

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Гуманітарний факультет

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

**на тему «Антиспоживацтво як стратегія сучасного мистецтва: досвід
Soma.майстерні»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи ГКУ19/Б
Галузі знань 03 Гуманітарні науки
Спеціальності 034 Культурологія
Освітньої програми “Культурологія”
Освітній ступінь Бакалавр

Хан І.Ю.

(прізвище та ініціали)

Керівник Колесник І.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Нечипоренко А.

(прізвище та ініціали)

Львів – 2023 року

АНОТАЦІЯ

У цій роботі розглянуто критичні теорії капіталізму (Теорія відчуження Карла Маркса, «Мати чи бути» Еріха Фромма, «Культурні індустрії» Теодора Адорно, «Одновимірна людина» Герберта Маркузе, Теорія реїфікації Дьйордя Лукача, «Суспільство споживання» Жана Бодріяра, «Споживацьке життя» Зигмунда Баумана), а також теорії мистецтва («Мистецтво як досвід» Джона Дьюї, «Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності» Вальтера Беньяміна). Досліджено перетин контексту споживацтва та мистецтва. Проаналізовано досвід засновниці української експериментальної мистецької майстерні Soma.майстерня, зокрема кореляцію ідей майстерні з культурою споживацтва, проблемою тотальної матеріалізації і відсторонення людини від себе.

Ключові слова: споживацтво, відчуження, штучні потреби, володіння, мистецтво як досвід, комерціалізація, мистецький ринок, експеримент, інтуїтивність, явище, тілесність

ABSTRACT

This work examines critical theories of capitalism (Karl Marx's Theory of Alienation, Erich Fromm's "To Have or to Be," Theodor Adorno's "The Culture Industry," Herbert Marcuse's "One-Dimensional Man," Georg Lukács' Theory of Reification, Jean Baudrillard's "Consumer Society," Zygmunt Bauman's "Consuming Life"), as well as theories of art (John Dewey's "Art as Experience," Walter Benjamin's "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction"). The study explores the intersection of consumerist context and art and analyzes the experience of the founder of the Ukrainian experimental art workshop Soma.maisternia, specifically examining the correlation of the workshop's ideas with consumer culture, the problem of total materialization, and the alienation of the individual from oneself.

Keywords: consumerism, alienation, artificial needs, sense of having, art as experience, commercialization, art market, experimentation, intuition, phenomenon, corporeality.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ СПОЖИВАЦТВО	6
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ РАМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ	7
1.1. Історичний контекст виникнення консюмеризму	7
1.2. Людина у культурі споживацтва	7
1.2.1 Діалектика Гегеля	8
1.2.2 Ідея відчуження	9
1.3. Залежність людини від системи	13
1.4. Символічність у культурі споживацтва	15
1.4. Відчуття володіння	17
Висновок	18
РОЗДІЛ II. МИСТЕЦТВО У КОНТЕКСТІ СПОЖИВАЦТВА	19
2.1. Що таке мистецтво?	19
2.2. Мистецтво в культурі споживацтва	21
2.3. Критичне мислення	22
2.4. Мистецтво та ринок	24
Висновок	28
РОЗДІЛ III. АНТИСПОЖИВАЦЬКЕ МИСТЕЦТВО	29
3.1. Приклад Soma.майстерні	29
3.1.1. Soma як явище	29
3.1.2. Soma як експеримент	31
3.1.3. Soma як простір альтернативного дозвілля	32
3.1.4. Ідея тілесності у Soma	33
3.1.5. Soma як простір рівності	34
3.1.6 Фінансування Soma	34
Висновок	35
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	38
ДОДАТКИ	40

ВСТУП

Я переконана, що людина живе заради культурного досвіду, щоб не відчувати самотність, досліджувати себе і насолоджуватись пізнанням людської сутності. Нам недоречно асоціювати комерцію і вигоду з деякими сторонами нашого життя, тому що так зникає чистота.

У моєму розумінні сучасного культурного контексту, проблема тотальної матеріалізації є дуже актуальною. Культура споживацтва несе великий вплив на структуру особистості та спільноти. Досліджуючи перетин контексту споживацтва та мистецтва, можна припустити, що мистецтво також зазнає трансформацій у консюмеристському устрої.

У цій роботі, я розглядатиму перетин тем консюмеризму і мистецтва, тому що творчі люди чутливі до тріщин у системах і переважно у своїх практиках репрезентують це. У дослідженні я опишуватиму культурний контекст: точку напруги між системою - капіталістичною культурою споживацтва, де все продається і все матеріальне, та суб'єктом - сучасним мистецтвом.

Мій **метод** дослідження – описова інтерпретація досвіду творців Soma.майстерні. Ця майстерня на мою думку є прикладом того, як критика переростає у стратегію, продукт, дію. Мене цікавить матриця досвіду творців Soma, а також, які ідеї та історії лежать під цінностями майстерні.

Отож, **метою** цієї дипломної роботи є дослідження та аналіз ідей, закладених у створення Soma.майстерні, з допомогою попередньо сформованої теоретичної бази основоположних праць по критичній теорії споживацтва і теорії мистецтва.

Об'єктом дослідження є мистецтво в контексті споживацтва, а **предметом** — інтерпретація напруги між системою споживацтва і мистецтвом засновниками майстерні Soma?

Я спираюсь у виборі методологічної теорії на попередні дослідження теми критики суспільства, зокрема теорію відчуження Карла Маркса, концепт діалектики Фрідріха Гегеля, а також ідею володіння Еріха Фромма, одномірного суспільства Герберта Маркузе та культурних індустрій Теодора Адорно. У визначенні споживацтва я використовую тлумачення Зигмунда Баумана. У теорії мистецтва я спираюсь на ідеї Джона Дьюї та Вальтера Беньяміна.

Моє дослідницьке **питання**: чи існує у світі, де ринок, здається, повністю все заповнив, мистецтво, яке протистоїть комерціалізації?

Завдання, які я ставлю у цьому дослідженні:

- Дослідити теоретичну базу критики споживацтва,
- Дослідити теоретичну базу теорії мистецтва?
- Означити концепт мистецтва, і дослідити, як воно змінюється у капіталістичному контексті,
- Провести інтерв'ю з засновницею Soma.майстерні
- Дослідити, як в інтерпретації засновниці, ідея майстерні корелює з культурою споживацтва

Структура роботи зумовлена поставленою метою та завданнями дослідження складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел та літератури. Перший розділ «Теоретичні рамки дослідження», Другий розділ «Мистецтво у контексті споживацтва» та третій розділ «Антиспоживацьке мистецтво».

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ СПОЖИВАЦТВО

У тлумаченні терміну споживацтво, я спиратимусь на визначення, яке пропонує Зигмунд Бауман, польський соціолог. Він наголошує, що варто розрізняти поняття споживання та споживацтво: «На відміну від споживання, що є в першу чергу рисою та заняттям окремих індивідів, споживацтво є атрибутом суспільства.»¹ Перехід від споживання до споживацтва, Бауман називає консюмеристською революцією.²

Отож, за Бауманом, споживацтво — це тип соціального устрою, який є результатом переходу буденних, постійних і, так би мовити, «нейтральних до режиму» людських бажань, і прагнень в основну рушійну силу суспільства, силу, яка координує системне відтворення, соціальну інтеграцію, соціальну стратифікацію та формування індивідів, а також відіграє важливу роль у процесах індивідуальної та групової самоідентифікації, у виборі та проведенні індивідуальної життєвої політики.³

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ РАМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історичний контекст виникнення консюмеризму

У 18 ст. у Британії розпочалася Індустріальна революція, яка у багаторічній перспективі вплинула на культурний, соціальний, економічний, релігійний ландшафт Західної Європи й світу загалом. Складна, багатогранна, зумовлена розвитком науки, революція лягла в основу світу, у якому ми наразі перебуваємо.

