особистості. Ашін Г. вказує на те що: «это [элита] социально детерминированное явление, формирование, развитие и функционирование которого определяются рядом факторов: материальным, социальным и физиолого-психологическим неравенством людей, объективным характером разделения труда, высокой значимостью управленческой деятельности, особенно политической» [2, с.341].

Теорія й практика елітарної культури розцвітає особливо продуктивно й плідно на «зламуванні» культурних епох, при зміні культурно-історичних парадигм, своєрідно виражаючи кризові стани культури, нестійкий баланс між «старим» і «новим». Самі представники усвідомлювали свою місію в культурі як «застрільники нового», що випереджають свій час, як творці, не були зрозумілими для своїх сучасників. У своїй більшості це романтики й модерністи – символісти культурні діячі авангардів і професійні революціонери, що здійснювали культурну революцію. Сюди ж відносяться «зачинателі» масштабних традицій і творці парадигм «великого стилю». Так, напрямки творчих шукань різних представників культури модерну символістів і імпресіоністів, експресіоністів, футуристів, реалістів, дадаїстів і т.д. були спрямовані на створення унікальних образів і цілих систем елітарної культури. Формальні вишукання носили експериментальний характер; теорії маніфесту й декларації обґрунтовували право на творчу незрозумілість, відокремленість від маси, її смаків і потреб, на самоцінне буття «культури для культури». Однак у міру того, як у поле діяльності модерністів, що розширюється попадали предмети повсякденності, життєві ситуації, форми повсякденного мислення, структури загальноприйнятої поведінки, що течуть історичні події й таке інше. Модернізм починав мимоволі, а потім свідомо апелювати до маси й масової свідомості. Особливо суперечлива контамінація елітарної культури й масової культури в культурі постмодерну. Наприклад, у такому ранньому феномені постмодернізму, як поп-арт відбувається елітарізація масової культури й одночасно омасовління елітарності, що дала підставу класикові сучасного постмодерну У. Эко охарактеризувати поп-арт як «низкобровую высокобровость» або навпаки «высокобровую низкобровость». Можна зробити висновок, що суть сучасного культурного життя суспільства в єдності через її різноманіття.

РОЗДІЛ 3. ВУЛИЧНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ МІСЦЕ В ПРОСТОРІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

3.1. Перформанс, хепенінг і акціонізм як дієво-видовищні форми мистецтва ХХ-ХХІ століття. М. М. Бахтін у своєму дослідженні «Творчість Франсуа Рабле й народна культура Середньовіччя й Ренесансу» [5] звертає увагу на так звану народно-майданну культуру, культуру сміху.

Теорія діалогу й карнавалу М.М. Бахтіна показує свою пояснювальну ефективність при описі сучасних перформативних практик. Найбільш значимими положеннями теорії є, по-перше, онтологічний переворот «верха» і «низа» (інверсія соціокультурних символів) - один з основних принципів карнавальної культури, який припускав тимчасове знецінювання всіх високих, серйозних цінностей, скасування всіляких норм, ієрархій і заборон. У просторі гротескного реалізму все духовне й ідеально відвернене переводилося в матеріально-тілесний план, зводилося до низових тілесних потреб, які, у свою чергу, підвищувалися на карнавалі до найвищого рангу й здобували найбільшу значимість універсального, космічного характеру.

По-друге, свобода карнавальної дійсності, яка являє собою саме життя, оформлене певним ігровим образом. М. Бахтін підкреслює що: «Карнавал не созерцают, – в нем живут, и живут все, потому что по идее своей он всенароден. Пока карнавал совершается, ни для кого нет другой жизни, кроме карнавальной. От него некуда уйти, ибо карнавал не знает пространственных границ» [5, с. 12].

По-третє, незавершеність, постійний розвиток карнавалу, відсутність претензій на вічність і непорушність, його динамічність і аморфність.

По-четверте, акт становлення, що переживається кожним учасником карнавалу, що відкидає своє звичне его з властивими йому якостями і статусом і насправді стає кимось іншим, часто протилежним собі повсякденному. Заперечуючи непохитність тотожності та єдності власної сутності, бідняки на карнавалі ставали королями, а розпусні жінки черницями.

По-п'яте, сміховий початок народної низової культури, що тріумфує у стихійних проявах карнавалу. Саме карнавальний сміх, що відроджує, є тим фактором, який через пародію і зниження призводить в результаті до взаємозбагачення і оновлення, діалогу між різними рівнями культурного середовища.

Вперше проблему сміхової культури як цілісної системи культурних форм поставив М.М. Бахтін: «При всем разнообразии этих форм и проявлений … все они, эти формы, обладают единым стилем и являются частями и частицами единой и целостной народно-смеховой, карнавальной культуры» [5, с. 4]. Дослідник вперше припустив, що різноманітні сміхові форми об'єднані в єдину систему – сміхову культуру, щоправда, обмежив цю єдність сферою святкового народного сміху («обрядово-зрелищные формы») та прилеглими до неї елементами: «словесные смеховые произведения» та «различные формы и жанры фамильярно-площадной речи» [5, с. 9].

Усі види цих форм щедро представлені в сучасній вуличній культурі.

Досвід сучасної науки дозволяє поширити поняття сміхової культури за межі фольклорної реальності, проте теза про існування цілісної підсистеми культури, організованої за допомогою сміхового початку, залишається актуальною. Так, В.А. Поздєєв, включаючи у сферу сміхової культури твори «третьої культури», зазначає: «Тема смеховой культуры многоаспектна. Это целый мир со своими законами, своими персонажами, своими особыми художественными средствами» [33, с. 245].

М.М. Бахтін не просто виділив сміхову культуру як особливий об'єкт дослідження, а й дав, на наш погляд, принципове визначення структурної ознаки цієї специфічної єдності: «Все эти три вида форм, отражающие – при всей их разнородности – единый смеховой аспект мира, тесно взаимосвязаны и многообразно переплетаются друг с другом» [5, с.9]. Ідея о «едином смеховом аспекте мира», що об'єднує форми сміхової культури, є наскрізною для монографії про творчість Ф. Рабле. «Все эти обрядово-зрелищные формы, как организованные на начале смеха, чрезвычайно резко, можно сказать принципиально, отличались от серьезных официальных – церковных и феодально-государственных – культовых форм и церемониалов. Они давали совершенно иной …аспект мира, человека и человеческих отношений; они как бы строили по ту сторону всего официального второй мир и вторую жизнь, которым все средневековые люди были в большей или в меньшей степени причастны, в которых они в определенные сроки жили. Это – особого рода двумирность, без учета которой ни культурное сознание средневековья, ни культура Возрождения не могут быть правильно понятыми» [5, с. 10]. Існування особливого сміхового світу, протиставленого домінуючої культурної реальності («двумирность»), дозволяє виділити «смеховую культуру» з різноманіття проявів комізму. «Вторая жизнь, второй мир народной культуры строится в известной мере как пародия на обычную, то есть внекарнавальную жизнь, как «мир наизнанку» [5, с. 16].

«Смеховая двумирность» об'єднує, на думку М.М.Бахтіна, такі явища, як карнавал і роман Ф.Рабле, проте провідним, основним джерелом сміхової культури є народна площа. У зв'язку з цим концепт «карнавал» (значно переосмислений М.М. Бахтіним) складно відокремити від поняття «смеховая культура», він має тенденцію до граничного розширення змісту: дослідник пропонує вживати термін «"карнавальный" в расширенном смысле, понимая под ним не только формы карнавала в узком и точном смысле, но и всю богатую и разнообразную народно-праздничную жизнь средних веков и эпохи Возрождения в ее основных особенностях» [5, з. 241]. Насправді концепт «карнавал» вживається дослідником у ще більш широкому розумінні – як весь континуум значень та контекстів, пов'язаних з карнавальними дійствами, як особливе «карнавальное мироощущение», яке в тому числі «является глубинной основой ренессансной литературы» [5, с. 30]. У концепції М.М. Бахтіна сміхова культура має єдиний центр – народну святкову площу, з якої походить особливий «мир» сміхової культури.

Головною змістовною ознакою «карнавала» (в означеному нами широкому значенні) є «амбивалентный» характер сміхової реальності. «…празднества на всех этапах своего исторического развития были связаны с кризисными, переломными моментами в жизни природы, общества и человека. Моменты смерти и возрождения, смены и обновления всегда были ведущими в праздничном мироощущении» [5, с. 14]. «…весь мир показан как чреватая и рождающая смерть» [5, с. 390]. У інтерпретації М.М. Бахтіна позитивний, утопічний початок домінує в світі, що вмирає і відроджується, карнавальної культури: «Праздничность здесь становится формой второй жизни народа, вступавшего временно в утопическое царство всеобщности, свободы, равенства и изобилия» [5, с. 14].

Таким чином, головними відкриттями М. М. Бахтіна є: 1) теза про існування єдності сміхових форм, об'єднаних загальною структурною ознакою («смеховая двумирность»), 2) концепт «карнавал», що фіксує соціальну та світоглядну базу цієї єдності, та 3) виявлення змістовної домінанти «карнавальной культуры» («амбивалентность», образ «рождающей смерти») [35, с. 34].

Найбільш відомими перебігами постмодерного мистецтва були реді-мейд, поп-арт, соц-арт, кінетизм, мінімалізм, гіперреалізм, відеоарт, концептуалізм, «искусство действия». Саме в «искусстве действия» (або акціонізмі – від англ. action art) творчі шукання привели художників до дематеріалізації об'єкта та утвердження значимості та первинності художнього акту як такого. Найяскравішими формами «искусства действия» є акція, перформанс та хепенінг.

Будучи квінтесенцією життя, мистецтво найкраще відображає проблематику існуючої культури, а в даний час, коли можливість технічного відтворення багато в чому позбавила витвори мистецтва їхньої колишньої унікальності, перформанс, у свою чергу, може вважатися квінтесенцією мистецтва та художніх пошуків, зберігаючи за собою властивості виняткового, унікального досвіду. На думку М. Маньковської перформанс найчастіше визначають як «публичное создание артефакта по принципу синтеза искусства и не-искусства, не требующее специальных профессиональных навыков и не претендующее на долговечность», «искусство мгновения, балансирующее на грани бытия и небытия» [26, с. 27]. Подібне тлумачення об'єднує перформанс та карнавал з погляду ставлення обох явищ до часу та вічності, а також демонструє особливе прикордонне становище перформансу між мистецтвом та життям, що, по суті, було властиво і для карнавалу.

Крім цього, слід зазначити особливу роль тілесного в перформансі, адже це єдиний вид мистецтва, в якому тіло художника стає основним засобом формального вираження. Цей універсальний медіум, з одного боку, надає перформансисту немислиму у межах інших видів мистецтва свободу висловлювання; водночас, він неминуче призводить до звернення до характерних для народної культури тем «телесного низа».

Найчастіше перформанс також стирає ієрархічні межі між художником та глядачем, учасником перформансу та випадковим перехожим. Перформанс – живий і у просторово-часовому континуумі вид мистецтва, хід якого часом загрожує вийти за межі контролю людей, що його здійснюють.

Зважаючи на всі ці риси перформативного мистецтва, О. Кіташова позначає «родственную связь между карнавалом и перформансом, между участником карнавала и перформансистом» [14].

Перформанс, поєднуючи у собі традиції образотворчого та театрального мистецтва, є нетривалою візуально-видовищною дією, що виконується одним або декількома учасниками перед запрошеною публікою в закритому приміщенні (залі, галереї) або на відкритому просторі. Первинним у перформансі є художник (або навчені статисти), його існування у художньому процесі, його пози, жести та дії.

Хепенінг (від англ. happening - подія, випадок, подія, явище) розвивається не як організоване, а як спровоковане, імпровізоване, непередбачуване дійство, в яке залучаються глядачі - більше того, участь глядачів, що стають в результаті співавторами, для здійснення еппенінг . М. Фрай у своїй «Арт-азбуке» дуже дотепно назвав хепенінг неіснуючим словом «случаяние», підкреслюючи процесуальність події, що відбувається на наших очах [47]. На мій погляд, повноцінне та точне визначення хепенінгу дає М. Переверзєва: «Хэппенинг — одна из форм современного искусства, мультимедийное событие, представляемое, разыгрываемое на публике с элементами изобразительности, хореографии и театрального искусства; перформанс, основанный на факторе случайности и предполагающий взаимодействие художника и зрителей, взаимопроникновение искусства и жизни. Хэппенинг, как разновидность «искусства действия», построен на импровизации, одновременном сосуществовании различных художественных и нехудожественных действий и спонтанной реакции участников. Он объединяет в себе пространства разных видов искусств и художественной деятельности; в представлении могут быть задействованы музыка, танец, поэзия, визуальные искусства, видео, кино, феномены непосредственной окружающей среды (например, явления погоды, шум улиц)» [30].

Автором терміну «хепенінг» у 1958 р. став учень Джона Кейджа Аллан Капроу (1927–2006). Він дає йому таке визначення: «Хэппенинг – это совокупность событий, исполненных или воспринятых в более чем одном времени и пространстве. Его материальная среда может быть сконструирована, воспринята напрямую из того, что имеется в наличии, или слегка модифицирована; точно так же сами действия могут быть придуманными или обыденными. Хэппенинг, в отличие от сценической пьесы, может случиться в супермаркете, во время автомобильной поездки по автотрассе в одиночестве, под грудой лохмотьев, на кухне у друга, причем как единожды, так и регулярно. Если это происходит регулярно, хэппенинг может длиться больше года. Хэппенинг делается в соответствии с планом, но без репетиций, зрительской аудитории или повторений. Это искусство, но кажется, что оно ближе реальной жизни, нежели искусству» [34, с. 94-95]. Говорячи, що хепенінг відбувається «без зрительской аудитории», Капроу, мабуть, мав на увазі відсутність поділу свідків хепенінгу на акторів і глядачів, тому що навіть «принципиальное неучастие» у будь-яких діях створює певний перебіг хепенінгу і, таким чином, всі присутні є авторами-учасниками. У найбільших музеях, галереях і виставочних залах США, Франції, Німеччини, Нідерландів, Швейцарії й інших країн були проведені сотні хепенінгів «по Аллану Капроу». Капроу став ідейним лідером американського акціонізму, написавши й видавши кілька книг і статей, присвячених теорії хепенінгу. У своїх численних маніфестах акціонізму він приводить шість обов'язкових пунктів-умов існування хепенінгу:

* відповідна навколишня обстановка, в якій виникає та втілюється задум;
* невіддільність глядачів від того, що відбувається, їхня співучасть у процесі;
* безпосередність подій;
* відсутність заздалегідь обдуманої сюжетної лінії та чіткого плану;
* фактор випадковості, що визначає характер дії;

 короткочасність та неповторність хепенінгу, що виникає в процесі створення і завершується з його закінченням [31, с.213].