¹ Bauman Z. *Consuming Life* / Zygmunt Bauman. – Cambridge: Polity Press, 2007. С.28

² Bauman Z. *Consuming Life* ... С. 26

³ Там само. С. 28

Сьогодні життя людини, так чи інакше, підпорядковується правилам капіталістичного суспільного ладу, навколо нього сформована ціла культура споживацтва, або консюмеризм. Зигмунд Бауман зазначає, що «Споживацтво з'являється тоді, коли споживання бере на себе ту провідну роль, яку відіграла праця в суспільстві виробників.»⁴ Шотландський історик Ніл Фергюсон, розглядає історичні умови народження консюмеризму у своїй книзі «Цивілізація»⁵. Такий термін, як суспільство споживачів, за Фергюсоном, з'являється на історичній арені синхронно з Індустріальною революцією в Англії, а відтак і капіталізмом. Джерелом величезних економічних змін була текстильна промисловість, стверджує історик. Він каже, що Індустріальна революція зазнала розвитку на Заході найперше завдяки попиту на дешевий одяг, ця нескінченна потреба спонукала промисловість гнатись за часом. Винаходи не встигали надовго затримуватися в статусі актуальності, як їх удосконалювали та копіювали по усій Європі, каже автор. Продуктивність шалено зросла і причиною цієї великої гонитви був попит. Одночасно з індустріалізацією, відтак, виникло суспільство споживачів.

1.2. Людина у культурі споживацтва

Історія дає нам причини окреслити нову систему суспільного ладу, що народила Індустріальна революція: світ полегшив собі роботу, віддавши левову частку фізичних завдань машині, і все це заради поповнення товарів на полицях. Однак, індустріалізація здійснила переворот не лише рівня стандарту життя, завдяки масовій механізації процесів, але і способу мислення людини. Це, власне і є моїм предметом зацікавлення, адже з часом споживацькі закони стали поступово інтегруватись у людську ментальність. Мені важливо сформулювати розуміння проблем, які із собою приніс консюмеризм, особливо культуру та світогляд,

⁴ Bauman Z. Consuming Life ... С. 28

⁵ Ferguson N. Civilization: The West and the Rest. / Niall Ferguson., 2011.

згенерований ним. Фактично, питання, на яке я шукаю відповідь в цьому розділі: Чому та як прогрес сучасності веде не до лібералізації, а до регресу, а саме: підпорядкуванню товарам і втрати людиною відчуття власної природи?

Я вважаю, що споживацтво є системою, яка ґрунтується на відстороненні людини від себе самої, і призводить до позбавлення розуміння власних бажань та потреб. Аби теоретично підкріпити це твердження, найперше варто покликатись на ідею відчуження, яку Карл Маркс розкриває у своїй критичній теорії, а також напрацювання представників Франкфуртської школи, новаторського інституту соціальних досліджень першої половини ХХ століття.

Термін відчуження (англ. alienation) є особливо популярною концепцією дискурсу К.Маркса, що лежить в основі низки аргументів у його критиці капіталістичної системи. Цей концепт найбільш присутній в праці «Економічні та Філософські манускрипти 1844»⁶, він сформував призму аналізу соціуму у К.Маркса. Термін відчуження був частково запозичений із філософії Гегеля і застосований Марксом у соціологічній сфері досліджень.

1. 2.1 Діалектичний метод Фрідріха Гегеля

Для видатного німецького філософа ХІХ століття, Георга Вільгельма Фрідріха Гегеля, історію формують концепти, зокрема їх розвиток і трансформація. «Всесвітня історія — це розгортання Духу в часі»⁷ - вказує філософ у своїй фундаментальній праці «Феноменологія Духу». Дух (нім. geist), за Ф.Гегелем, є рушієм історії. Дух є принципом, за яким концепти завжди змінюються і перебувають в безперервному процесі становлення. Через своє поняття Духу, Ф.Гегель намагається дійти до розуміння того, що світ завжди перебуває в стані зміни. В такому разі, ми не можемо з упевненістю сказати, що якась ідея залишиться навічно такою, якою вона є теперішньому моменті часу.

⁶ Marx, K. (2007). Economic and philosophic manuscripts of 1844 (M. Milligan, Trans.). Dover Publications.

⁷ Hegel, G. W. F. (1979). Phenomenology of spirit (A. V. Miller, Trans.). Oxford University Press. С.75

Духу властиво розвиватись. Філософ вважає, і це дуже важливо, що розвиток дорівнює самопізнанню, або ж самоусвідомленню. В «Феноменології духу» сказано, що Дух природжено перевтілюється у те, чим він справді є. Якщо взяти до прикладу, зерно яблуні, то воно ще не є яблунею, але містить у собі все необхідне для того, аби, за певних зовнішніх умов, вирости у яблуню. Тобто, зерно яблуні природжено є яблунею. Дух, в такій аналогії, є зерном, яке перетворюється на яблуню з ходом історії людства, через вплив дій, бажань чи потягів людини. Тобто розвиток Духу означає його втілення у те, чим він справді є і найбільшим досягненням Духу, каже Ф.Гегель, є пізнання себе.

Важлива річ, яку варто підкреслити є, як саме, в теорії Гегеля, Дух розвивається. Становлення Духу відбувається через процес його самовідчуження, або ж самовідсторонення. Ф.Гегель каже, що Дух повинен стати в опозицію собі, аби дійти до абсолюту. У такому разі, процес становлення Духу можна окреслити у схему: 1) розширення себе в іншу формацію, або ж самовідсторонення (англ. self-estrangement); 2) рефлексія на себе самого з цієї позиції; 3) ріст з цієї формації у нову рефлексію, нове знання про себе. Цей цикл несе назву діалектичний метод пізнання. Розуміння цього методу є допоміжним, для ґрунтовного аналізу терміну відчуження К.Маркса.

1.2.2 Ідея відчуження

Карл Маркс формує свій концепт відчуження частково на основі гегелівської ідеї самовідсторонення Духу. К.Маркс погоджується зі діалектичною схемою: відсторонення - рефлексія з цієї позиції - ріст у цілісну формацію, однак додає, що за певних матеріальних умов, вона може бути викривленою. Такими умовами, для К.Маркса, є капіталістичний устрій.

К.Маркс вважає, що людина за своєю суттю - практичне та активне створіння. Це визначення добре описує латинський термін homo faber, що дослівно означає: «людина, котра працює». Людина природно прагне до створення чогось, каже

К.Маркс, і це прагнення до креаторства вона втілює за законами раціональності. Тобто, до прикладу, створюючи вазу, людина послуговується логічним задумом: створити корисну і, очікувано, приємну річ. У результаті, готова ваза є матеріалізованою ідеєю. Думка про створення вази пройшла процес сепарації — від замислу до фізичного об'єкту. Власне, це розширення людського замислу через процес його сепарації та матеріалізації, перегукується з системою діалектичного пізнання Гегеля, де Дух через самовідсторонення переростає у досконалішу формацію. Для Маркса, ми вкладаємо в працю не лише робочу силу, а й свій Дух. Так людська природа креатора екстерналізується і доходить до абсолюту, через створення речі, відповідно до заданої мети, законів краси та корисності.