Головним у хепенінгу є саме ігровий простір, в якому всі бажаючі можуть самовиразитися, - дія всередині видовища.

Л.Левікова робить такі зауваження виходячи з рецепції дослідження карнавальності М.Бахтіном: «Стремление к спонтанности, непосредственному физическому контакту с публикой, повышенной действенности искусства выливаются в концепцию карнавализации жизни» [22, с. 486] - єдності страху та сміху, амбівалентності життя і смерті, відродження через самознищення.

Значним піджанром є акціонізм. Акціонізм-мистецтво художніх акцій, головний репрезентативний вид contemporary-art (поняття в російській літературі синонімічного поняття «современное искусство»). М. Чистякова під акціонізмом має на увазі різні форми «художественного активизма, основанные на идее процессуальности, предполагающей смещение акцента с результата творчества на собственно процесс создания художественного произведения» [49, с. 105].

Перші акції такого роду проводилися представниками дадаїзму і сюрреалізму ще в першій чверті ХХ століття, але концептуальної завершеності ця форма мистецтва досягла до середини сторіччя: акціонізм виходить за межі майстерень, а творчий процес трансформується в театралізовану дію, що проходить у присутності свідків, переважно, світові мистецтва (найчастіше це були художники, критики, галеристи, журналісти). Головною дійовою особою подібних акцій все ще є сам художник, який створює твір на очах у публіки (Дж. Пол-лок, Ж. Матьє, І. Кляйн та ін.).

Перфоманс можна умовно назвати театром візуальних мистецтв, адже до нього можуть включатись елементи пантоміми, хореографії, музики, поезії, відео, кіно. Однак, на думку К. Деготь: «перфоманс по своей природе приближается, скорее, не к театру, а к поэтическому чтению или музыкальному исполнительству и потому может быть определен как «публичный жест» - физический, вербальный, социальный и т.п.» [10]. Дослідниця Н. Маньковська сутністю даної форми вважає «публичное создание артефакта по принципу синтеза искусства и не-искусства», естетичною специфікою цього процесу – «акцент на первичности и самодостаточности творческого акта как такового», художнім надзавданням – «утверждение идентичности творца» [с. 26-27]. І тому головним засобом та матеріалом творчості служить тіло – зовнішній вигляд, рухи та дії художника-демонстратора, адже перфоманс орієнтований насамперед на візуальний, а не на вербальний характер сприйняття. Навіть якщо у дійстві використовуються слова чи мовленнєва взаємодія між виконавцями, вербальні знаки подаються над традиційної інформативної функції, а наділяються символічним сенсом. У результаті глядачем залишається просто визначення дію як таке, без її словесної інтерпретації. Подібний феномен дуже влучно описав Василь Кандинський у своїй роботі «О духовном и искусстве»: «…чем из вне более немотивированным будет, например, движение, чище, более глубоким и более внутренним является его действие. Очень простое движение, цель которого неизвестна, действет уже само по себе, как кое-что значительное, таинственное, торжественное. И оно остается таким пока мы не знаем внешней практической цели движения. Оно действует тогда, как чистое звучание, пока вдруг не исчезнет обворожительность и не придет, как удар, практическое объяснение и не откроет загадочности и причины события. Простое, извне немотивированное движение скрывает неисчерпаемое, полное возможностей сокровище» [12, с. 93].

Нейтралізувати «гегемонию речи» у перфомансі дозволяє ігровий компонент. О. Шнирьова вказує на те, що він «освобождает художественные произведения от претензий на исключительность, от амбиций пророчества и учительства. Игра сводится к лаконичным и элементарным формам, с перестановкой акцентов содержание на механике игры, строится на абсурде и парадоксах, которые освобождают художника от скованности нормативами известного» [51, с. 73]. Іноді митець свідомо використовує ігрову природу перфомансу до створення певного дискомфорту глядачів і навіть шокування публіки. Перфоманс часто досягає успіху, використовуючи несподіванку, провокативність, епатаж. Дії, що відбуваються під час показу, можуть виходити за межі норм, прийнятих у конкретній соціокультурній групі, - це також елемент естетики цієї художньої форми.

Культурним коренем, стильовими джерелами перфомансу є архаїчний релігійний обряд, давні середньовічні видовища, екзотеричні практики, творчість футуристів, дадаїстів, сюрреалістів, методології постмодерного театру.

Отже, перфоманс як мистецтво дії довів, що для досягнення творчої мети зовсім не важливий предмет – на перше місце висувається процес. Художній акт без матеріального твору в результаті, без мети продажу і музефікації демонструє те, що у звільненні від предметності можна побачити мету.

За таких умов перфоманс може стати моделлю сучасної культури, адже в художньому процесі він є максимально соціальним і відкритим для всіх тем і всіх проблем буття, стверджує нові комунікативні ситуації, руйнує стереотипи сприйняття, формує та виховує нову аудиторію, сприяє появі нових художніх форм та технологій, і взагалі змінює поняття мистецтва. Перфоманс актуалізує самоцінність як творчого процесу, а й (декларуючи творчість способом життя), а й процесу спілкування з глядачем, знищуючи дистанцію та інтенсифікуючи його переживання. Український культуролог та мистецтвознавець І. Чудовська-Кандиба дає вкрай цікаве визначення перфомансу: «Перфоманс – это интеракция с мощной экспрессией, которая отличается среди других интеракций» [50, с. 282]. К. Станіславська співвідносячи роботи сучасних художників показує, що: «реагируя на первичные формы репрезентации, зрители глубоко переживают свои эмоции и впечатления, которые могут быть воплощены в собственном творчестве» [42, с. 97-98]. Невід'ємною складовою подібних художніх акцій є включення до складу твору, як вихідний матеріал, тіла людини. Це може бути тіло самого художника або його моделей – у цьому випадку йдеться про такий різновид акціонізму, як боді-арт чи мистецтво тіла. Так, знамениті «Антропометрії» І. Кляйна є відбитками тіл натурниць, на які попередньо була нанесена фарба глибокого синього кольору (так званий «Международный синий Кляйна», зроблений на основі пігменту, винайденого художниками). Це може бути тіло глядача, більше того, тілесна співучасть глядача є неодмінною складовою сучасної художньої практики. Визначивши поняття та функції в культурі перфомансу і хепенінгу можна провести різницю між ними, а саме хепенінг включає імпровізацію і не має, на відміну від перфомансу, чіткого сценарію.

Художнє побутування режисури театралізованих вистав, її естетичних установок у контексті постмодерністської парадигми, дедалі частіше зближується не лише з різними художніми практиками, але й з сучасними перформативними технологіями, збагачуючи їх сформованими прийомами, надаючи їм композицій. Такий симбіотичний зв'язок, що протікає між традицією режисури театралізованих уявлень та сучасними перформативними формами, безсумнівно, впливає на естетику театру масових форм, змінюючи її тематичний ракурс, дієвий бік, критерії відбору матеріалу, взаємодію елементів дії у просторі.

3.2. Хіп-хоп культура в просторі сучасної культури. В. Ромм вказує що: «Сколько существует человечество, столько оно и танцует. На основании известных нам свидетельств о людях древнего каменного века, можно заключить, что музыкально-танцевальная активность была присуща и далекому палеоантропу (что подтверждается находками 25–35-тысячелетней давности)» [36].

За останні роки інтерес до танцювального мистецтва зріс у багато разів. Відкривається величезна кількість шкіл та студій у всьому світі, розвиваються нові танцювальні стилі, а також збільшився інтерес до напрямків класичного танцю. Тенденція зростання зберігається та підкріплюється засобами масової інформації: проводиться все більша кількість танцювальних фестивалів (у тому числі на міжнародному рівні) та шоу-програм; створено цілу індустрію з виробництва відео-уроків; сучасний кінематограф також звертає увагу до сфери танцювального мистецтва.

На думку Курта Закса, німецького музикознавця і балетознавця, «танец составляют не отдельные разрозненные движения, а движения, прежде всего, выражающие всю сущность индивидуума» [17, с. 13]. І це спосіб бути вільним у висловленні своїх думок, почуттів через рух. Сучасний танець є кілька наборів певних рухів у тому чи іншому стилі, з можливістю власного вигадування, імпровізації. У ньому суттєвою є спроба побудувати зв'язок між формою танцю та своїм внутрішнім станом. Він визначається як актуальне художнє висловлювання, у якому знаходять своє вираження світоглядні настанови особистості. Саме більшість стилів сучасних танців сформувалося під впливом будь-якої чітко викладеної філософії чи певного бачення світу.

Якщо розуміти під культурою духовну сферу життя суспільства, будь-яке що з'являється, а особливо популярне рух усередині культури можна як одного з показників стану цілого суспільства, його змін. Китайське прислів'я говорить: «Про короля можна судити з того, як танцюють під час його правління». Тобто танцювальний напрямок може бути виразником культурного клімату суспільства, його ціннісного стану.

На думку Д. Садикової в такому відношенні виступає і хіп-хоп-рух, що «несущий в себе признаки и ценности своего времени» [37, с. 236].

Хіп-хоп культура - «вулична культура», одна з тих, що набули широкого поширення з середини 1970-х рр. у США, а потім у багатьох країнах світу субкультурних форм освоєння молоддю соціальної суб'єктності через створення, освоєння, розповсюдження, розвиток чотирьох основних напрямків - брейк-данс, реп, графіті та ді-джеїнг. У складі елементів хіп-хоп культури розглядаються також стрітбол (вуличний футбол), ролінг (певна техніка катання на роликах) та ін.

За своїм походженням хіп-хоп культура пов'язана з бідними кольоровими кварталами великих міст США і відобразила риси культурних патернів низки етнічних груп. Так, за основу брейк-дансу взято афро-американський ритм та риси народного «танцю в колі», елементи акробатики, афро-бразильської боротьби капоейро, прийоми китайського кунг-фу. Настанова хіп-хоп культури вплинула на масове поширення технічних новинок у галузі музичного обладнання, насамперед поява вінілових платівок і техніки, що дозволяла їх програвати на вуличних «тусівках». На цій основі сформувалися перші підходи до ді-джеїнгу (від DJ – disk jokej – провідний програму, складену із звукозаписів). П. Шеффер, зокрема, розглядається як один із перших DJ, який у 1930-і роки став трансформувати записану на платівках музику шляхом програвання відразу двох пластинок, зміни швидкості обертання дисків тощо, що пізніше увійшло до практики ді-джеїнгу, сформовану піонерами хіп-хопу DJ Kool Herc, Africa Bambaata, Grandmaster Flash, DJ Hollywood та Grandwizard Theodore: вони винаходили нове звучання музичних записів (хіп-хоп звучання).

Хіп-хоп культура – складна культурна освіта. У формуванні графіті як напрямку хіп-хоп культури виявився контркультурний характер цієї соціокультурної практики. Навпаки, реп (ритмічна скоромовка) тісно пов'язаний з культурною традицією, що сягає мистецтва африканських поетів-проповідників (Griots), а також прийнятих форм швидкого, ритмічного промовляння текстів молитов і проповідей, що є характерною рисою чорних протестантських громад у США.

Скоромовка застосовувалася на чорних радіостанціях ді-джеями у 1950–1960-ті рр. (Jive-Talking). Деякі дослідники відносять до витоків репу ритмічні хвалькувато-загрозливі тексти, що вимовляються боксерами на рингу перед матчем для залякування противника, як це робив, зокрема, Мухаммед Алі. Реп як типовий зразок міської, вуличної культури багато взяв з естетики «дворового» життя, побуту музикантів-лабухів та ін. Однією з рис раннього репу є хвастощі як спосіб самоствердження. У скоромовці присутня як жорстка ритмічна основа, а й рими, що зробило реп різновидом сучасної поезії. Походження репу дослідники пов'язують з інноваціями DJ Kool Herc, який у 1975 р. почав на вечірках під час танцю підключати мікрофон і говорити з натовпом. Спочатку це були односкладові покрики або скандування якоїсь підбадьорливої фрази, пізніше реп породив розгорнуті поетичні монологи.

До середини 1970-х років у Бронксі та Гарлемі діяло безліч (кілька сотень) брейкерських команд, що ділили територію міста та танцювали кожна на своєму перехресті. Такі команди, як "Rock Steady Crew" і "New-York City Breakers", вели так звані ритуальні «битви», які, будучи зняті на відео, набули широкого поширення у світі і породили хвилю наслідувань серед підлітків. У міру зростання популярності хіп-хоп культури вона набуває рис молодіжної моди, стає частиною шоу-бізнесу: брейкери та репери з'являються у комерційних проектах (телешоу, реклама, кліпи, демонстрація одягу тощо). З середини 1980-х років популярність хіп-хопу стала падати, хоч і сьогодні вона зберігається як одна з молодіжних субкультур. Великі заходи, акції та програми в рамках хіп-хоп культури підтримують такі корпорації та компанії, як Puma, McDonalds, Coca-Cola, Philips, Adidas і ін.

У СРСР перша хвиля хіп-хоп культури прокотилася в середині 1980-х. Джерелом інформації про хіп-хоп були фільми, які привозилися з-за кордону приватними особами. Джазовий ансамбль «Арсенал» (кер. А. Козлов) одним із перших став будувати танцювальну частину концертів на основі брейк-дансу. Перші команди, що з'явилися, орієнтовані на хіп-хоп, не зустрічають опору влади в умовах соціальної аномії і підтримуються демократичною громадськістю. Проводяться фестивалі брейк-дансу, зразки брейку з'являються у фільмах («Диск-жокей», «Жіночий клуб», «Танці на даху», «Грумуча дюжина», «З роботами не жартують» та ін.).