Для людини, власноруч створена ваза, символізує затвердження (англ. affirmation) власної природи, як творчої активної істоти. Цілісність людини визначається реалізацією власних ідей, творенням речей із власного задуму. Натомість в умовах капіталістичного устрою, зв'язок між творенням і самореалізацією, змінюється. Те, як ця трансформація відбувається, добре описує термін відчуження. У основі ідеї відчуження лежить слово видобуття (англ. species-being) або есенція, що відрізняє один живий організм від іншого.⁸ Як згадувалось раніше, К.Маркс вважає, що людина за своєю природою — практичне та активне створіння, яке постійно прагне до створення чогось. Праця, або творення чогось, у розумінні К.Маркса, є людським видобуттям. Відчуження ж, є станом, за якого праця втрачає свій унікальний людський характер і стає засобом існування. Робота перестає бути вільним вибором, залучаючи фізичні чи розумові можливості людини, натомість стає примусовим засобом виживання, що аж ніяк не є проявом людського потенціалу. Еріх Фромм добре резюмує це, стверджуючи: «Для К.Маркса, як і для Гегеля, концепція відчуження базується на відмінності між існуванням і сутністю, на тому факті, що існування людини відчужене від її сутності, і що

⁸ Marx, K. (2007). *Economic and philosophic manuscripts of 1844* (M. Milligan, Trans.). Dover Publications. C.58

насправді людина не є тим, ким вона потенційно може бути, або, інакше кажучи, людина не є такою, якою повинна бути (...)»⁹.

Отже, відчуження це відсторонення від людської природи й відчуття екстерналізації власної сутності. Це відсторонення відбувається, тому що в капіталістичному устрої людині стає необхідно працювати для виживання, а не для самореалізації. Людина втрачає можливість відобразити себе через свою роботу, а річ, яку вона виготовляє, стає частиною економічної системи обміну товарів, а не втіленням її істинної сутності. Це спричиняє те, що праця стає безлюдною і механічною, що знижує відчуття самоповаги й задоволення від своєї роботи. За результат людина отримує гроші, а не відчуття цілісності. Річ, яку створила людина, перетворюється на товар з ринковою вартістю.

Деякі антигуманісти відкидають припущення про те, що люди дійсно мають істину сутність, про яку каже К.Маркс, стверджуючи, що багато з того, що ми називаємо суттю, натомість є відображенням конкретної системи, умов, досвіду та відносин. Однак, навіть якщо не існує якогось досконалого людського видобуття, той факт, що товари панують над нашим життям, і той факт, що багато хто з нас шукає сенс у повсякденному циклі капіталістичного виробництва, залишається досить складно оскаржити. Структура споживацтва, яка домінує в нашому житті та пригнічує нашу самосвідомість, є дуже реальною та стійкою. Процес відчуження зараз перебуває у своїй найекстремальнішій формі, а ринок є силою, яка рухається самостійно, впливаючи та формуючи людське життя. З розвитком економіки, товари поступово набули суб'єктності, тобто, їх вплив на людину збільшився до межі, де вони керують людським вибором, а не навпаки. У наслідку, товарообмін став домінуючою соціально-економічною динамікою і людина забула ту форми існування, де немає товару.

Таким чином, можна описати сучасність, як добу тотального домінування матеріального. Об'єднувальним центром суспільства стали речі. Усякий людський

⁹ Fromm, E. (1961). «Marx's Concept of Man». Frederick Ungar Publishing, New York

досвід сьогодні просякнутий штучністю рукотворного світу. Жан Бодріяр у своїй книзі «Суспільство споживання», добре резюмує це, кажучи: «Люди у суспільстві достатку оточені не стільки [...] іншими людьми, скільки об'єктами споживання. Їхнє повсякденне спілкування полягає не у взаємодії з собі подібними, а в отриманні, [...], благ і послань».¹⁰ Думка про те, що речі беруть владу над людьми, розкривається також у теорії реїфікації (фр. *reification*) Дьйорда Лукача, соціолога-послідовника К.Маркса. Ця теорія означає домінацію речей над людиною, процес, за яким абстрактні поняття стають реальністю, що існує незалежно від людей, які її створили.¹¹ Лукач стверджує, що реїфікація виникає, як наслідок індустріалізації та капіталістичного способу життя. Люди починають сприймати товари радше, як незалежні речі, а не як засоби задоволення потреб. Такий процес призводить до зменшення ролі індивіда та спричинює формування безособових структур, які контролюють життя людей, замість того, щоб бути засобом для задоволення їхніх потреб. Лукач каже, що реїфікація стає домінуючою формою соціального життя, коли уявлення про взаємовідносини між людьми замінюється відносинами між речами, які перебувають під контролем тих, хто володіє ресурсами¹².

1.3. Залежність людини від системи

Споживацтво створило нову соціальну реальність, в якій товари займають контролюючу позицію, людина відчужується від власної природи творця, а відтак, від відчуття власного затвердження, та стає заручником капіталістичної системи. Позаяк, уся когнітивна і поведінкова система людини трансформується з приходом споживацтва: відбувається свого роду процес злиття індивіда з цією культурою, що забирає можливість автономії. Тобто, зникає шанс відсторонитись і усвідомити, що

¹⁰ Бодріяр, Ж. (2006). Суспільство споживання (Пер. з фр. Е. А. Самарської). Москва: Республіка. Ст. 5

¹¹ Lukács G. "Reification and the Consciousness of the Proletariat" / György Lukács // History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics / György Lukács., 1923.

¹² Lukács G. "Reification and the Consciousness of the Proletariat"...

споживацтво взяло верх над людиною, тому що суспільство розвинутого індустріального світу зумовлює тоталітарність в самій структурі свого існування. Ця система поглинає будь-які спроби опозиції, зводячи їх до одного рівня із загальною ідеологією. Герберт Маркузе, представник Франкфуртської школи, у своїй критичній теорії каже, постіндустріальне суспільство зводить людину до одномірного буття, де немає місця для свободи вибору, самореалізації та творчості. У цьому контексті тоталітарність розглядається не лише як політичний режим, а й як загальна характеристика суспільства, яке прагне до максимальної уніфікації та контролю над індивідуальною свободою і вибором. Відтак, постає питання про існування внутрішньої свободи, простору, в якому людина може бути самою собою без обмежень і контролю. Маркузе коментує, що «У сучасну епоху технологічна реальність вторгається в цей особистий простір і зводить його нанівець. Масове виробництво та розподіл претендують на всього індивіда (...). У результаті ми спостерігаємо не пристосування, а мімезис: безпосередню ідентифікацію індивіда зі своїм суспільством (...)».¹³

Однак, попри те, що у такій системі людина шкодить собі, вона не може відмовитись від благ, які постіндустріальна цивілізація дає. В результаті цього, вона стає залежною від капіталістичної системи та її ідеології. Формация індивідуальних бажання, потреб та потягів у суспільстві споживання, відбувається у попередньо заданому, потрібному системі напрямку. У наслідку, трансформується когнітивна і поведінкова модель людини, а «у визначенні ступеня людської свободи вирішальним фактором є не багатство вибору, наданого індивіду, а те, що *може* бути обране і що *дійсно* ним вибирається»¹⁴, як висловлюється Маркузе. Цікаво, що власне тільки людина може остаточно визначити, які потреби істинні, а які ні, однак такий висновок може бути зроблений лише за умови свободи, «(...)доки вони [люди] позбавлені автономії, доки їх свідомість - об'єкт навіювання і маніпулювання (аж до

¹³Маркузе, Г. (1994). Одновимірний людина: дослідження ідеології Розвинутого Індустріального Суспільств. Москва:FEFL-book. Ст.14

¹⁴Маркузе, Г. (1994). Одновимірний людина: дослідження ... С.10

глибинних інстинктів), їх відповідь не може вважатися їх власністю.» Відтак, поступово людина втрачає свою контролюючу позицію, не може розуміти своїх справжніх потреб і бажань, і задовольнити їх у повному обсязі. Тобто, культура споживацтва здійснює контроль не забороняючи щось хотіти, а створюючи штучні потреби, які прив'язують індивіда до сучасного суспільства. У такому випадку, індивід втрачає можливість формувати власну автономію, і стає залежним від системи. Маркузе доречно каже, що у розвиненій індустріальній цивілізації панує «демократична несвобода - свідчення технічного прогресу».¹⁵

Отже, справжні бажання є приховані від людини капіталістичною індустрією, тому зрештою вона забуває правдиві потреби й відволікається на ті, що є штучно сфабриковані системою. Відтак, достаток є ілюзією, адже ті речі, які людині справді потрібні: наприклад, розуміння, спокій, спільнота, просвітництво, замінюються на необмежену кількість штучно створених. Споживацтво створило умови, за яких задоволення фальшивих потреб дає людині «ейфорію в умовах нещастя»¹⁶. У наслідку, це призводить до наділення об'єктів споживання особливим символічним значенням і прив'язує людину до системи ще більше.

1.4. Символічність у культурі споживацтва

Жан Бодріяр класифікує сучасну людину, як окремий вид — “Homo Economicus” і описує її, як «людську копалину золотого століття, (...) [котра] наділена потужною формальною раціональністю, яка змушує шукати без тіні коливання своє власне щастя і віддавати перевагу речам, які дали б їй максимум задоволень»¹⁷. Мені подобається слово максимум, яке тут вживає науковець, воно добре ілюструє думку про безперервну гонитву вгору. Підтримання планки комфортного життя з розвитком економіки стало можливим здебільшого завдяки матеріальним благам, однак, через надлишкову кількість товару, споживацтво набуло

¹⁵ Там само. С. 1

¹⁶ Там само. С. 7

¹⁷ Бодріяр, Ж. (2006). Суспільство споживання (Пер. з фр. Е. А. Самарської). Москва: Республіка. С. 96

своєї абсурдної форми. Процес постійного підвищення планки зі значенням «достатньо» не мав завершення, і це виховало у людині культуру жадоби (англ. *craving*).

Синхронно зі швидкістю механізації процесів виробництва, зростала людська звичка до безперервного споживання. Поступово вона так вкорінилась, що стала життєво необхідною. Речі, відтак, з інструменту задоволення базових потреб перетворились на примху. Бодріяр доречно каже, що у сучасному суспільстві існує: «свого роду фантастична очевидність споживання і достатку, заснована на примноженні багатств, послуг, матеріальних благ (...)»¹⁸. Товари не були у широкій доступності завжди, цей процес відбувався повільно та поступово, однак попри це, матеріальний достаток зараз став настільки очевидним, що людина не уявляє без нього свого існування.

Якщо спочатку стандарту життя відповідала обмежена кількість матеріальних благ, то з часом новою нормою стала ідея надлишковості. Людина прагне бути забезпеченою понад межу своїх потреб. Позаяк фактичної потреби у надлишковій кількості предметів немає, це спонукає до роздумів, який насправді мотив їх накопичення. Можна припустити, що у процес купівлі людина закладає певний символічний сенс, тобто вона купує щось не через конкретну потребу, а радше заради відчуття, що приносить покупка. Тобто ідея споживання переходить, у такому випадку, з практичного виміру — у символічний. Споживач властиво надає предметам більшого значення, аніж вони несуть за замовчуванням. Фактична цінність товару гіперболізується сенсами, які в нього закладає людина. Бодріяр доречно називає ментальність споживачів магічною і бачить у ній схожість з примітивними народами, «у тому сенсі, що в її [ментальності примітивних народів] основі є віра у всемогутність думок: тут [у суспільстві споживачів] це віра у

¹⁸ Бодріяр, Ж. (2006). Суспільство споживання ... Ст. 5

всемогутність знаків. Багатство, ««достаток» є насправді лише накопиченням знаків щастя».¹⁹

Тобто людина перетворила процес споживання на символічний акт, який в результаті передбачає отримання певної емоції. Магічність процесу споживання можна також пояснити своєрідною інкорпорацією символів, закладених у товар: під час купівлі, людина начебто поглинає предмет і вірить, що він наявний у ній. У ставленні власника до покупки є певний елемент деперсоналізації: покупка відображає його статус, підживлює его. Хоча споживач часто виправдовує потребу у товарі, як сукупність важливих рішень, насправді покупка є способом виразити свою ідентичність. Маркузе з цього приводу каже, що: «Цивілізація трансформує об'єктивний світ у продовження людської свідомості і тіла, (...)Люди впізнають себе в навколишніх предметах споживання, знаходять свою душу у своєму автомобілі. Сам механізм, що прив'язує індивіда до суспільства, змінився, і громадський контроль тепер коріниться в нових потребах, вироблених суспільством.»²⁰

1.4. Відчуття володіння

Надлишковість товарів породила відчуття всемогутності у споживача — зараз фактично немає нічого, чого людина не може придбати. Відколи практично будь-який товар є у широкій доступності, а процес його отримання не викликає труднощів, то взаємодія з усім навколишнім світом через позицію привласнення стала для людини звичною. Еріх Фромм, німецький соціолог, називає такий спосіб існування принципом володіння. Це означає, що «ставлення до світу втілюються у прагненні зробити його [світ] об'єктом володіння, в намаганнях перетворити все і всіх, зокрема і себе самого, у свою власність». Тобто, культура споживацтва поступово виховала у людині об'єктивізацію усього, що вона проживає, чи з чим

¹⁹ Бодріяр, Ж. (2006). Суспільство споживання ... С. 12

²⁰ Маркузе, Г. (1994). Одновимірна людина: дослідження ідеології Розвиненого Індустріального Суспільств... С.12

взаємодіє. Можна припустити, що модель привласнення стала новою моделлю буття, а слово споживати сьогодні можна ототожнити до слова існувати. В такому випадку світ є об'єктом, а не простором, а людина - споживачем цього об'єкту. Про це доречно висловлювався вищезгаданий соціолог Еріх Фромм у своїй книзі «Мати чи бути?». Він описав два протилежні стани буття: мати та бути, їх порівняння є центральним предметом міркувань науковця. Він каже: «У культурі, де найголовніша мета - мати, і мати все більше та більше(...)схоже на те, що сама сутність «бути» означає «мати», і коли хтось не має нічого, то він і є ніхто».