Двотисячні роки – шалена популярність хіп-хоп музики та її поширення у всьому світі. Хіп-хоп тепер загальносвітове явище, однак одночасно з розширенням відбувається комерціалізація. Хіп-хоп ставати «попсою». Така сама еволюція відбувається і з танцем. З одного боку, він стає більш професійним. Вже давно працюють школи та студії, хореографи та тренери не сидять без роботи. З іншого боку, танець із вуличного перетворюється на сценічний. Хореографія, яку можна побачити в численних відеокліпах, має мало спільного з хіп-хопом, що народилися на вулицях. Ставши частиною індустрії, танець тепер націлений не так на самовираження і самоствердження, як на те, щоб показати гарне шоу, яке було б легко потім продати. У дусі подібних віянь у 2000 році народжується чемпіонат Hip-Hop International, де упор йде на номери та постановки. Сам танець розмивається, стаючи настільки різноманітним, що важко його класифікувати. Безперечно можна тільки сказати, що це щось, що танцюється під хіп-хоп музику. Це сильно уникає коріння стилю, але мабуть такий неминучий процес еволюції. Одночасно продовжує існувати і андеграундний варіант, який танцюють у клубах чи вулиці, але це не так помітно на тлі загальної маси комерційного хіп-хопу [48].

Нині хіп-хоп культура в Україні не сприймається як контркультурна освіта. Спочатку вона розглядалася як пряме свідчення американізації суспільної свідомості української молоді, але тепер ясніше адаптивність хіп-хопу щодо різних соціокультурних систем, зокрема менталітету українців. Луков зауважує, що «часто молодежные хип-хоп коллективы приглашают на различные крупные презентации, праздники, форумы, фестивали. В ряде мест группам хип-хопа оказывается поддержка органами государственной власти, общественными объединениями» [23, с. 147-148].

Брейк-данс (англ. Breakdance – «ламаний танець») - вид «танцю в колі», пов'язаний з хіп-хоп культурою. Для його позначення також використовуються слова (деякі увійшли до молодіжного сленгу) «брейкінг», «рокінг» (початкова назва брейк-дансу), «бі-боїнг» (від b-boy — хлопець, що виконує брейк, але, можливо, і від африканського слова boioing - танець, що складається зі стрибків). Виник наприкінці 1950-х років у Нью-Йорку як явище молодіжної «культури вулиць» у кварталах іммігрантів. За даними дослідників хіп-хоп культури, наприкінці 1960-х років брейк-данс існував ще у вигляді двох самостійних танців — лос-анджелеської пантоміми («верхній брейк», boogie), що йшла від негритянської традиції, і нью-йоркського акробатичного стилю («нижній брейк» латиноамериканського походження, що breaking).

Популярність брейк-данс набув після того, як у 1969 р. співак Джеймс Браун супроводжував хіт «Get on the Good Foot» виконанням на сцені нових танцювальних елементів. Це дало імпульс для появи на початку 1970-х років молодіжних груп, які виконували танець Good Foot (від назви хіта Дж. Брауна). Танець поєднував воєдино різні за походженням елементи брейк-дансу: «Тікінг» (tiсking - «Тікання») - уривчасте танцювальне рух, коли тіло фіксується в різних положеннях; «вей-вінг» (wave – «хвиля»), при якому тіло згинається хвилеподібно; «локінг» (locking — «гальмування») — трансформація бугі-фортелів і т. д. У брейк-дансі, що виконується на дискотеках, утвердився стиль «робот», що мав своїм джерелом лос-анджелеські буги. Поширення нового танцювального стилю було пов'язано з активністю молодіжних груп. Команди, що танцювали брейк, розділили територію своїх міст на зони, і кожна команда танцювала на своєму перехресті. Конкуренція груп породжувала ускладнення брейка як танцю та його значення, що зростає, як цінності в молодіжному середовищі. У цій частині брейк-данс став компенсаторним засобом агресивності підлітків («танцювальні битви»: один із лідерів хіп-хопу Afrika Bambaataa запропонував вуличним молодіжним гуртам «розбиратися не стволами, а танцями: хто станцював гірше, той програв»).

У 1980-х роках у брейку посилюється інновація у сфері руху (збільшення у ньому акробатичних елементів і рухів зі східних єдиноборств) — багато в чому під впливом латинос. Бі-бій на прізвисько Крейзі Легз ввів у брейк обертальні елементи: windmill, headspin, turtle, backspins та ін. Цей технічно складний танець привернув увагу ЗМІ. Поява фільму «Flashdance» (1983) за участю команди RSC, відеокліпів та фільмів із цією та іншими командами мала вирішальне значення для перетворення брейку на світову молодіжну моду. Цією обставиною тут же скористався шоу-бізнес, і брейк-данс на кілька років стає неодмінною частиною телевізійних шоу-програм, рекламних роликів, кліпів і т.д. З 1987 хвиля популярності брейка в комерційних проектах пішла на спад. Однак у молодіжному середовищі він продовжує займати певне місце.

У СРСР/Україні брейк-данс став відомим у середині 1980-х років. У 1985 р. з'явилися перші команди брейк-дансу «Меркурій» та «Магічний круг». Почалося проведення фестивалів брейк-дансу (Таллін, 1985; Москва, 1986; Рига, 1987 та ін.). Знову інтерес до танцю у молодіжному середовищі поширюється у 1990-х роках. З'являються нові команди виконавців, відкриваються перші танцювальні школи брейку, цей танцювальний стиль демонструється по телебаченню (особливо часто - по MTV) [23, с. 149-150].

3.3. Вплив графіті на сучасну культуру. Граффіті рух почав формуватися США наприкінці 60-х гг. і до теперішнього моменту є одним з напрямків сучасного мистецтва, що активно розвиваються. Він поширився у всьому світі, його адепти підтримують зв'язок між собою через Інтернет. А Колочов вважає, що насамперед люди, які малюють графіті, зовсім не є хуліганами та порушниками соціального спокою: «Цели и задачи, которые ставят и решают члены сообщества, являются в первую очередь художественными. Сегодня авторы граффити также создают дизайн для широкого спектра выпускаемой продукции, реализующейся по всему земному шару» [16, с. 49].

С. Магранов упевнений, що своєрідним «камнем преткновения» субкультуры граффити – райтеров, служит то, что их приравнивают к вандалам именно из-за того, что различные рисунки часто появляются в местах, где они отнюдь не способствуют украшению. Хотя у настоящих райтеров и существует собственный свод правил, в котором чётко обозначены места, где запрещается рисовать» [58, с. 85-91].

У той самий час, у суспільстві набула свого розвитку тенденція поступового прийняття творчості «уличных художников». Справді, в останні роки малюнки у стилі графіті можна зустріти на вулицях усіх великих міст.

С. Магранов так само вказує, що в останні роки ставлення до райтерів стало більш лояльним: «Общественность стала привыкать к ним и даже принимать их творчество как своеобразный вид современного искусства, а власти начали постепенно идти райтерам на встречу – выделять им пространство для творчеств» [25].

На цьому етапі графіті як мистецтво потроху бере гору над вандальними проявами у русі. Графіті крокує назустріч дизайну. Від суто маргінальної спрямованості творчості графіті, пов'язаного лише з протестом проти урбаністичного середовища, що сформувалося, діячі графіті переходять до легальних форм мистецтва, по-іншому репрезентуючи свою творчість. Це призвело до поширення даного виду вуличного мистецтва та заклало основу для подальшої кількісної та якісної трансформації.

Початок XXI ст., пов'язаний з дедалі більшим переміщенням графіті у суміжні сфери. Його характеризує поступальний відрив від вуличної культури, відмови від суто маргінальної спрямованості та презентації себе лише як контркультурного руху («графіті як вандалізму»). Він зумовив перехід до самореалізації графіті у сфері, не обмежені дизайном — мають на увазі перехід графіті до синтезу з мистецтвом, вже у новій якості санкціонованого елемента, готового до взаємозбагачення. Сьогодні відбувається розвиток графіті. Цей етап — продовження формування виходу графіті «в життя», очікування результату його синтезу коїться з іншими видами мистецтва.

Граффіті поширює свій вплив на багато міст та країн, де є свої відомі художники, які створюють на вулицях справжні шедеври, чиї роботи також виставляються у галереях сучасного мистецтва. Зокрема, колишні вуличні «граффитчики», такі, як, наприклад, Delta, Daim, Peeta, стали не тільки великими майстрами, майстерно опанованими технікою, але й вписали нову сторінку в історію графіті, сформувавши свій неповторний стиль, що асоціюється тільки з їхніми іменами. Ці майстри, незважаючи на регулярні виставки в офіційних галереях, не втратили своїх близьких стосунків із вулицею та, як і раніше, малюють у міському просторі.

Еволюція графіті призводить до поступового об'єднання творів графіті у певну спільність усередині сучасного мистецтва. Вони відображають поп-культуру та життя частини міської спільноти. Графіті стало стартовим майданчиком для низки відомих художників та дизайнерів, таких як Mike Giant, Pursue, Rime, Noah та ін., які зробили кар'єру у промисловому дизайні та дизайні одягу. Яскравим прикладом проникнення графіті в дизайн є французька команда «123Klan», яка успішно практикуючи графіті стала розробляти логотипи, ілюстрації, дизайн взуття та одягу для компаній Nike, Adidas, Lamborghini, Coca Cola, Sony та інших. Останнім часом також спостерігається впровадження графіті у ролики та відеоігри.

На даний момент можна з упевненістю відзначити вплив графіті на багато сфер графічного дизайну, а саме, сфери друкарні, візуальних рішень стилю телевізійних передач, упаковки харчової продукції, книжкового оформлення, веб-дизайну. «Сегодня граффити не только покинуло стены и поезда метро, чтобы перебраться на холсты и в художественные галереи, но еще и проявило себя на всем, от одежды до посуды. Есть граффити лампы, ремни, подушки, полотенца, ювелирные изделия и многое, многое другое» [59].

Вплив графіті на дизайн можна охарактеризувати як дуже активний. Дизайн завжди був більш відкритим до нового, ніж архітектура, тому прикладів асиміляції графіті досить багато. У зв'язку зі своїм походженням графіті легко знайшло своє природне місце у дизайні міського середовища. Євдокимова Є. вважає, що саме в цьому напрямку проявили себе багато представників руху графіті, головним чином «путем расписывания неприглядных городских элементов, начиная от подпорных стенок, опор мостов и трансформаторных будок, заканчивая согласованными с местными властями проектами преобразования скучных фасадов типовых строений. В последнее время граффити включают в проекты эргономичной и адаптивной городской мебели» [11, с. 67-68].

Не менш суттєвий вплив графіті на архітектуру. Він відбувається у двох абсолютно протилежних напрямках – негативному та позитивному. До першого напряму, достатньо самоочевидному і загальнозрозумілому, належить негативний вплив на архітектуру, прикладом чого стають поцятковані малопривабливими написами будівлі.

Другий напрямок менш очевидний, включає розуміння графіті як арт-феномену, що надає сильний концептуальний вплив на сучасну архітектуру. Оскільки ми розглядаємо графіті в органічному для даного феномену художньо-культурологічному аспекті, докладніше зупинимося на цьому напрямку. Багатомірність сполучення архітектури та графіті полягає у синхронному прагненні до синтезу між архітектурою та графіті, як у середовищі представників графіті-руху, так і серед професійних архітекторів. Кожен цех у своїй рухається до мети по-своєму. Тема, що розкриває цю цікаву тенденцію паралелі в пошуках художників і архітекторів щодо графіті, чекає на свого дослідника і має бути вивчена особливо.

При зверненні до вивчення впливу культурно-мистецького феномену графіті на сучасну архітектуру ми переважно говоримо про зарубіжний досвід. Це викликано тим, що сучасна вітчизняна архітектура, що формується практично поза сферою художньої культури, не може похвалитися наявністю плідних контактів із діячами графіті, тоді як у західних архітекторів спостерігається безперечний інтерес як до персоналій графіті-художників, так і до сучасних напрямів цього виду художньої діяльності.

Розглянемо деякі зарубіжні архітектурні проекти та концепції, які використовують ідеї графіті. Піонерами запровадження цього феномену в архітектуру стали швейцарські проектувальники Herzog & de Meuron. Вони втілили в життя ідею використання графіті в архітектурних об'єктах на якісно іншому рівні, зробивши їх свіжими та гостросучасними. Використання ідей сучасного вуличного мистецтва архітектори зробили одною з рис роботи свого бюро. Втіленням шукань у цьому напрямку стали такі об'єкти, як «Ciudad de Flamenco» в Іспанії, одинадцятиповерховий житловий будинок «40 Bond Street» у Нью-Йорку, бібліотека університету в Коттбусі. Всі ці проекти відображають авторський спосіб роботи з графіті-тегом архітекторами Herzog & de Meuron.

Він полягає не в буквальному перенесенні мотивів тега до архітектурного контексту, а представляє нам експеримент його стилізації. Для своїх об'єктів архітектори переробляють мальовничі мотиви графіті, не зберігаючи їх зміст і внутрішню суть, репрезентуючи в результаті іншу спрощену систему знаків, перетворену на ритмічно організований візерунок. Євдокимова Є. бачить постмодерністські тенденції у діях райтерів: «…полученный орнамент является, с одной стороны, отвлеченным декоративным элементом строения, но с другой, это намек на первоисточник» [11, с. 67-68].

Таким чином, світ сучасних графіті - це прояв внутрішнього життя наших сучасників. Це форма існування традицій субкультури міста, феномен, що налічує століття, незалежно від нашого щодо нього ставлення. Сучасні графіті, виконані символіки і атрибутики традиційного характеру, нерідко служать візитною карткою молодіжних угруповань, а тому заслуговують на увагу дослідників різних областей.

Розділ 4. МУРАЛІЗМ ЯК ВИД ВУЛИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

4.1. Класифікація та особливості муралів

Мурал (від іспанського muro – «стіна») – це різновид монументального живопису на габаритних будинках та інших архітектурних спорудах. Мурал, як правило, є барвистим виразним зображенням, нанесеним на вертикальну поверхню глухих стін житлових будинків, комерційних об'єктів або парканів. Набагато рідше об'єктом творчості для художників є інтер'єр просторих приміщень (вестибюль, зал або хол висотної будівлі). Мурал у наші дні є затребуваним видом вуличного мистецтва у великих містах. Влада великих мегаполісів охоче надає художникам габаритні вертикальні майданчики для розпису. Гарні картини ефектно виглядають на тлі одноманітної забудови та приваблюють туристів із різних куточків Землі.

Мурал — це унікальний вид монументального живопису, в якому є риси як традиційної фрески, так і сучасного стріт-арту. Створені майстерними художниками габаритні твори мистецтва можуть відрізнятися за такими параметрами:

• Тематиці.

• Техніці виконання.

• Тип фарб.

• Жанру.

• Стилю.