Володіння, в теорії К.Маркса, тісно пов'язане з концептом приватної власності. Під приватною власністю, К.Маркс має на увазі не лише, наприклад, вазу, яку людина створила для свого задоволення, він говорить про конкретну форму власності, при якій річ є тільки чиеюсь, і ніхто інший не може нею володіти. Скоріш за все, володар речі, не виготовив річ самостійно, тому К.Маркс каже, що приватна власність — це користування товаром, який створив хтось інший, як своїм власним. Структура приватної власності вказує на те, що людські відносини стали опосередкованими товарами. «Приватна власність, - каже К.Маркс, - зробила нас такими дурними й однобічними [...] на місце всього фізичного і духовного стало просте відчуження всіх цих почуттів почуттям володіння».²¹

Привласнення якомога більшої кількості речей стало основною метою людини та способом вираження її ідентичності. Уявлення про самих себе базується на володінні чимось, і це означає, що людське «Я» — постійно мінливе, адже об'єкти власності потребують безперервного оновлення. Усе матеріальне має вичерпний термін актуальності, тому, наприклад, якщо відчуття власної авторитетності залежить від переліку певних предметів-символів статусу, то зі зникненням новизни таких речей — відчуття також зникає відповідно. Відтак людська самоорієнтація стає залежною від речей. Людина прагне споживати, тому що, фактично, не має засобів, окрім споживання, щоб затвердитись і почуватися живою. Оскільки людині

²¹ Marx, K. (2007). Economic and philosophic manuscripts of 1844 (M. Milligan, Trans.). Dover Publications. С. 188.

бракує стабільного почуття самості, поняття ідентичності в сучасному суспільстві переживає кризу. У пошуку вдоволення своєї потреби до придбання, збереження і примноження власності, рамки володіння масштабується з матеріального до привласнення також, наприклад, «друзів, коханих, здоров'я, подорожей, творів мистецтва, Бога, власного «Я». Усе це вона [людина] розуміє як своє майно, як підвладність своєму контролю (...)»²²

Висновок

Отже, з розвитком консюмеризму, природа людини перелаштувалась до правил матеріального світу, Жан Бодріяр називає це процесом «глибокої мутації в екології людського роду»²³. Консюмеризм приніс за собою великий вплив на самоорієнтацію та структуру людини: вона відчужується від відчуття затвердження власної сутності творця, бо праця стає засобом виживання, а не екстерналізацією людської природи.

Об'єднувальним центром суспільства стали речі. Люди починають сприймати товари радше, як незалежні речі, а не як засоби задоволення потреб.

Людина стає залежною від системи. Споживацтво визначає те, як вона думає, відчуває і що робить. Концепт свободи видозмінюється, вибір, який робить людина корегується системою.

Також, внаслідок поширення споживацтва, у людині вкорінився принцип привласнення, який став основним шляхом взаємодії зі світом та з собою. Валідація життєвого досвіду, відчуття власної сили і цінності, основним чином тепер залежить від того, чим людина володіє.

²² Фромм, Е. (2010). Мати чи бути. Київ: Український письменник. С. 35.

²³ Бодріяр, Ж. (2006). Суспільство споживання (Пер. з фр. Е. А. Самарської). Москва: Республіка. С. 5.

РОЗДІЛ II. МИСТЕЦТВО У КОНТЕКСТІ СПОЖИВАЦТВА

У цьому розділі для мене важливо з'ясувати, що ми розуміємо під концептом мистецтва, і як воно змінюється у капіталістичному контексті.

2.1. Що таке мистецтво?

Мистецтво є проявом людського існування, явищем, яке всепроникно присутнє у житті людини. Філософ Фрідріх Ніцше доречно назвав мистецтво «утвердженням, благословенням, прославлянням існування».²⁴ Для мене в цьому твердженні втілено те, як присутність мистецтва впливає на людське буття і затвердження власної присутності у світі.

Важко визначити те, що саме ми називаємо мистецтвом, тому що це відкрита концепція, яка постійно розвивається. Мистецтво є рефлексією суспільства та культури, і змінюється разом із суспільними процесами. На мою думку, мистецтво — поняття з ефемерною будовою і залежністю від суб'єктивного сприйняття. Позаяк, оформлювати мистецтво в конкретне визначення, означає обмежувати його сутність, адже як поняття, воно є гнучким і зазвичай використовується для опису величезного діапазону діяльності, об'єктів і досвіду. Для того, щоб зрозуміти мистецтво, є сенс розглядати різні інтерпретації цієї концепції.

Маріам-Вебстерський словник дає декілька визначень мистецтву, два з яких такі: «1) Навичка, отримана досвідом, вивченням або спостереженням; 2) Свідоме використання навичок та творчої уяви, особливо у виробництві естетичних об'єктів»²⁵. Словник Коллінс пропонує таке тлумачення: «Мистецтво складається з живопису, скульптури та інших зображень або об'єктів, створених для того, щоб люди могли дивитися на них, захоплюватися або глибоко задумуватися»²⁶. Такі визначення мають сенс і на них можна опиратись у дослідженні, однак, для мене

²⁴ Nietzsche, F. W., Kaufmann, W., & Hollingdale, R. J. (1968). *The will to power*. Vintage Books ed. New York, Vintage Books.

²⁵ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/art>

²⁶ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/art>

важливо розглянути ідею мистецтва з трохи ширшої оптики. Для цього можна використовувати філософські трактування мистецтва, а також, наприклад, те, як самі митці сприймають його.

Письменник Джеймс Болдвін каже: «Мета мистецтва - оголити запитання, які були приховані відповідями»²⁷, - і це визначення широко розставляє рамки розуміння терміну, на противагу, наприклад давньогрецьким та римським філософам. Останні надто вузько репрезентують визначення терміну, як от Сенека, котрий вважав, що: «Усе мистецтво - це лише імітація природи»²⁸. Арістотель виставив тлумачення трохи ширше: «Мистецтво завершує те, чого природа не може довести до кінця. Художник дає нам знання про нереалізовані цілі природи»²⁹. Твердження Сенеки і Арістотеля розкривають ідею, що мистецтво напряму пов'язано з природою: або імітує її, або розширює її рамки. Однак, не завжди мистецтво імітує реальність. Часто митці зображають об'єкти та досвіди, які не схожі ні на що, природно присутнє у світі. Цей аспект мистецтва можна назвати світотворчим. Письменник Чінуа Ачебе добре резюмує це, коли описує мистецтво, як «Постійне зусилля людини створити для себе порядок реальності, відмінний від того, який їй даний»³⁰. Інакшими словами ідею світотворчості мистецтва пояснив Елберт Хаббард: «Мистецтво - це не річ, а спосіб»³¹. Я погоджуюсь з таким формулюванням, бо, для мене, мистецтво не варто обмежувати визначеною формою. Це радше проживання процесу, який, звісно, може бути втіленим у візуальні та матеріальні образи, але в першу чергу є усвідомленим актом, а не результатом.

2.2. Мистецтво в культурі споживацтва

Для того, аби аналізувати мистецтво в контексті споживацтва, я спиратимусь на теорію Джона Дьюї, філософа 1920-х років, напрацювання якого надзвичайно

²⁷ Baldwin J. THE CREATIVE PROCESS / James Baldwin, 1962.

²⁸ Seneca, Moral Letters to Lucilius/Letter 65, 65 CE.

²⁹ ARISTOTLE, PHYSICS (LECTURES), 350 BCE.

³⁰ Achebe C. The Truth of Fiction / Chinua Achebe, 1990.

³¹ Hubbard E. Little Journeys to the Homes of Great Teachers, / Elbert Hubbard, 1908.