Серед безлічі різноманітних муральних тематик найбільшою популярністю у більшості країн світу користуються:

• Соціальна. Зачіпає гострі проблеми сучасного суспільства, викликає у людей співчуття та бажання допомогти героям твору.

• Патріотична. Є частиною офіційної пропаганди держави, використовується владою для звеличення країни та видатних історичних діячів.

• Філософська. Служить засобом вираження індивідуальних творчих ідей художника, викликає сильні емоції у глядача.

• Естетична. Ідеально підходить для покращення візуального сприйняття міського простору, має нейтральне емоційне забарвлення.

• Релігійна. Прославляє велич Бога і змушує людину замислитися про вічні духовні цінності.

Від інших форм вуличного мистецтва мурали відрізняються не лише великими габаритами, а й трьома іншими важливими особливостями:

• По-перше, створення масштабного твору мистецтва потребує значних витрат сил та художніх матеріалів. Це призводить до необхідності пошуку та залучення до реалізації проекту заможних меценатів.

• По-друге, художник повинен отримати дозвіл від міської влади та (або) власника будівлі перед початком роботи. Ігнорування цього правила може призвести до неприємних наслідків, у тому числі грошового штрафу.

• По-третє, автори муралів найчастіше виконують замовлення кураторів або спонсорів та отримують за свою роботу солідну грошову винагороду. Ініціатива щодо створення монументального твору мистецтва відбувається зверху.

Історії муралу як самостійного виду монументального мистецтва близько 100 років. Хоча художнім розписом вертикальних стін грандіозними сценами на тематику полювання та жертвопринесень люди захоплювалися ще в доісторичну епоху. До наших днів збереглися численні зразки такої творчості печерах різних куточків Землі.

Батьківщиною сучасного мурала вважається Мексика. Саме в цій латиноамериканській країні виник новий вид монументального мистецтва під час революційних подій 20-х років минулого століття. Місцеві художники буквально сприйняли заклик авангардистів вийти за межі майстерні на вулицю, нести революційне мистецтво у маси та безжально ламати класичні традиції.

Одним із перших до написання муралів підключився видатний мексиканський живописець Хосе Клементе Ороско (José Clemente Orozco). У 1923 він створив величезне художнє зображення на стіні Національної підготовчої школи в Мехіко. овий підхід до монументального мистецтва був прихильно сприйнятий владою Мексики. Міністр освіти навіть замовив групі молодих революційних художників цілу низку розписів стін громадських будівель. До виконання цього завдання підключилися багато згодом широко відомих майстрів живопису:

• Диєго Рівера (Diego Rivera);

• Давід Альфаро Сікейрос (David Alfaro Siqueiros);

• Руфіно Тамайо (Rufino Tamayo);

• Мігель Коваррубіас (Miguel Covarrubias);

• Жан Шарло (Jean Charlot).

У країнах Західної Європи та США мистецтво мурала почало користуватися популярністю набагато пізніше — у середині 1980-х. На той час справжнім лихом великих міст було графіті. Вуличні художники безжально розмальовували стіни будинків, паркани та навіть вагони метро фарбами з аерозольних балончиків. Місцева влада безуспішно боролася з художнім свавіллям упродовж десятків років. Сьогодні мурали займають гідне місце у світовій культурі. Вони відіграють важливу роль у формуванні комфортного для проживання людей міського простору, залучають туристів і є прекрасним засобом для самовираження талановитих живописців.

Сучасне місто є складною соціокультурною системою, яка розвивається і видозмінюється з часом, відчуває вплив зовнішніх факторів середовища, у тому числі - від рук людини. Сьогодні ми можемо з упевненістю стверджувати, що місто – це не лише набір природних, господарських та виробничих характеристик, але й цілий соціокультурний комплекс, який здатний зберігати, відтворювати та ілюструвати досвід історії. Проте нині ми стаємо мимовільними свідками того, як знищуються пам'ятки історії та культури в містах, новобудови приходять на місце класичних садиб XIX ст., а дерев'яні будинки, прикрашені лиштвою з ручним різьбленням, зносять, щоб звільнити місце під нові торгові центри. Через це втручання міське середовище втрачає свій унікальний вигляд, а міський простір загалом перетворюється на рекламний плакат для приватних послуг. У цих умовах актуалізується необхідність дискусії про місто як життєвий простір людини і про те, як зробити це середовище комфортним, бо місто залишається головною сценою, де розгортається людське життя, у тому числі й у ХХІ ст.

Під мурал-арт у нашому дослідженні розуміється сучасне монументальне мистецтво у просторі міста. Слово «мурал» походить від англійського «mural» - «настінний», «фреска». Сьогодні під цим терміном розуміють будь-який вид стрит-арту чи паблік-арту, розташованого у просторі міста. Наша мета полягає у тому, щоб розглянути шляхи візуальної трансформації міської середовища за допомогою впровадження у соціокультурний простір міста муралів. Цієї мети ми досягнемо через вирішення наступних завдань:

1) розглянемо сучасне місто як соціокультурний простір, де протікає повсякденне життя людини;

2) досліджуємо феномен мистецтва в міському середовищі та його вплив на сприйняття міста жителями;

3) проаналізуємо існуючі в Росії проекти, створені для створення нової міської культури через візуальну трансформацію міст засобами мистецтва (паблік-арт);

4) проаналізуємо візуальну культуру міста Іваново та сформулюємо проект створення муралів (проект «Місто кольору»).

Об'єктом у нашій дипломній роботі таким чином виступає соціокультурний простір сучасного міста, а предметом - паблік-арт, як трансформації міської середовища.

Аналіз зарубіжних (Філадельфія, Київ та ін.) та російських (Санкт-Петербург, Москва та ін.) проектів дозволив дійти висновку, що мурал-арт є ефективним інструментом перетворення міського ландшафту, психологічного середовища міста, що дозволяє зробити місто більш привабливим для креативного класу, туристів та інвестицій. Ми переконані, що нашому місту потрібен проект, здатний змінити його вигляд і, звичайно ж, людей, які у ньому живуть. Цей проект може базуватися на віртуальному інтернет-майданчику та має стати важливою загальноміською справою.

4.2. Розвиток вуличного мистецтва: від графіті до стріт-арт муралізму. Формування концепції вуличного мистецтва у художньому середовищі рубежу 20 - 21 століть. Багатолике, насичене безліччю смислів, вуличне мистецтво вирішує широкий спектр завдань. Природний спадкоємець графіті, вуличне мистецтво своїм корінням сягає в творчість переміщених і відчужених міських громад Америки другої половини 20 століття. У стріт-арті знаходять втілення творче висловлювання та місце, художник та політика, суспільство та влада. Спочатку існувало два варіанти реагування людей на малюнки на вулицях. Перша реакція — це розчулення та радість, якщо зображення несло «позитивний» заряд, з обивательської точки зору. Друга - відторгнення, у разі, якщо твір сприймалося як акт вандалізму і хуліганства. Зараз цьому присвячуються великого обсягу книги, щоправда, заповнені на 95% виключно фотографіями, без детального опису процесу, а також без розгорнутої інформації про авторів. Вуличне мистецтво, не чекаючи офіційного дозволу, стало органічною частиною міського простору, претендуючи на особливий статус у рамках актуального мистецтва. Якщо замислитися про те, як зародилося і поширювалося таке явище як графіті, то можна говорити про два комунікативні аспекти: перший – зв'язок художників між собою та з глядачем; другий - соціальна відчуженість та відчуженість, протиставлення суспільству та існуючим правилам.

Нині спостерігаються спроби віднести графіті до окремого виду мистецтва. Складається класифікація творів, докладно аналізується семантика та пластична своєрідність окремих робіт. Еволюцію від настінних напівкримінальних малюнків у бідних районах Америки до стану вуличного мистецтва наших днів не можна не помітити. Ставлення суспільства до явища стріт-арту загалом кардинально змінилося. Твори вуличних художників не лише отримують належну увагу з боку публіки, а й навіть продаються на аукціонах за великі суми.

Не можна сказати, що у вуличному мистецтві використовується якась принципово нова техніка, або воно має ідеї, що стрясають основи сучасної візуальної культури. Швидше можна говорити тут про новий тип подачі інформації глядачеві і про новий спосіб її прочитання. Стріт-арт доступний масовому глядачеві, і його сенс, як правило, простий для розуміння. Графіті та вуличне мистецтво – особлива мова висловлювання думки. Тут поєднуються тексти, каліграфія, зображення різного характеру, змішування фарб та композицій. Вуличне мистецтво - новий засіб вираження і самовираження, що є величезною палітрою можливостей для художника.

Основні напрямки у сучасному вуличному мистецтві кінця 20 - початку 21 століття.За аналогією з іншими напрямками сучасного мистецтва стріт-арт йде в ногу з технологіями, що стрімко розвиваються, відтворення об'єктів мистецтва та їх репрезентації. Вуличне мистецтво, що спочатку має протестну складову і відносну свободу самовираження, — це, перш за все, донесення своєї ідеї широкому колу непідготовлених глядачів без акценту на оригінальність та авторство об'єкта, без можливості його подальшого продажу. Саме це дозволяє вуличним художникам розвивати більше не естетичні якості свого твору, а тиражувати його з максимальною віддачею, формуючи свої унікальні напрямки.

Однією з перших технік вуличного мистецтва є графіті як спосіб написання свого імені. Доступність придбання балончика з фарбою зробила графіті у США популярною варіацією нелегальної творчості, способом повідомляти себе не лише своїм друзям, а й поліції з іншого кінця міста.

Вогнище протестного графіті у Франції підхопили вуличні художники того часу, що вже склалися: Жерар Злотікаміен і Ернест Піньйон, які також обрали основною своєю технікою «спрей». На відміну від американських графіті-райтерів, їх роботи вже позбавлені тієї субкультурності, яку описує Ж. Бодрійяр. Своїм образно-пластичним рішенням ці роботи закликають переважно до питань соціальним і політичним. Проте швидкість нанесення зображення «спреєм» сприяє як швидкому написанню, а й тиражування одного й того ж образу, дозволяючи автору транслювати свої ідеї найбільш масштабно і ефективно. Це, у свою чергу, дало початок новому напрямку вуличного мистецтва, заснованому на техніці трафарету, за допомогою якої художник, створюючи багаторазовий шаблон, наповнює місто своїми повідомленнями. Найчастіше це невеликі зображення із соціальними чи політичними посланнями. Найбільш показовими художниками того часу є французи Miss Tic та Blek le Rat. Останній, на противагу Banksy, неодноразово заявляв про себе як про піонера в техніці Stencil Art (англ. stencil - трафарет).

У 1980-і роки доступними стають не тільки використання балончика з фарбою та вирізаний шаблон для штампування на стінах, але й тиражування за допомогою широкоформатного друку. Прикладом можуть бути роботи Шепарда Фейрі і KAWS.

1990-і роки характеризуються трансформаціями графіті-нікнеймів у персональні логотипи та елементи фірмового стилю. Художники тепер частіше виступають як графічні дизайнери в масштабі міста та маркують території вже не тегами, зрозумілими лише адептам субкультури, а барвистими логотипами чи простими геометричними елементами.

Досягнувши технічного піку виробництва арт-об'єктів за допомогою таких технік, як спрей-арт, трафарет, стікер і постер, в середині 2000-х вуличними художниками все частіше експропріюються техніки з сучасного мистецтва, більш осмислені та перформативні. У контексті міста вони набувають нових смислів, не тільки стаючи доступними широкому колу обивателів, а й набуваючи особливої ​​ефектності.

Міський перформанс виходить за рамки традиційної репрезентації мистецтва та передбачає наявність публіки, часто непідготовленої. Найближче до сучасних проявів перформативного вуличного мистецтва знаходиться проект «Body Configuration», що є тілесними композиціями у міському просторі.

Окремими прикладами сучасного перформативного стріт арту можна вважати проект «Urban Camouflage» та акцію «Visual Kidnapping» (2002) французького художника Zevs'a, який украв зображення дівчини-моделі з величезного рекламного банера в Берліні з подальшою вимогою викупу його у компанії.

На противагу динамічному акту активно розвивається і більш статичний напрямок ефемерної скульптури та інсталяції, одним з піонерів якого є Марк Дженкінс, що популяризував дешевий і швидкий спосіб створення міських скульптур зі скотчу.

Інша практика, запозичена із сучасного мистецтва, це застосування оптичних ілюзій у міському середовищі. Але якщо традиційний оп-арт робить із твору головоломку, то вуличний оп-арт вкрай контекстуальний і, як правило, дуже добре корелюється з місцем та архітектурними об'єктами, у більшості випадків ламаючи їхню форму та перспективу. Аакаш Ніхалані, використовуючи кольоровий скотч, створює тривимірні геометричні фігури, які під певним кутом перегляду породжують враження повною інтеграцією в архітектуру. У подібному ключі працюють також художники Джуліан Бівер, Едгар Мюллер, Едуардо Ролеро, Курт Веннер та Кріс Карлсон, які створюють вражаючі ілюзії на асфальті, що сприймаються під певним кутом перегляду як об'ємні малюнки.

Ще один різновид вуличного мистецтва - "міські інтервенції" (Urban Interventions). Її часто не відрізняєшся від якогось дрібного хуліганства або повсякденної поломки того чи іншого об'єкта міської інфраструктури. Вуличні об'єкти у разі є матеріалом для творів художника. Найбільш яскравим прикладом міського інтервенту є Бред Дауні.

Контекстуальністъ як основна властивість вуличного мистецтва. У наш час багато робіт вуличного мистецтва, крім того що є частиною міського простору, можуть розміщуватися в галерейному просторі або розповсюджуватися через інтернет. Однак, купуючи друге життя за рахунок медіа, одна частина робіт, виконаних у місті, втрачає свою силу, перетворюючись просто на картинку, що багаторазово розміщується в соціальних мережах, і вже не стає надбанням тих, хто випадково натрапив на неї на прогулянці. Інша ж знаходить нове життя, переходячи з розряду вуличного мистецтва до медіа-арту або форми активізму, що сигналізує про крайню важливість контексту, в якому створено вуличний твір, або до якого він перенесений. У будь-якому випадку, варто відзначити той факт, що найважливішою характеристикою мистецтва в місті є контекстуальність як властивість своєчасної реакції художника на навколишню дійсність або навіть інтеграції власного повідомлення в тканину міста. Те, чого часто не вистачає арт-об'єктам, що кочують із галереї в галерею, і те, що, безумовно, є істотною перевагою міського мистецтва. Вуличний художник постійно перебуває у місті та взаємодіє з його об'єктами. Для вуличного художника місто — це не просто простір для експонування робіт, а й його майстерня, в якій безліч безконтрольних аспектів можуть вплинути на хід створення самого твору. Враховуючи, що процес створення художнього твору у просторі міста значно відрізняється від процесу створення його у студії, художник змушений контактувати з часом непередбачуваною міською інфраструктурою та випадковими глядачами. Таким чином, стріт-арт вже на початковому етапі вибудовує відносини між художником, твором, середовищем та глядачем.