важливі у школі американського прагматизму. У вченого дивовижна теорія, яка зосереджується на ідеї мистецтва, як засобу обміну. Він називає мистецтво найефективнішим режимом комунікації, який існує³². В теорії Дьюї найважливіша ідея полягає в тому, що мистецтво — це не просто річ сама по собі, а «те, що він [твір] робить з досвідом і на досвіді».³³ Тобто, Дьюї каже, що мистецтво не обов'язково повинно конструювати артефакти, радше бути певним пережитим досвідом, який, звісно, можна втілити через різні форми: звук, танець, одяг, дія. Для мене це і є суттю мистецтва. Надзвичайно майстерний малюнок стає таким, яким він справді є, у взаємодії з людиною.

Дьюї розділяє два способи взаємодії з мистецтвом: проживання та розпізнавання. У сучасності замість того, щоб справді проживати мистецтво, під чим Дьюї має на увазі входження в потік або ритм твору, як органічного цілого, яке розповідає нам щось про світ або змушує нас відчувати щось, ми схильні розпізнавати твір мистецтва — обмежуватися миттєвим і поверхневим усвідомленням його. Оскільки, суспільство споживачів не вміє взаємодіяти з чимось інакше ніж, як із товаром, то це правило розповсюджується на сферу мистецтва також. Люди мають тенденцію розпізнавати мистецтво радше, ніж щиро проживати його, як досвід. Прикладом може слугувати феномен фотографування картин в галереях, що репрезентує відсутність живої взаємодії з мистецтвом, та те, що умови нинішнього суспільства роблять фотографування найбільш зрозумілим способом відчувати мистецтво. Камера стає посередником присутності людини з витвором художнім твором, тому що інакшого способу взаємодії ми не знаємо. Відтак, людина схильна вводити себе в оману ідеєю, що справді проживає мистецтво, просто розпізнаючи його.

Ще одна важлива ідея Дьюї полягає в тому, що мистецтво не повинно бути ізольованим в окрему сферу. Адже, коли його помістити у музеї і галереї, воно

³² Dewey, J. (1934). *Art as Experience*. New York: Perigee Books. С. 22

³³ Dewey, J. (1934). *Art as Experience*...С. 3

розглядається, як щось недотичне до звичайних людей. Така практика, за Дьюї, погано впливає, як на мистецтво, так і на людей. Коли мистецтво виривається з контексту буденності, воно стає менш цікавим. Автономія мистецтва є симптомом неповноцінного капіталістичного споживацького режиму нашого суспільства. Це тому, що наші способи співдії з ритмами повсякденного життя одне з одним настільки збідніли, що ми налаштовуємо мистецьку сферу на такий же ізольований формат. Мати автономну сферу мистецтва, відокремлену від кожного життя, особливо відокремлену від життя пересічних громадян, і більш доступну для небагатьох привілейованих еліт - це проблема. Тому Джон Дьюї виступає за інтеграцію мистецтва в повсякденне життя.

2.3. Критичне мислення

У 1930 році Вальтер Беньямін написав впливове есе³⁴, в якому наводить аргументи, подібні за духом до аргументів Джона Дьюї. На думку Беньяміна, метою мистецтва є спонукати глядача перейти від простого сприйняття об'єкта до набагато ширшого погляду на соціальну реальність. Інакшими словами, мистецтво активізує у людині критичну оцінку соціального статус-кво. Однак, на хвилі промислової революції, люди бомбардуються великою кількістю репродукцій художніх творів, що у наслідку ускладнює здатність до критичної оцінки мистецтва. Людині стає складніше зробити крок назад і порефлексувати над тим, як конкретний твір мистецтва був створений та, як зображає соціальну реальність. Наприклад, проблема кінематографа, на думку Беньяміна, полягає в тому, що люди дозволяють фільму поглинути їх, не роблячи кроку осторонь, щоб поміркувати над конструктивними елементами монтажу.

Зі збільшенням різноманітності та доступності мистецтва — зменшилась кількість уваги при взаємодії з ним. Критична оцінка реальності ускладнюється, бо глядач ставиться до взаємодії з мистецтвом, як до миттєвого досвіду, без затримки на

³⁴Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction* (J. A. Underwood, Trans.). Penguin Books.

конкретному творі. Поняття затримки тут можна розуміти буквально, тому що ми справді не проводимо багато часу з мистецтвом: середній відвідувач музею, припускаю, витрачає не більше як хвилину, розглядаючи картину, перш ніж перейти до наступної. З іншого боку, поняття затримки можна трактувати, як метафоричне, оскільки затримана взаємодія з мистецтвом означає здатність до його критичного аналізу. Тому Беньямін висловлює надкритичну оцінку до поверхневого способу споглядання мистецтва, бо це веде людину до покірності системі.

Культивування дистанції між глядачем і твором мистецтва, може створити умови для критичного осмислення реальності. Однак, тут слід розрізнати два види дистанції: перший, про який говорить Беньямін, дозволяє активізуватись критичному мисленню, і другий, який Карл Маркс називає байдужістю³⁵. Останній, називає байдужістю наше ставлення до усіх товарів оскільки вони ціннісно взаємозамінні з іншими товарами на ринку. Наприклад, картина цінна тому, що коштує 24.5 мільйони доларів, а не через фактичний свій вміст. І ця взаємозамінність, яка зумовлена еквівалентністю будь-якого іншого твору мистецтва вартістю 24.5 мільйони доларів, означає, що ми стаємо байдужими до цього твору мистецтва. Коли мистецтво є товаром, то ми схильні оцінювати його лише з точки зору грошової та мінової вартості, а не через його унікальні властивості. У такому випадку, ми стаємо байдужими твору мистецтва. Концепція дистанції, яку ми отримуємо від Бенджаміна, суперечить байдужості, про яку говорить К.Маркс. За Беньяміном, дистанція є чимось на кшталт відстані, яка, не скасовуючи зацікавленості твором мистецтва, дає простір відступити від нього, щоб дозволити активізуватися критичному мисленню.

Коли ми думаємо про те, що твори мистецтва стають взаємозамінною товарною формою, слід згадати те, що інший філософ Франкфуртської школи, Теодор Адорно, називає індустріями культури.³⁶ Культурні індустрії — це

³⁵ Marx, K. (2007). Economic and philosophic manuscripts of 1844 (M. Milligan, Trans.). Dover Publications

³⁶ Adorno, T. and Horkheimer, M., 1944. Frankfurt School: The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception.

механізоване виробництво, так званого, низького мистецтва, тобто такого, яке не має великих естетичних переваг та заохочує покірність. З позиції науковця, дозвілля повинно бути простором для саморозвитку і розширення рамок знань про себе, джерелом розвитку і реформацій, а не бездумною розвагою. Сучасна популярна культура: фільми, телепередачі, музика, радіо, журнали та соцмережі, на думку Адорно, створені для відволікання, відчуження від розуміння самих себе і приглушення бажання чинити спротив системі, у якій людина живе.

2.4. Мистецтво та ринок

У суспільстві, яке пов'язане воєдино споживацтвом, цілком логічно, що мистецтво також сприймають, як товар. Комерціалізація світу мистецтва створює умови, в яких цінність картини визначається за її вартість на аукціоні, а не за почуття, які вона викликає у глядачів. Найперше, що люди намагаються зробити, потрапивши до музею — це заволодіти твором, фотографуючи його (Зображення 1). Це класичний випадок того, як фізичні та духовні почуття людини обмежились до відчуття привласнення: ми хочемо володіти речами, а коли це не вдається, ми хочемо заволодіти досвідом. Людина розглядає все, як товар для споживання.