Історична ситуація в Америці кінця 1950-х – початку 1990-х років. Для розуміння того, коли саме почав свій розвиток мистецтво графіті, необхідно зрозуміти історичну, політичну та соціальну ситуацію у Сполучених Штатах Америки – «батьківщині» графіті. Існує нерозривний зв'язок між становищем держави загалом та настроєм деякої частини населення. Графіті - відображення неблагополучної ситуації у ряді штатів та міст. Це вияв того, що у 1950-1980-ті роки держава втратила контроль над частиною суспільства. Після Другої світової війни Сполучені Штати Америки займали одне з панівних положень у світі. Свідомість американців була на підйомі, оскільки країна мало постраждала у війні, а уряд мав намір зміцнити демократію. З 1969 по 1974 президентом США був Річард Ніксон. До цього періоду вже вісім років при владі стояли демократи. Під час правління Ніксона політичне та економічне становище країни ставало дедалі складнішим. Американці були незадоволені політичною нестабільністю та розгулом злочинності, що викликало страйки та масові протести. У період правління Джеральда Форда (1974-1977) у США посилилися економічні проблеми, зростало безробіття, зменшувалася кількість продукції, що виробляється в країні. На цьому фоні великої популярності набував рух афро-американців за рівноправність із білими. У 1980-ті роки багато американців працювали у сфері послуг. Зріс рівень доступності комп'ютерів, що спричиняло спрощення багатьох економічних та соціальних процесів і можливість користування комп'ютерами в домашніх умовах. До 1970-х років бум підвищеної народжуваності спав і серед населення намітилося переважання старшого покоління. Через загальну нестабільну ситуацію в країні та зростання злочинності посилювалася недовіра до політиків. На початку 1980-х років у США спостерігалася одна з найглибших криз виробництва, майже відсутнє економічне зростання, звільнялися робітники і всі сфери економіки зазнавали втрат. З 1983 становище стало поліпшуватися, а наступного року країна вступила в період нового економічного підйому. Зародження та витоки вуличного мистецтва в Америці та Франції 60-70-х років 20 століття. Поширювалась інформація про перші прояви нового руху - графіті. У цьому розділі досліджується історія розвитку такого руху, як графіті, від перших найпростіших написів до популярних, усвідомлених та оцінених критикою робіт.

Графіті в первісному значенні - це мітки, написані для загального огляду. Такі графіті було першим прикладом мистецтва, створеного людиною ще у первісний період.

Солдати Другої світової та Корейської воєн писали фразу "Kilroy was here" ("Тут був Кілрой"). Клички бродяг та залізничних робітників красувалися на товарних вагонах, що їздили по всій країні. Чикагські гангстери мітили підопічні території. У Новому Орлеані місцеві керуючі писали свої імена та назви зброї, якій вони віддавали перевагу. Після того, як полиці американських магазинів заповнилися маркерами та балончики з фарбою, у руках творчих людей вони перетворилися на знаряддя мистецтва. Так було і з фотографією, та з іншими новими технологіями.

"Kilroy was here" T - це американське зображення, що стало популярним у період Другої світової війни. Найчастіше воно належить до графіті. Походження його є досить спірним. Зовні цей знак виглядає як напис і відомий персонаж: найчастіше у нього лиса голова з видатним носом, що виглядає з-за стіни та з руками, що тримаються за цю стіну.

Основний розвиток графіті спочатку відбувалося в Америці, а з 1960-х років, коли набув розвитку такий напрямок як ситуаціонізм, пов'язаний із самовираженням на вулицях, - у Франції. За своєю суттю графіті – це молодіжний та протестний рух. Одними з родоначальників вуличного мистецтва в пост-ситуаціоністкій період були Ернест-Піньйон і Жерар Злотікаміен.

Паралельно хвиля графіті захлиснула багато міст. У північній та західній Філадельфії наприкінці 1960-х років прізвиська ряду персонажів стали всім відомі, тому що були написані фарбою з балончика всюди у місті – CORNBREAD, TITY, KOOL CLEPTO KIDD. У цей час Америка була охоплена заворушеннями, у Нью-Йорку вибухнула криза: внаслідок відтоку населення до передмість та міграції білого населення економічна база міста втратила робочу силу і була на межі банкрутства. До 1973 ім'я райтера могло займати вже цілий вагон. Створення цього виду мистецтва – справа рук виключно підлітків. Вони не лише вигадали райтинг, а й втілили та розвинули свої ідеї, незважаючи на протести дорослих: закони, арешти, побиття та організовані спроби ліквідації. У жодному русі історії мистецтва не були так тісно переплетені поняття суспільної та особистої власності; ніякий інший рух не представляв настільки масштабно суспільні інтереси.

І тоді, і зараз графіті викликали обурення. У 1978-1989 роках мер Нью-Йорка Ед Кох усіма силами виборював графіті, виставляв нові заборони, змушував зафарбовувати написи в метро і вважав, що підтримувати цю культуру не можна в жодному разі. Усі вищі верстви нашого суспільства та просто заможні громадяни ставилися до цього руху з презирством. Переможцем у цій боротьбі став Девід Ганн – голова Управління транспорту з 1984 по 1990 рік. Він зробив так, що всі вагони метро було очищено від малюнків. Але бунтівна форма вуличного мистецтва «вибралася» з нью-йоркського метро на поверхню і поширилася по всьому світу. У Нью-Йорку, як і в містах, натхненних його прикладом, увага переключилася з метро на міські стіни, і водночас по всій країні пройшла хвиля райтингу товарними вагонами.

Протягом 1970-х та на початку 1980-х років графіті іноді показувалися у ЗМІ, але справжній інформаційний прорив стався у 1984 році. Спочатку графіті з'являлися як фон у відео про культуру репу, що зароджується, а потім міцно увійшли до складу «чотирьох елементів» хіп-хопу, поряд з брейк-дансом, репом і діджейством. Слідом за фільмом «Wild style (Дикий стиль)» Чарлі Ахерна вийшов документальний фільм «Style wars».

«Ситуаціонізм – напрям у західному марксизмі, що виник у 1957 році в результаті відбрунькування від троцькізму. Активно проявив себе у брехні травневих подій 1968 року у Франції. Критика капіталізму та партійної бюрократії призвела до зближення ситуацій з анархістами. Істотною причиною соціальної революції оголошувалась революція свідомості. Оскільки індивідуальна свідомість детермінувалася суспільною та культурною ситуацією, ситуаціоністи розвинули маоїстську ідею культурної революції до продукування контркультури та контркультурних ситуацій» «(Війни стилів)» Генрі Челфанта та Тоні Сільвера, а потім і книга Генрі Челфанта та Марти Купер «Subway art (Мистецтво метро)».

Те, що починалося як розвага підлітків, що писали вуличні прізвиська, поширилося по всьому світу, виявилося значно живішим, ніж можна було припустити, і стало ще активніше. Течії, що виникла в нью-йоркському метро, на сьогоднішній день близько п'ятдесяти років. Вона відноситься до тих небагатьох течій у мистецтві, яким вдалося перейти з віку минулого в століття сьогодення.

Для багатьох райтерів, таких як STAYHIGH 149, SUPER COOL 223, CLIFF 159, PHASE 2 та інших справжніх майстрів, роботи з очищення поїздів метро в 1973 просто звільнили місце для нових робіт.

З'явилася організація, яка склала альтернативу Об'єднанню художників графіті (UGA), заснованому в 1972 Хуго Мартінезом. Ця організація, заснована Джеком Пелсінгом, мала назву Нація художників графіті (NOGA).

Окремі написи на поїздах, характерні для початку 1970-х, відійшли в далеке минуле, принаймні їх не було видно, тепер поїзди фарбувалися повністю, зверху до низу. Цілий потяг міг бути розписаний за одну ніч. З'являлося дедалі більше складних деталізованих робіт, і на першому плані виходили шрифтові стилі, які були, справді, витвором мистецтва.

Графіті все більше завойовували душі тих, хто вже вийшов із підліткового віку. Генрі Челфант - скульптор, нащадок старовинного роду з Пітсбурга, який здобув освіту в Стенфорді, всерйоз звернув увагу на графіті в метро. У 1976 року він почав фотографувати розмальовані вагони. До 1979 року в нього зібралося чимало знімків. На показі в галереї OK Harris (1980) Челфант зустрів Марту Купер, фотожурналістку, яку зі світом графіті познайомили роботи феноменально талановитого райтера DONDI зі східного Нью-Йорка. Челфант і Купер розпочали спільну роботу над книгою «Subway art», подружилися з райтерами і стали їх союзниками, у той час, коли у графіті, незважаючи на видатні досягнення, було дуже мало друзів у світі дорослих.

До 1980 року, в результаті десяти років розвитку, мистецтво графіті в нью-йоркському метро досягло розквіту і набуло статусу надзвичайно витонченого виду мистецтва, при тому, що всі автори були не старші 30. У кожному місті були свої команди, які вважалися лідерами напряму.

До цього часу вже можна говорити про основні стилі графіті, що склалися. Серед них "throw up", "bubble", "blockbusters", "dynamic style", "wildstyle", "3d style", "freestyle", "computer style". Слово «стиль», в даному випадку, не має якості тотальності. Це не те поняття, про яке ми говоримо, стосовно історії мистецтв. У мистецтвознавстві поняттям «стиль» позначається сукупність ознак, що характеризують мистецтво певного часу. Стиль графіті не належить до архітектури та живопису загалом. Тут це поняття найчастіше застосовується як позначення зрілої індивідуальної манери, що склалася в рамках мистецтва графіті, термін використовується самими авторами графіті. Його можна віднести до професійної лексики, яку графіті-райтери використовують у розмові між собою.

Відмінною особливістю 1980-х років є те, що графіті-райтери почали пробиватися до галерейного простору. Поступово це ставало все більш актуальним та популярним. Процес адаптації до переходу на галерейний рівень у всіх райтерів проходив по-різному. До кінця 1985 мистецтво графіті в Нью-Йорку вже не викликало колишнього інтересу. Пік уваги до цього мистецтва припав на початок 1980-х. Щодо галерей та заходів, то після 1985 року про них можна було забути. Короткочасне перетинання суспільства та графіті закінчилося. У міру того, як новизна графіті втрачалася, відгуки про виставки ставали все більш критичними, продажі йшли на спад і галереї, що зробили собі ім'я на цьому яскравому явищі міського мистецтва, закривалися. 1980 – 1990 роки. Час поділу графіті та стріт-арту.

Феномен переходу від графіті-райтингу до стріт-арту датується початком 1990-х років, проте стріт-арт існував і задовго до того часу, коли графіті-райтери Нью-Йорка дали поштовх його швидкому розвитку. Хоча на початку 1970-х років у Європі були художники, які працювали у напрямі, який ми зараз називаємо стріт-артом, наприклад Ернест Піньйон-Ернест; вони були рідкістю, окремими винятками, про те, що існує цілий рух, був. Дещо пізніше з'явилися Кіт Херінг та Жан-Мішель Баскія, які працювали не так, як графіті-райтери, але й не заміняли їх, а йшли, швидше, паралельно. Приблизно водночас у Європі такі художники як Жерар Злотікаміен та Блек Ле Рат створювали роботи, які також можна віднести до категорії «вуличне мистецтво». У 1990-ті роки з'явилося нове покоління, яке ще більше розмило межі між стріт-артом та графіті. Такі художники як Шепард Фейрі, Вапкву та Беррі МакГі були і залишаються під великим впливом графіті.

До кінця 1990-х років стріт-арт, графіті та хіп-хоп набули рис великого бізнесу: графіті-райтери відчинили двері у світ корпорацій, незабаром за ними пішли художники стріт-арту. Ще однією важливою віхою у поширенні стріт-арту у 1990-ті роки була поява численних книг відповідної тематики.

Звертаючись до питання, чим графіті відрізняється від стріт-арту, важливо зазначити, що роботи останнього, як правило, пов'язані з тим місцем, де вони розміщені, в той час, як графіті-райтинг користується більш стандартизованою універсальною мовою, прийнятою на самому початку розвитку цього руху. Твори стріт-арту можуть з'являтися в місцях походження конкретних подій.

Графіті вийшли з Нью-Йорка як вид мистецтва, що повністю стилістично оформилося. В даний час правил перестають дотримуватися, стріт-арт і графіті впливають один на одного, і при цьому в обох жанрах виникають нові напрямки.

Ще одна важлива відмінність художників стріт-арту від графіті-райтерів полягає в тому, що художники стріт-арту часто створюють свої роботи до того, як виставляють їх на вулицях. Цей підготовчий процес полягає у створенні трафарету, який часто робиться у студійних умовах.

Художники, які стали першими графіті-райтерами в 1970 - 1980-і роки, здебільшого не цікавилися історією мистецтв, при тому, що графіті-райтинг запозичив дещо з поп-культури, він був вкрай замкнутий у собі. Дуже швидко розвивався такий базовий елемент райтингу як «дикий стиль», у якому шрифтове оформлення було настільки навмисно ускладнене, що звичайній публіці неможливо було вловити сенс такої роботи. Графіті, як форма мистецтва, саме тому так прославилася за останні тридцять років, що змогла кинути виклик усім уявленням про мистецтво і творчість, що склалися. І стріт-арт, і графіті мають унікальну здатність існувати одночасно і в основному культурному потоці, і на культурній периферії.

Важливо відзначити, що стріт-арт порвав із традиційними тегами і перейшов до діапазону образотворчих засобів, набагато ширшого, ніж той, що використовується графіті-райтерами. Стріт-арт - це наслідок графіті, і багато в чому він завдячує своєму попереднику. У обох видів багато спільних рис, але є самостійними. Етимологічно корінь терміну важко визначити. Словосполучення активно використовувалося, починаючи з кінця 1970-х років. Найраніше використання терміну у пресі прийшло з появою книги Алана Шварцмана з однойменною назвою (1985).

Однією з важливих причин поділу вуличного мистецтва та графіті є те, що графіті має негативну громадську репутацію. Графіті-художники не думають про це, а вуличні художники часто більше дбають про сприйняття їхньої творчості масами. Вуличне мистецтво та графіті - схожі між собою, але розрізняються за формою, функцією та наміром. З академічної точки зору їх необхідно розрізняти для того, щоб коригувати деякі помилки історії мистецтва, внаслідок яких не враховувалося, наскільки впливовим і важливим є вуличне мистецтво та графіті для останніх років.

В ідентифікації цих мистецтв труднощі у тому, що стріт-арт часто можна побачити поруч із графіті. Якщо стріт-арт та графіті співіснують подібним чином на одній стіні, вони звертаються різними мовами до різних аудиторій.

Для того, щоб оцінити творчість представників стріт-арту та виділити найбільш значущі твори цього виду мистецтва, слід розглянути діяльність кожного художника. І в графіті, і в пізнішому вуличному мистецтві, є автори, чиї імена знайомі не лише фахівцям у галузі сучасних тенденцій, а й ширшому колу людей, які не відносяться до поціновувачів та знавців мистецтва. Найбільше значущих художників стріт-арту є жителями США. Також багато представників вуличного мистецтва у Франції. На фотографіях уславленого французького фотографа Брассая (1899-1984) графіті зустрічаються, починаючи з 1930-х років. Крім того, він випустив кілька фотозбірників, що містять знімки, на яких є приклади графіті у французьких містах. Вже 1976 року Жан Бодрійяр, відомий французький філософ і соціолог, вводить тему графіті у свою книгу «Символічний обмін та смерть». Це один із перших фактів спроби вивчити, систематизувати та обґрунтувати цей вид мистецтва. У своєму дослідженні ми поділяємо художників на кілька груп за тимчасовими періодами, протягом яких їх діяльність представляється нам найбільш активною і характерною. Хоча практично всі представлені автори досі продовжують свій творчий шлях і трансформують свою стилістику.

Перша група - художники, які найактивніше вплинули на вуличне мистецтво в період з 1970-х до початку 1980-х років. Це час первинного розвитку графіті та час, коли мистецтво вулиць стало привертати до себе дедалі більше уваги.

Художник Ернест Піньйон створив перші вуличні роботи в Парижі у 1966 році. Основна його техніка – поміщення великих паперових друкованих плакатів у міське середовище. Він вважається одним із засновників вуличного мистецтва та яскравим представником використання плакатної технології. Якщо повернутись до графіті як до початку вуличного мистецтва, то найбільша концентрація представників, звичайно, в Америці. Серед родоначальників графіті-райтингу виділяються два художники – LEE та FUTURA 2000, які створювали свої масштабні графіті у 1970-1990-ті роки. Обидва були прикладом свого покоління. Також у США є чимало представників вуличного мистецтва, які використовують різні техніки у своїй творчості.

Друга група – представники вуличного мистецтва 1980 – 1990-х років. Цей період вважається етапом визнання та популяризації стріт-арту.

З 1981 року заявив про себе представник французького стріт-арту Blek Le Rat, якого прийнято вважати першим художником, який активно використовував трафаретну техніку. Схожу на неї техніку використав Banksy, чий творчий шлях почався трохи згодом в Англії.

У 1980-ті роки вулиці та галереї Нью-Йорка заповнили роботи двох відомих художників, які належать до пост-графіті. Це Кейт Херінг та Жан-Мішель Баскья. Творчий шлях їх був недовгим, але насиченим, а роботи досі активно використовуються, наприклад, у дизайні.

Третя група - покоління художників, чия найактивніша творча діяльність припадає на період, починаючи з кінця 1990-х років, і продовжують створювати свої твори досі. Стріт-арт утвердив себе як один із найважливіших видів мистецтва в сучасній культурі. Прояви його багатогранні та варіабельні.

Barry McGee – художник вуличного мистецтва, чий шлях розпочинався з графіті. Спочатку творив як графіті-райтер TWIST, до початку 21 століття він повністю змінив свою техніку. Найзначніші роботи та виставки його відносяться до першого десятиліття 21 століття.

Найвідоміша робота Шепард Фейрі (OBEY) – одного зі знакових американських художників – серія плакатів зі стилізованим зображенням борця Андре Гіганта та великим підписом OBEY, що перекладається як «слухайся». Він в основному використовує стікери та плакати. Крім того, Фейрі відкрив свою компанію, в тому числі одягом з нанесеними принтами художника.

Якщо говорити про напрямок вуличного мистецтва, пов'язаного з рекламою, то в Америці це Kaws та Zevs. У кожного з них - свій неповторний стиль, але схожі вони в тому, що той і інший часто використовують рекламні щити або вивіски для реалізації своїх ідей.

У художника з Португалії Олександр Фарто (Vhils) є свій неповторний стиль. Почавши з тегів у неблагополучних містах країни, він перейшов до того, що використовує стіни будівлі, але фарбу на них не наносить, а за допомогою молотків, свердел та інших інструментів пробиває та подряпує зображення, створюючи найчастіше портретні збірні образи.

Більшість вуличних художників – чоловіки, але є й жінки, які назавжди вписали свої імена в історію цього виду мистецтва. Одна з них – Miss Van. Вона народилася у Франції, але створює свої твори не тільки там, але ще й в Іспанії, у Барселоні та в багатьох інших країнах, оскільки є мандрівницею за своєю натурою. Її основні образи - дівчата, зображені у властивій художниці, відомій манері. Основний матеріал художниці - акрилові фарби та кисті.

Найбільш активний період творчості французького вуличного художника Ж розпочався у середині 2000-х років. Його основна техніка - фотографування людей та розміщення масштабних відбитків цих знімків у різних куточках світу. Найчастіше художник торкається соціально-політичних тем.

Окремо варто відзначити американського вуличного художника, скульптора Марка Дженкінса, чия творчість дуже відрізняється від усіх перерахованих вище. Він створює фігури людей за допомогою скотчу, одягає їх та виставляє у конкретному середовищі міського простору. Твори недовговічні, але дуже запам'ятовуються і характерними в області стріт-арту.

Не можна не відзначити мистецтво двох братів із Бразилії – «Ое Оешеое». Їхні інструменти – балони з аерозольною фарбою, а роботи – насичені, та володіють особливим колоритом, що дає можливість швидко зрозуміти, кому саме належить твір. У сукупності з образами, які вони створили, роботи стають ще більш пізнаваними.

У кінці списку провідних представників вуличного мистецтва кінця 20 – початку 21 століття слід виділити безумовного лідера та найодіознішу, таємничу та колоритну постать – Вапкву. Його справжнє ім'я та зовнішність досі з точністю не відомі широкому загалу. В основному він використовує техніку трафарету, що дозволяє швидко наносити зображення на стіни міст. Роботи художника широко відомі та популярні за рахунок їх соціальної спрямованості, оригінальних художніх рішень та закладених смислів, зрозумілих будь-якому глядачеві. Діяльність Вапкву досить різноманітна. Крім того, що він створює свої твори на вулицях міста, які в наш час практично відразу після виявлення закриваються прозорим пластиковим коробом, щоб уникнути псування, художник випускає книги та каталоги своїх робіт, а також є режисером фільму «Вихід через сувенірну лавку». На аукціонах сучасного мистецтва Вапкзу є одним з найдорожчих художників. Популярні діячі шоу-бізнесу стають власниками його картин, а також пропонують художнику великі суми, щоб він розписав стіну в їхньому будинку.

Дуже справедливим є твердження, що творчість згаданих художників та людей з інших сфер мистецтва, що займаються вуличним мистецтвом, охоплює весь спектр технік, напрямків та тенденцій стріт-арту.

На при кінці підбивається загальний підсумок дослідження, визначається коло проблем, що вимагають подальшого вивчення, і формулюються такі висновки:

1. Вуличне мистецтво є повноцінною частиною сучасного мистецтва; його творці інтенсивно взаємодіють із художніми галереями та некомерційними художніми інституціями.

2. Історія розвитку вуличного мистецтва ділиться на чотири етапи, кожен з яких має свою специфіку. 1 етап (1960-1970-і): виникнення передумов та примітивних форм графіті.

2 етап (1970-1980-і): період найбільш яскраво вираженої протестної спрямованості та вдосконалення технік.

3 етап (1980-1990-і): від графіті до стріт-арту.

4 етап (2000 – перша половина 2010-х): стріт-арт в епоху глобалізації.

3. Графіті як вид мистецтва поділяється на кілька основних стилів, назви яких відносяться до професійної лексики, яка використовується графіті-райтерами:

1. "Throw up".

2. "Бабл" ("Bubble"), 2-3 кольори.

3. "Blockbusters".

4. "Dynamic style", або "Динамічний стиль".

5. "Wild Style", або "Дикий стиль".

6. "Daim style", або "3D".

7. Character.

8. "Freestyle".

9. "Computer style".

4. Графіті та стріт-арт нерозривно пов'язані один з одним, однак є кілька ознак, які дають можливість відрізнити один вид мистецтва від іншого. Графіті можна вважати родоначальником всього вуличного мистецтва в цілому, проте з 1990-х років ці види мистецтва дещо розходяться, при цьому один і той самий художник може робити роботи, що належать до стріт-арту, і створювати фрагменти графіті. Стріт-арт і графіті мають здатність існувати одночасно в основному культурному потоці та на культурній периферії.

 Близькі між собою вуличне мистецтво та графіті розрізняються за формою, функціями та намірами.

Однією з причин поділу вуличного мистецтва та графіті є погана суспільна репутація останнього.

Графіті-художники не думають про це, а вуличні художники більше дбають про сприйняття їхньої творчості масами.

Перші графіті-райтери 1970 - 1980-х років здебільшого не цікавилися історією мистецтв, тоді як представники стріт-арту нерідко мають художню освіту.

Графіті-райтинг замкнутий у собі і доступний розуміння і прочитання лише тим, хто має відношення до цього виду мистецтва.

Стріт-арт звернений до глядача, і одна з головних його цілей - викликати відгук глядачів. Для графіті-райтерів важливим є високий рівень виконання роботи, володіння художника каліграфією та мистецтвом лінії.

У стріт-арті на першому плані стоїть зміст тексту; у шрифтах ж допускається недбалість. Графіті-райтери та художники вуличного мистецтва використовують у своїй творчості балони з аерозольною фарбою, проте перелік матеріалів графіті-райтеру цим обмежується (лише іноді додаються кисті або валики), а спектр матеріалів художників стріт-арту включає акрилові фарби, друковані плакати, невеликі стікери, трафарети, скотч та багато іншого. Крім цього художники стріт-арту у своїх роботах активно залучають саме місто, яке найчастіше стає невід'ємною частиною твору.

Сенс роботи графіті-райтера в більшості випадків не залежить від того, на якій стіні або на якому вагоні нанесено зображення. Для стріт-арта контекстуальність є однією з основних рис. На відміну від стріт-арту, який можна розділити лише за техніками та матеріалами, графіті має кілька стилістичних напрямків.

5. Вуличне мистецтво як самостійний вид сучасного візуального мистецтва користується такими медіа та техніками, властивими тільки йому:

• Спрей-арт (spray art) - один з різновидів графіті, при якому використовуються балони з аерозольною фарбою.

• Постер (англ. poster – афіша, оголошення, плакат) – використовується для рекламних або декоративних цілей; прискорює процес появи роботи на вулицях міста; може друкуватись у кількох примірниках і потім розклеюватися містом.

• Стікер-арт (Sticker art) - одна з форм вуличного мистецтва, що використовує наклейки невеликого розміру різного змісту за допомогою техніки, близької плакатної.

• Стенсил-арт, або трафаретна техніка – дає можливість використовувати акрилові та аерозольні фарби. Суть її у тому, що трафарет нанесення зображення готується художником заздалегідь. Він може використовуватися багаторазово, що знову ж таки прискорює процес роботи і уможливлює нанесення одного і того ж зображення в різних місцях.

• Стріт-лого сягає корінням у культуру графіті, проте замість «тега» з ім'ям художник використовує зображення, яке стає особистим «логотипом» автора.

• Міські перформанси є короткостроковими явищами, що передбачають наявність публіки, яка не підготовлена до цього явища.

• Просторові композиції, ефемерні скульптури та інсталяції найчастіше мають вигляд предметів, які легко можуть бути переміщені у просторі, проте максимально виражають своє значення саме в тому місці, де були залишені художником.

• Міські інтервенції мають вигляд, подібний до «дрібного» хуліганства або повсякденної поломки того чи іншого об'єкта міської інфраструктури. Вуличні об'єкти стають матеріалом творів художника.

6. Вуличне мистецтво як самостійний вид сучасного мистецтва визначається такими факторами:

• Контекстуальність, тобто місце художнього образу в міському середовищі, що дозволяє гармонізувати образ і надавати йому точність та свідомість візуального сприйняття.

• Соціокультурна спрямованість, що визначається здатністю художнього образу привертати увагу суспільства і будити його реакцію у відповідь, не виходячи за рамки культурологічних норм і принципів суспільної моралі.

• Політична спрямованість — здатність художнього твору відображати інтереси та прагнення певних верств суспільства та містити заклик до дії, спрямованої на ті чи інші політичні чи економічні перетворення.

4.3. Мурал-арт як спосіб комунікації у сучасній культурі. Людина завжди прагнула комунікації та отримання інформації. З часом ми, нарешті, дійшли до ступеня, де це не складає труднощів. Сучасна епоха дає можливість легко комунікувати та забезпечувати інформацією велику кількість населення, причому не дивлячись на відстані та кількість індивідів, які можуть отримати аналогічні відомості. З приходом нових технологій, таких як телефон (1876), телебачення (1928), комп'ютер (1941), інтернет (1982) і т. д. людина знайшла інструменти для зближення. Ці технології змінили людське життя, відкрили дорогу до простішого отримання інформації, наблизили людей, що є один від одного на відстані. Існує багато інших способів комунікаційних зв'язків та можливостей для передачі інформації, витоки яких дійшли до нас ще з давніх часів. Одним із таких способів завжди був малюнок. Саме з нього ми багато дізнаємося про нашу ранню історію, стверджував Енджі Кордич.