Історично, мистецтво, так чи інакше, завжди було пов'язане з ринком. Прикладом може слугувати місце меценатів в Італії епохи Відродження. Родині Медічі, впливовій династії правителів Флоренції, можна завдячити існуванням багатьох неймовірних творів мистецтва, які ми маємо зараз. Серед художників, що отримували підтримку від Медічі, були такі майстри, як Сандро Боттічеллі, Леонардо да Вінчі, Мікеланджело Буонарроті та Рафаель Санті. Медічі часто розміщували твори мистецтва у своїх домівках чи приватних колекціях, які, у той час, були недоступні для публіки. Британський історик мистецтва Майкл Баксендейл зазначає, що перший крок у напрямку, який ми тепер можемо назвати комерціалізацією мистецтва, стався саме в епоху Відродження, коли багато образотворчого мистецтва, особливо живопису, були предметом дуже високого

ступеня договірної визначеності. Мистецтво створювалось, як правило, для релігійної, політичної чи торгової еліти. Отже, існував ринок і митець творив під впливом економічних умов.

Соціологиня мистецтва Діана Крейн у своєму дослідженні ³⁷ каже, що зміни наприкінці 20-го століття ще більш змінили гру, оскільки вони дозволили мистецтву, у системі термінів К.Маркса, стати чистим товаром. Вона пояснює цю комодифікацію мистецтва двома подіями, які спричинили цілу революцію в тому, як оцінюють мистецтво. Першою з них є зміна простору, пов'язаного з образотворчим або великим мистецтвом. Вона стверджує, що протягом 19 та 20-го століття місцями, куди ви повинні були піти, щоб знайти образотворче мистецтво, стали галереї та музеї. Однак наприкінці 20 століття географія образотворчого мистецтва змінилася – на зміну музеям та галереям прийшли арт-ярмарки та аукціонні доми. Різниця між ними суттєва, тому що, для того, щоб робота потрапила до музею, її повинен обрати куратор. Демонструючи творчість конкретного митця, куратор оцінює символічну цінність внеску цього творця в мистецтво. На противагу, аби виставити свої роботи на арт-ярмарку, митець повинен заплатити. У такому випадку, доступність поширення мистецтва залежить від того, чи автор має змогу оплатити «вхідний квиток» у світ мистецтва. Згідно з дослідженнями Крейн, зростання мистецьких ярмарків і мистецьких аукціонів означало, що світ мистецтва перейшов від символічного виміру до суто матеріального, де єдине, що має значення з точки зору створення мистецької репутації, це за скільки грошей певна робота продається, а не те, яке місце вона займає в історії світового мистецтва.

Друга зміна, яка спричинила революцію в тому, як оцінюють мистецтво, на думку Крейн, це зростання мегаколекціонерів. Ці люди представляють новий тип колекціонерів мистецтва, що з'явився наприкінці 20 століття. Мегаколекціонер у світі мистецтва визначається як особа, яка має активи щонайменше 30 мільйонів

³⁷Crane D. Reflections on the Global Art Market: implications for the Sociology of Culture / Diana Crane.

доларів і може використовувати ці активи для купівлі та продажу мистецтва. Крейн зазначає, що, хоча людей, які мають стільки грошей, не так багато, вони представляють від 80 до 90% світового ринку мистецтва в цілому. Отже, ця вибірка справді заможних людей, разом зі своїми цінностями та світоглядами, заповнили ринок, і він, у наслідку, організувався навколо їхніх бажань, інтересів і переконань. Для прикладу можна згадати Франсуа-Анрі Піно, який є одним із 20 найбільших мегаколекціонерів у світі. Він є власником кількох великих музеїв у Франції. Один з найвідоміших - це Музей д'Орсе в Парижі, який містить понад 4 тисяч картин, скульптур та декоративно-прикладного мистецтва відомих митців, таких як Ван Гог, Моне, Дега, Ренуар та інші. Інший музей-власність Піно, під назвою The Bourse de Commerce, розташований у центрі Парижа. Музей має площу понад 10 тисяч квадратних метрів, представляє колекцію близько 5000 робіт сучасного мистецтва, яка охоплює твори таких відомих художників, як Сіні Офферта, Джерар Ріштейн, Джейсон Роджерс та інші. Музеї, якими володіє мегаколекціонер, суперечливо називати музеями, тому що вони не мають публічної функції та орієнтації, і були приватними від початку створення. Роботи, що представлені у цих музеях, є по суті, приватною колекцією, виставленою на показ. Такі люди, як Франсуа Піно домінують на ринку, тому що контролюють капітал. Завдяки своєму багатству, вони впливають на те, яке мистецтво купується та продається. Ба більше, вони контролюють і те, яке мистецтво створюється, бо для того, аби роботи митця продавалися, він повинен задовольнити потреби цієї специфічної спільноти багатіїв.

У статті під назвою «Цифрове походження та твори мистецтва як похідні»³⁸ Маккензі Уорк, науковиця медіа та культурології, стверджує, що мистецтво настільки комодифікувалось у 20-му та 21-му століттях, що воно навіть більше не є товаром, а тим, що вона називає, похідним (англ. derivative). Похідне мистецтво означає, що його вартість більше не походить від того, яким воно є та від місця, яке воно займає

³⁸ McKenzie W. Digital Provenance and the Artwork as Derivative [Електронний ресурс] / Wark McKenzie // E-flux Journal. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.e-flux.com/journal/77/77374/digital-provenance-and-the-artwork-as-derivative/>.

на конкретному ринку, а радше від його близькості до інших джерел вартості, особливо тих, що пов'язані зі славою та впливом. Наприклад, картина як похідна, є цінною не тому, що це чудова картина, а тому, що вона належить відомій співачці, чи політичині.

У підсумку, можна зазначити, що історично мистецтво і ринок мали багато перетинів. Однак, в межах останніх ста років, гроші зайняли ще більш владну позицію у світі мистецтва. Це спричинило знецінення символічного мистецького значення і домінацію його ринкової вартості. Також, свобода митця у споживацькому світі обмежилась ще більше, адже тепер, той хто володіє капіталом - визначає, яке мистецтво виробляється і наскільки воно доступне для глядача.

Одна з особливостей, відомих про культуру споживацтва, полягає в тому, що вона гнучка і багатогранна, а особливо, як легко вона ковтає все, що намагається їй протистояти. Таке правило розповсюджується на світ мистецтва також. Прикладом може слугувати випадок з роботою Бенксі, представника сучасного вуличного мистецтва. У 2018 році його\її картина «Love is in the Bin» була продана за 1,4 мільйона доларів на аукціоні Сотбі³⁹ — одному з найстаріших світових аукціонних домів (Зображення 2). Але відразу після того, як картина була продана, вона опустилася через шредер, який був вбудований у нижню частину рами. Шредер не спрацював до кінця, тож картина залишилась напівзруйнованою. Сотбі заявили, що це перший в історії твір мистецтва, створений наживо під час аукціону. У висновку, напівзруйнований витвір мистецтва, який претендував бути антиспоживацьким коментарем про ефемерність мистецтва, став перформансом, який було продано за 25,4 мільйона доларів.

Ідею Бенксі можна вважати критикою споживацтва та ринків мистецтва, оскільки вона мала на меті знищити чийсь капітал відразу після інвестування: картина, за яку хтось збирався заплатити 1,4 мільйона доларів, за лічені секунди після продажу

³⁹ Reyburn S. Banksy's Shredding Artwork Is Auctioned for \$25.4 Million at Sotheby's [Електронний ресурс] / Scott Reyburn // The New York Times – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/2021/10/14/arts/design/banksy-art-sothebys-auction.html>.