За час своєї еволюції малюнки-комунікатори пройшли не одну трансформацію, починаючи з печерного живопису, якому, як зазначає Ед Бартлетт і підтверджують авторитетні дослідники, вже близько 40 000 років, до сьогоднішнього мистецтва (графіті, стріт-арту, муралів) і при цьому не втратили своєї актуальності та впливу на мільйони людей. Так, сучасний художник Nunca, відзначаючи один із цих напрямків, сказав: «Сам акт рисования на улице – невероятно мощный инструмент, и ближе публике, чем любой другой вид искусства» [2, с. 125].

Ми припускаємо, що ця тенденція йде від джерел образотворчого мистецтва, тобто від первісного малюнка, який і підтримує в людській свідомості думку про довіру до зображеного.

У наскальному малюнку первісна людина передавала свою картину світу. Незважаючи на те, що у вчених багато суперечок щодо її значення та причин створення (більшість з них дотримуються версії, що вони носять сакральний, магічний характер), для нашого часу це, насамперед, підтвердження того, що в первісному суспільстві існувала культура. Крім того, наскальні малюнки дають нам інформацію про той період, звичаї, про життя в первісних спільнотах. Подібні візуальні повідомлення можна побачити по всій земній кулі. Наприклад, можна згадати наскальний живопис Сулавесі (40 тисяч років тому), зображення в печері Гібралтару (близько 40 тисяч років тому), а також розглянути розпис, що демонструє носорогів із печери Шове (близько 30 тис. років до н. е.) або зображення коня з печери Ласко у Франції (близько 15 тис. років до н.е.).

Поступово змінюючи свій вигляд, зображення дозволяло спілкуватися з глядачем і передавати найважливішу інформацію. Такими були єгипетські малюнки, етруські зображення, картини художників ХХ століття, сучасних авторів. Наближаючись до сучасності, інформація, що доноситься через образотворче мистецтво, діставалася дедалі легше, а комунікація у такий спосіб захоплювала дедалі більше людей. В даний час, коли отримання інформації та способи комунікації дуже численні, в образотворчому мистецтві з'явилися нові види художньої творчості, які є способом комунікації нарівні із сучасними технологіями.

Слід пояснити, що сучасне мистецтво за досить короткий час пережило як мінімум дві трансформації. Спочатку була винайдена фотографія (технологія запису зображення шляхом реєстрації оптичних випромінювань за допомогою світлочутливого фотоматеріалу або напівпровідникового перетворювача), яка, на наш погляд, перевернула погляд на образотворче мистецтво. Тепер фотоапарат замінює нам руку майстра. До появи фото основними жанрами були натюрморт, портрет, пейзаж та ін., тобто ті, які зараз просто можна сфотографувати, натиснувши кнопку, причому зробити це може кожен бажаючий, у кого є такий пристрій (фотоапарат або ін.). Цей імпульс-виклик змусив сучасного художника шукати нові форми для рукописної творчості та трансформувати звичний живопис. Як зазначає у своїй книзі А. Н. Ходж, «живопись больше не носит буквальный, описательный характер» [4, с. 79], і треба додати, що вона шукає нові форми та моделі. Це відзначає і художник, куратор і дослідник вуличного мистецтва Ігор Поносов [див.: 5, с. 113].

Напрямок мистецтва XXI ст. – століття інформаційного – «mural art» є однією з таких нових форм-моделей сьогоднішньої художньої творчості, а також новим комунікатором, який дає нам інформацію.

Головною відмінністю цього вуличного мистецтва є розміри, а також присутність візуального повідомлення, яка дозволяє комунікувати з масою, що має до нього вільний доступ. Слід зазначити, більшість людей не відрізняють мурал-арт з інших видів вуличного мистецтва, називаючи всі зображення звичнішим словом «граффіті», але робити це не зовсім правильно. Слід зазначити, що це відмінні види вуличного мистецтва. Графіті притаманний власний культурний код, який відрізняє його від звичного мистецтва. Графіті – це зображення або написи, подряпані, написані або намальовані фарбою або чорнилом на стінах та інших поверхнях. Головним його завданням є не естетична цінність, а захоплення простору, як правило, ім'я творця приховано під псевдонімом. Графіті – це напис, у якому важливий кінцевий результат, а важливо кількість написаного. Мурал-арт – це мистецтво, продукт стріт-арту, велике зображення, нанесене на стіні, яке несе якусь глибоку ідею чи сенс і має естетичну цінність. Мурал - це величезна картина, і тому необхідно сказати про важливість сюжетної композиції та художню складність цього мистецтва. Також не можна не згадати про те, що на відміну від іншої подібної творчості мурал захищений законом і владою, дуже популярний серед туристів і найменш схильний до критики, а разом з цим і знищення. Незважаючи на те, що немає певних критеріїв для створення цього мистецтва, більшість художників вулиці використовують яскраву палітру, яка змушує звернути увагу на ці твори. Створена художниками візуалізація є, як зазначалось, масштабні картини, створювані на фасадах будинків, стінах, дахах, парканах, площах, зроблені на замовлення, але у своїй спрямовані перетворення міського простору. Француз Seth підтверджує це своїм висловом: "Я хочу, чтобы моя стена вписывалась в то место, где находится…" [12, c. 169]. Зауважимо, що у його висловлюванні виділяється слово «стена». Саме від цього і пішов термін для позначення даного мистецтва - "mural", що має латинський корінь "murus" [див.: 2], що використовується в романських мовах і перекладається як "стена". У данному разі використовується іспанський варіант терміну, оскільки зародження сьогоднішнього мурала починалося з мексиканського монументального живопису [див.: 8].

Мурал-арт – це продовження наскального малюнка, фрески, класичного живопису. Муралізм, з одного боку, хіба що поєднує у собі два цих напрями: фреску (монументальне) і класичний малюнок (верстатний), з другого, має власну самобутність, індивідуальність. Наприклад, можна привести мурал-арт портрети першого космонавта Юрія Гагаріна, радянської естрадної співачки та актриси Клавдії Шульженко, ямайського музиканта Боба Марлі, одного з найкращих футболістів Кріштіану Роналду та інших відомих особистостей. Також хочеться виділити низку авторів, які зберігають класичну орієнтацію на портрет. Це американський художник El Mac та німець ecb. Представлені портрети та художники цього напряму також дають уявлення про людей, але роблять це у специфічній манері XXI ст. Слід зазначити, що з історії образотворчого мистецтва видно: мурал дає людині інформацію та можливість комунікувати. До того ж, він спочатку і створювався мексиканськими революціонерами як візуальний засіб комунікації, який має вплив на маси.

Слід сказати, що мурал-арт має деякі відмінності від класичного монументального живопису. Дмитро Аске, московський художник і амбасадор вуличної арт-культури, писав: «…от монументальной живописи он отличается тем, что настенная роспись, или мурал, по технике и композиции ближе к станковой живописи; монументальное искусство использует совершенно иные принципы композиции, иные материалы и техники, да и масштабы…» [8]. На відміну від класики, мурал-арт є масовим, відкритим для вільного перегляду мистецтвом, що є істотною відмінністю. Важливою особливістю мурала є також комунікація з безліччю перехожих. Донесення до них візуальної інформації, яка повинна змушувати задуматися над багатьма проблемами, і є головною рисою мурала, тоді як станковий живопис призначався для вузького кола людей. Ця ідея масштабності та впливу візуалізації на величезну кількість перехожих була помічена та втілена в життя засновниками даного виду мистецтва мексиканцями Дієго Ріверою, Хосе Кліменте Оросською, Давидом Сікейросом.

Ці шановні художники стали засновниками нового стилю в живопису – мексиканського муралізму 1920–1960-х рр., який згодом набув вигляду сучасного муралу. У 70-ті роки. мурал став популярним у США, зазнаючи впливу різних стилів і з часом змінюючись (хіп-хоп 80-х рр. у США). Багато сучасних авторів, відомих зараз у США з робіт мурал-арт, розпочинали свою творчість із менш масштабних зображень – таких, як графіті чи стріт-арт, які мають інші культурні коди.

Мексиканський муралізм утворився як реакція на революцію і затвердив нову форму вільного публічного висловлювання. Його засновники у своїх зображеннях спробували донести до населення заклики боротьби з військовою диктатурою, а також наполягали на поверненні до коріння – стародавньої культури індіанців. Також необхідно відзначити роль Хосе Васканселос у розвитку мексиканського муралізму. Будучи в період з 1921 по 1924 міністром освіти, він надав художникам працювати над розписами стін офіційних установ Мексики. Як згадує І. Поносов, «Хосе Васканселоса был убежден, что публичное искусство является крайне эффективным инструментом в просвещении народа» [5, с. 66], із чим важко погодитися. Треба сказати, що він мав рацію, і вуличне мистецтво справді є гарним апаратом для комунікації з народом. Сюжети мексиканських художників, що актуалізували політичні теми, зображували муки простого мексиканця на найскладніших роботах, утиски корінного населення, відсилання до традицій та мирного, спокійного життя індіанця у минулому, повстання мас проти влади. Ця візуалізація, торкнувшись душі, дала поштовх для пробудження населення від диктатури і вплинула на подальшу історію країни, об'єднавши збуджених мексиканців у єдиний кулак, завдала диктаторському режиму нищівного удару. Отже, приклад Мексики доводить, що це творчість значуща і комунікативна. Інформація, вкладена в монументальні картини великих художників, вплинула на людей і надала сили для відсічі.

Засновники мексиканської монументальної живопису досягли поставленої мети. Мексика набула ідентичності, яка і згуртувала населення для просування до свободи. Це простежується у таких картинах, як «Спуск у Шахту» 1923–1924 рр., «Мертві» 1931 р., «Христос, що зрубує свій хрест» 1943 р., «Нова демократія» 1945 р., «Боротьба за визволення» 1961 м. Спираючись на наведені факти, можна розглядати мурали як інформаторів, які дозволяють комунікувати з населенням, а також є хорошим інструментом для публічного висловлювання, що приводить в рух людей. Крім того, що цей вид творчості допоміг згуртуватися мексиканцям, він, збережений досі, є і для нас джерелом історичної пам'яті. Таким чином, як вже сказано раніше, з моменту заснування мексиканської монументальної живопису картини, написані в цьому стилі, служили цілям пропаганди та несли суспільству соціально значиму інформацію.

«Как и многие из последовавших по его стопам, Ривера не боялся использовать свое искусство для отображения острых проблем. Сегодня уличные художники используют многочисленные стены (а также автобусы, телефонные будки, строительные ограждения) как холсты для отражения социальных и политических проблем Мехико: от культуры до бедственного положения мигрантов из Центральной Америки» [1, с. 114].

Нинішні автори муралів у своїх роботах приділяють увагу найбільш значущим темам сучасності, які хвилюватимуть нас ще довгі роки, якщо не століття. Використовуючи барвисту палітру та нові техніки нанесення малюнка (наприклад, за допомогою трафарету), художники розписують стіни, нагадуючи про історичні події, особистості, культури, проблеми. Серед них виділяються екологія, расизм, бідність, релігія, ставлення людини до світу та багато іншого [див.: 5, с. 66]. Російський художник Дмитро Аске повідомляє: " Оно (Монументальное искусство - Мурал) рассчитано на работу художника с вечными темами, с нестареющими ценностями, со взглядом в далекое будущее" [8]. Зарубіжний автор, француз Seth, каже: «Я хочу… чтобы она (стена) могла что-то сказать живущим там людям» [12, с. 169]. Одну із зазначених вище тем висвітлює Сем Бейтс, відоміший як Смуг [див.: 11, с. 174]. Він створив твір, що змушує подумати про тварин, зокрема про птахів. На одній з його картин, що знаходиться в Глазго, автор зобразив Святого Мунго, проповідника VI століття, в сучасному одязі, що тримає в руках птицю [див.: 6]. Ця візуалізація відсилає нас до легенди, яка закликає берегти тварин. Про це та багато іншого муралам допомагають повідомляти масштабні розміри. Розмір тут має велике значення. Будучи досить великих розмірів, мурал видно здалеку, отже, може привернути увагу кола людей. Трансляція такого зображення розповсюджує візуальні повідомлення на сотні метрів. «В масштабе влияния и заметности – специфика монументальной живописи» – сказав мураліст Ріпо [12, c. 132]. Мурал - це, по суті, величезний "екран", що впливає на величезну аудиторію. Він охоплює всіх перехожих, будучи культурою повсякденності, і не має значення, прямує людина мимо або спеціально йде подивитися на це монументальне мистецтво.

Масштабністю визначається й інша риса мурала, яка відповідає своїй епосі – масовість, оскільки масове мистецтво є частиною сучасної культури. Мурал як частина вуличного мистецтва – явище масове. Мураліст SatOne підкреслює: "Уличное искусство для художника очень привлекательно: где еще найдешь такую большую аудиторию, такой потенциал для прямого диалога" [11, c. 154]. Вільний доступ до цієї творчості та розташування у зручних для перегляду зонах дає можливість повідомляти інформацію про величезний потік людей. Як зазначає Ед Бартлетт, говорячи про стріт-арт (вуличне мистецтво) загалом: «…я подсчитал количество людей, которые живут в городах, упомянутых в этой книге. Их оказалось 150 миллионов человек. Это более чем в два раза превышает общее ежегодное количество людей, посещающих 10 самых популярных музеев мира, и каждому из них стрит-арт в той или иной форме доступен ежедневно» [1, с. 6]. Також слід пояснити, що у своїй книзі автор розповідає про розвиток «вуличного мистецтва» у таких містах як Амстердам, Афіни, Берлін, Лісабон, Нью-Йорк, Чикаго, Мехіко, Стамбул, Буенос-Айрес та інших.

Таким чином, об'єднуючи ці дві риси мурал-арту, можна порівняти його з величезним екраном, що показує один канал, рекламним банером, що просвітлює народ, або татуюванням на тілі міста, яке у більшості випадків також робиться зі змістом.

Слід наголосити, що не всі мурали використовуються для благих цілей. Більшість творів комунікують з перехожими, змушуючи щось купити, кудись піти, у щось повірити чи когось виділити, тобто мурал-арт може бути як рекламою, і пропагандою чи мати політичний характер. Це не означає, що вони є безглуздими і є просто красивою картинкою. І реклама, і пропагандистські, і політичні зображення теж позбавлені інформаційного сенсу (спрямовані на людини), а художники також висловлюються подібним чином, відзначаючи ту чи іншу тему.

В даний час мурал-арт пропонується ринку як новий спосіб якісної розкрутки брендів. Постійне миготіння перед очима продукту чи послуги на ринку є знаком успіху. Реклама набуває тепер нового інструменту, який втілюється у живописі, зокрема, у муралі. Плакати такого роду стали популярними у всьому світі. Багато великих брендів співпрацюють із художниками сучасного монументального живопису. Подібні візуальні плакати є і в Італії, і в Росії, і в США, і в Китаї та інших країнах. Наведемо деякі приклади.

Так, наприклад, популярний бренд Gucci використав мурали для презентації своєї нової колекції. В 2019 перед випуском колекції pre-fall 2019 ця відома фірма випустила серію монументальних картин. Як повідомляється на сайті, вони прикрасили Мехіко, Нью-Йорк, Мілан, Лондон, Гонконг та Шанхай. Пояснювалося, що «креативний директор Gucci Алессандро Мікеле надихнувся розкопками античного міста Селінунт на острові Сицилія та представив його як символічний храм, що застиг у віках. На тлі руїн храму Гери у сучасному симпозіумі зустрічаються друзі та коханці, розмовляють, читають вірші, грають та танцюють. Сюрреалістичний колаж модних образів на тлі руїн стародавньої цивілізації перегукуються з давньогрецькими та етруськими фресками».

Ще одним прикладом реклами став мурал у Петербурзі, створений групою HoodGraff. Як зазначає один із авторів збірки статей «Эстетика стрит-арта», цей твір викликав резонанс, і все через рекламу [див.: 3, с. 15] Було намальовано портрет актора Мілана Маріча в образі Сергія Довлатова з останнього фільму А. Германа. Сам твір не викликав негативу та критики. Зіпсувала сприйняття полотна, а також викликала невдоволення лише один напис "Довлатов" в онлайн-кінотеатрі "OKKO", оскільки напис закликав дивитися фільм у цьому онлайн-кінотеатрі.

Пропаганда – теж часте явище у муралізмі. На питання, що таке мурал-арт сьогодні, художник, історик, куратор, співзасновник Інституту дослідження стріт-арту Михайло Астахов так і відповідає: «Это освоение городской среды и площадка для пропаганды…». Держзамовлення, на наш погляд, найвигідніші для художників варіанти. Говорити із населенням від імені уряду дуже вигідно. По-перше, буде надано все необхідне, а по-друге, мурал залишиться на стіні надовго. Такий проект було запущено «Единой Россией» у 2018 р. Мурали в Акції «Портрет памяти» зображають особистості та предмети гордості, а також ситуації, які мають піднімати внутрішній дух населення. Вже згаданий раніше Дмитро Аске поміркував і на цю тему: «Сегодня в среде художников “политические высказывания” встречаются достаточно редко. А как визуальная пропаганда, наоборот, муралы используются всё чаще. Например, в Москве, Военно-историческое Общество заказывает художникам-оформителям портреты военачальников, что в принципе, уже визуальная пропаганда».

Якщо говорити про «політичні висловлювання», багато дослідників зазначають, що ряд муралів, створених останнім часом в Україні, мають політичний характер. Візуалізація, що реалізується у муралі, тут використовується як політична зброя. Так, наприклад, Ед Бартлетт каже: «После акции Евромайдан в 2013 г. и присоединения Крыма Россией в 2014 г. тотальность и содержание городского стрит-арта приобрели более политический характер…» [1, с. 42]. Це ж зауважує автор зі збірки «Эстетика стрит-арта» та соціолог із Києва Алла Петренко-Лисак.

 Після всього сказаного повторюся, що розміри подібних картин є величезними, і це є відмінною рисою мурал-арту. Сучасні технології допомагають цим візуальним повідомленням поширити свій вплив на величезну аудиторію. Будучи сфотографованими та поміщеними в соціальні мережі, вони не втрачають своєї якості і також спілкуються з глядачами і, безперечно, передають інформацію. В інтернеті на різних сайтах, книгах і на телебаченні мурали доступні для великої кількості людей, які цікавляться даним видом мистецтва. Існують навіть спеціальні сайти із цією вуличною творчістю, які виступають як віртуальні галереї. Переглядаючи там картини, відвідувачі можуть побачити зображення з різних країн, не виходячи з дому, а також віддалені один від одного на величезні відстані. Але, треба сказати, що буває непросто здогадатися про прихований сенс роботи автора, оскільки код мурала найчастіше призначений тієї місцевості, культури, де намальований.

Все сказане вище дає можливість дійти невтішного висновку у тому, що «монументальна живопис», розпочата ще мексиканцями, сприяє комунікації з людьми, передаючи інформацію, і, більше, спеціально створювалася з цією метою. В даний час такий вид творчості продовжує розширювати свій вплив, спираючись на розміри, яскравість фарб та вільну доступність. Треба підкреслити, що, хоч би яким був мурал-арт, чи то послання влади людям, а, може, навпаки, художника владі, чи то проблема, що стоїть на периферії суспільної свідомості чи пам'ять історії, чи особистості, а, може, звичайна реклама або пропаганда, але в жодному разі не можна заперечувати те, що він є переносником повідомлень, комунікатором інформації між художником і народом, сенс якої, звичайно, не завжди вдається одразу розгадати. Сучасні технології допомагають донести цю інформацію і комунікувати з величезними аудиторіями.

ВИСНОВКИ

Сучасне мистецтво – це відображення індивідуальних поглядів як художників, так і глядачів. Для когось експозиція у вигляді вбитого в стіну виставкового залу цвяха є метафізичним посилом і чимось актуальним, для когось – незрозумілою, позбавленою сенсу і ніяк не пов'язаною з творчістю дією. Подібна подвійність зачіпає і стріт-арт – явище молоде, але що стрімко розвивається. При цьому стріт-арт розпадається на безліч напрямків з певними техніками, які об'єднує одне: принцип «Я думаю», «Я говорю», що охоплює не тільки свідомі акти, а й те, що «висловилося» несвідомо, само собою.

Під стріт-артом можна розуміти арт-об'єкти, зафіксовані в контексті міського простору і є його продовженням. В якості простору виступає міська інфраструктура: стіни будинків, паркани, гаражі, вагони метро, телефонні будки – будь-яка поверхня, на якій можна малювати, клеїти трафарети, розміщувати інсталяції. У кожній роботі можна помітити взаємодію міського середовища та авторського задуму, концепції.

Відмінною рисою вуличного мистецтва є взаємодія з простором, органічне злиття з ним є, головним аспектом виробленого вуличними художниками кодексу, за межами якого - вандалізм, з його перебільшеною проблемою. Іноді сама влада йде з художниками на компроміс, без бою віддаючи стіни і паркани. Стріт-арт провокує активну комунікацію з людьми в міському середовищі, повідомлення його частіше носять метафоричний характер.

Не випадково в сучасному мистецтві останніх десятиліть на перший план виходить акціонізм – мистецтво мистецьких акцій, що активно задіює в якості художнього матеріалу тіло людини. Протистояння культурі симулякрів починається з ідентифікації себе як носія фізичного тіла. В цьому відношенні такі різновиди акціонізму, як хепенінг і перформанс (є в той же час і формами стріт-арту), дозволяють глядачеві не просто стати частиною твору (що можливо і в інсталяції), але і пережити в цій якості ситуації і відчуття в реальному житті навряд чи можливі. У хепенінгах і перформансах художники прагнуть максимально задіяти весь чуттєвий потенціал як безпосереднього учасника акції, так і реципієнта: задіяними виявляються не тільки зір і слух, але нерідко і дотик, і почуття смаку.

В ситуації наростання віртуалізації сучасної культури завдання мистецтва полягає в протистоянні цієї тенденції за допомогою розширення чуттєвої складової тіла людини. Стріт-арт в цьому сенсі цікавий тим, що він не тільки з очевидністю виявляє ці тенденції, але і в силу своєї специфіки робить їх загальнодоступними. Незважаючи на те, що стріт-арт успішно еволюціонує в якісному відношенні, цікавий він не стільки з естетичної, скільки з антропологічної і культурологічної точок зору. Прагнення художників до розширення сфери естетичного сприйняття у вигляді задіяння практично повної гами почуттів реципієнта в антропологічному контексті може бути інтерпретовано як якоїсь нової щаблі в розвитку не тільки сучасного мистецтва, а й людини, причому подальша еволюція людини, якщо вірити мистецтву, буде пов'язана, перш за все, ні з технікою, а з розкриттям потенцій його власного тіла. У суспільстві змінилося ставлення до вуличного мистецтва та міським художникам, дії яких ще кілька років розглядалися як дрібне хуліганство. Городяни поступово усвідомлюють, що стріт-арт здатний перетворювати міський простір.

Сучасне вуличне мистецтво вже сьогодні виходить на світовий рівень, все частіше привертаючи увагу галерей. Вуличний простір поступово переходить на якісно новий рівень, створюються телевізійні розважальні шоу, реклама отримує нові способи передачі інформації в маси. Йде поступовий, двосторонній процес стирання межі між високим і вуличним мистецтвом: одне з них прагне вийти за межі галерейного простору в пошуках нових виразних засобів, інше навпаки, впроваджується в нього, бажаючи стати об'єктом культурного мистецтвознавчого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Асмус В. Античная философия / В. Асмус. – М.: Высшая школа, 1999. – 546 с.

2. Ашин Г. К. Социология политики: [уч. пособ.] / Г. К. Ашин, С. А. Кравченко, Э. Д. Лозаннский. – М.: Экзамен, 2001. – 608 с.

3. Бажкова Е. В. Городские граффити / Е. В. Бажкова, М. Л. Лурье, К. Э. Шумов // Современный городской фольклор. – М.: РГГУ, 2003. – С. 430-449.

4. Базылев В. Н. Политические граффити Москвы / В. Н. Базылев // Язык города. Материалы Международной научно-практической конференции (8-9 ноября 2007 г.) – Бийск: БПГУ им. В. М. Шукшины, 2007. – С. 190-197.

5. Буланова-Топоркова М. В. Культурология для технических вузов: [уч. пособ.] / М. В. Буланова-Топоркова, Т. А. Алешина, Т. Е. Ксантиниди ; [науч. ред. М. В. Буланова-Топоркова]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 445с.

6. Головаха И. Социальное значение асоциальных граффити (Бытование и функции современных киевских граффити) / И. Головаха // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. - №2. – С. 64-77.

7. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. - [3-е изд.]. – СПб. : Питер, 2004. – 208 с.

8. Карта М. Теория элит и политика. О критике элитаризма / М. Карта. - М.: Прогресс, 1978. – 241 с.

9. Климова Л. Е. Массовая культура и личность: автореф. дисс. канд. филос. наук / Л. Е. Климова. – Ставрополь, 2005. – 27 с.

10. Кравченко А. И. Культурология: [учебник] / А. И. Кравченко. – [4-е изд]. – М.: Академический Проект, Трикста, 2003. – 496 с.

11. Кузнецов Е. А. Тенденции развития массовой культуры в современном обществе / Е. А. Кузнецов // Управління розвитком. – 2013. - № 14. - С. 138-140.

12. Куликов Е. Музыкальное предпочтение как дифференцирующий и интегрирующий фактор российской молодежной субкультуры : автореф. дис. к.соц.н. / Е. Куликов. – Ставрополь, 2004. – 22 с.

13. Левикова С. И. Молодёжная субкультура: [уч. пособ.] / С. И. Левикова. – М.: ФАИР – ПРЕСС, 2004. – 608 с.

14. Лурье М. Граффити: коммуникация и самопрезентация / М. Лурье [Электронный ресурс].–Режим доступа: http://www.eu.spb.ru/index.php? option=com\_content&task=view&id=329&Itemid=247

15. Мордовина Л. В. Феномен массовой культуры в современном обществе [Электронный ресурс] / Л. В. Мордовина, А. Шилова // Электронный журнал «Аналитика культурологии». – 2009. - №2. – Режим доступа: http://analiculturolog.

16. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс; [первод с англ. Л. А. Седова и А. Д. Ковалёва; науч. ред. пер. М. С. Ковалёва]. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 270 с.

17. Петров В. О. Хеппенинг в искусстве ХХ века / В. О. Петров // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. – 2010. – Т. 16. - № 1. – С. 212-215.

18. Платон. Государство / Платон // Государства. Законы. Политика. – М.: Мысль, 1998. – 798 с.

19. Самутина Н. Не только Бэнкси: стрит-арт в контексте современной городской культуры / Н. Самутина, О. Запорожец, В. Кобыща // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. – 2012. - № 6 (86). – С. 221-244.

20. Семиотика: антология / [сост. Ю.С.Степанов]. – М.: Академический Проект, 2001. – 702 c.

21. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. – М.: Прогресс, 1993. – 656 с.

22. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин ; [пер. с англ.; под общ. ред. А. Ю. Согомонова]. – М.: Политиздат, 1992. – 543c.

23. Станіславська К. Митець і глядач: погляд на взаєминиу модусах постмодерністської видовищної культури/ К. І. Станіславська // Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. – 2013. – Вип. 13.– С.180-189.

24. Стрит-арт как искусствоведческая проблема [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://shmandercheizer.livejoumal.com/ 20232.html

25. Тойнби А. Дж. Смысл и постижение истории / А. Дж. Тойнби; [пер. с англ. Е.Д. Жаркова; сост. А.П. Огурцов; вступ. ст. В.И. Уколовой]. – М .: Прогресс, 1996. – 607 с.

26. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследование в области мифо-поэтического / В. Н. Топоров. – М.: Прогресс, 1995. – 624 с.

27. Эрдэнэев Э. Т. Социально-философские основы элитарной культуры / Э. Т. Эрдэнэев // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. Аспирантские тетради. – СПб., 2007. - № 12(33). – С. 283-286.

28. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: [словарь-справочник] / [отв. редактор М. И. Панов ; сост. М. И. Панов, Л. Е. Тумина]. – М.: Олимп, 2005. – 960 с.

29. Field G. The Status Float Fenomenon - The Upward Diffusion of Innovation / G. Field // Business Horizons. – 1970. - №. 13 (August). – P.45-52.

30. Hebdidge R. Subculture: Meaning of Style / R. Hebdidge. – L.: Methuen, 1979.

31. King C.W. Jr. Fashion Adoption: A Rebbutal to the «Trickle Down» Theory / Ed. S.A.Greyser // Proceedings of the American Marketing Associations. – Chicago: American Marketing Associations, 1963. – P. 108-125.

32. Langman L. Dionysus-Child of Tomorrow: Notes on Post-industrial Youth / L. Langman // Youth and Society. – 1971-2. - № 3(1). – P. 82.