повинна була знецінитись. Прямо перед знищенням твору, Бенксі опублікував у своєму Instagram пост із написом «going going gone»⁴⁰. Можна припустити, що слова одночасно були посиланням до аукціонної практики продажу, що супроводжується дослівно такою ж фразою, а також метафоричним посиланням до процесу знищення капіталу, який Бенксі збирався зробити. Однак, намір митця справдився з точністю до навпаки: через самознищення, вартість роботи зросла і значно подорожчала. Це чудовий приклад того, як капіталізм отоварює навіть ті речі, що прагнуть до опозиції.

Висновок

Отож, у контексті споживацтва, мистецтво перетворилося на товар. Комерціалізація світу мистецтва створила умови, в яких цінність картини визначається за її вартість на ринку. Також змінилась взаємодія людини з мистецтвом. Узагальнюювальною рисою, яка характеризує цю трансформацію, є відсторонене сприйняття, чи інакшими словами неприсутність з мистецтвом. Тобто, споглядач перестає бути залученим у досвід, який проживає. Пояснюючи цей процес термінологією Дж. Дьюї, споглядач радше розпізнає мистецтво, а не справді проживає його. Така зміна зумовлена тим, що капіталістичний устрій заангажований робити людину менш залученою і більш пасивною. Позаяк, відсторонене сприйняття мистецтва спричиняє покірність системі і відчуження людини.

РОЗДІЛ III. АНТИСПОЖИВАЦЬКЕ МИСТЕЦТВО

У цьому розділі мені важливо розглянути реакцію мистецтва на споживацтво, а зокрема на проблему тотальної матеріалізації і відсторонення людини від себе. Я ставила за мету знайти мистецький простір, який у своїх практиках протистоїть

⁴⁰ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/p/Bokt2sEhlsu>.

споживацтву. Я хочу дослідити, як напруга між системою і мистецтвом інтерпретується простором Soma.майстерня.

3.1. Приклад Soma.майстерні

У діджитал просторі, Soma окреслила назву своїй діяльності як таку: вільний простір для праці та дослідження; спільнота активних людей, що займаються створенням альтернативного дозвілля, через експеримент та практики рівності. А також через зв'язок з тілом, у практиках танцю, музики, експерименту, чи перформансу досліджують мистецтво. Я провела розмову із засновницею Майстерні Soma, Ольгою Марусин, у якій докладніше дослідила кожен з частин даного визначення та кореляцію Майстерні зі споживацтвом.

3.1.1. Soma як явище

У інтерв'ю, Ольга Марусин, розповідає, що з моменту створення, команда Майстерні пройшла багато стадій конфлікту із системою. Найпершим постало питання видимості та самоідентифікації. Найчастіше, коли новий простір відкривається, у нього вже є бренд, стратегія та цільова аудиторія, тому соціум звик сприймати нові явища, як такі, що мають зрозумілу айдентіку, пояснює Ольга. Soma не мала її, і це викликало тривогу, заперечення та конфлікт з боку споживачів. «Поки це [явище] розвивається, ти мусиш називати те, що ти робиш, і це [означення] завжди трохи відстає від того, чим це [явище] є насправді»⁴¹, каже Ольга. Соціум хоче називати й підлаштувати ідею під попередньо готовий концепт: якщо це простір для експериментів і співпраці, фокусований на тілесності — значить це йога-студія, пояснює засновниця. Діяльність Майстерні з самого початку була інтуїтивною і не намагалась окреслитись у конкретну форму. Ольга доречно тут пояснює різницю між поняттям явища та послуги, це розрізнення, як на мене, є важливим: «Якщо з'являється якесь явище унікальне, культурне, наприклад, то воно, якби, існує заради

⁴¹ Інтерв'ю з Ольгою Марусин, зап. 25.04.2023 “Ольга Марусин” 00:12:25 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1EmGjYDXizzFW1InRnRw-f3lsUmY2mGaQ>

себе самого, бо йому, типу, класно існувати.» Однак при спробах цього явища «залишитись на місці, то [воно] перетворюється на послугу(...)».⁴² Soma, на мій погляд, є втіленням ідеї гнучкості та ліквідності. Ольга каже:

«Багато разів за той час, скільки Soma існувала, і зараз також, є питання продовження і утвердження існування цього явища, і це так само цікава штука, бо воно може перестати існувати, і в цьому також нема нічого поганого, і, може, це є частина [явища soma], бо воно було-було і зараз зникло. І ти не намагаєшся утвердитись, як якась штука, яка буде існувати завжди, тому що це бажання змушує тебе якось трошечки закостеніти, якось укласти це все в якусь зрозумілу форму, бо в незрозумілій формі існувати складно і деколи виснажливо».⁴³

Виходить, Soma — це явище, схоже до живого організму, який має свої ритми. При спробах насильно укласти цей організм в зрозумілу систему чи алгоритм, він втрачає свою сутність. Це також відсилає мене до ідей Джона Дьюї, описаних раніше у Розділі 2, який говорить про те, що мистецтво у своїй ідеальній формі є прожитим досвідом. Коли Ольга називає Soma – явищем, а не послугою, це для мене означає, що простір є втіленням ідеї мистецтва, як досвіду, у термінології Дьюї.

Soma, на мою думку – унікальний приклад того, як експериментальне, інтуїтивне, автономне явище існує у споживацькому світі. Це явище живе заради себе самого і не перетворюється на послугу, як каже Ольга. Відтак виходить, що Soma як мистецтво, у своїй структурі є конфронтаційним споживацтву, бо воно не має стратегії, чи мети продажу послуг.

3.1.2. Soma як експеримент

Розповідаючи про події, що були найбільш яскравим проявом того, чим була Soma, засновниця згадує про серію кольорових вечірок. Через те, що люди почувались вільно тілесно, виходили «справді яскраві класні, ні на що не схожі події»⁴⁴ Вони містили в собі п'ятихвилинні перформанси, які збирали попередньо по відкритому

⁴² Там само. Запис “Ольга Марусин 2” 00:10:36

⁴³ Там само. Запис “Ольга Марусин 3” 00:17:30

⁴⁴ Так само. Запис “Ольга Марусин” 00:16:33

запиту. На цих виступах людина могла презентувати що завгодно. Вечірки також складалась з колективної хореографії: «повний зал, 80 квадратних метрів і всі танцюють одні й ті ж самі рухи»⁴⁵, розповідає Ольга.

Також, Ольга згадує про приїзд митця з Японії, який робив на Soma музичний виступ. Перформанс являв собою практику, при якій звук синхронізувався із диханням митця та, відповідно, відтворював ритми діафрагми у формі звуків. Виступи були короткі й мали заспокійливий ефект для слухача. У інтервалах, люди тихо спілкувались між собою, а хтось малював на великому полотні. «Час розвивався класно», коментує Ольга.

Узагальнювальною особливістю подій у Майстерні є експериментальний характер подій Soma. Неможливо передбачити, як різні люди скомбінуються між собою і яким буде процес взаємодії. Оскільки, в подіях Майстерні немає очікуваної системи, вони щоразу розвиваються по-різному. Ольга додає, що відпускати контроль у таких умовах дуже виснажливо, проте, в якомусь сенсі, звільняюче. З часом «ти з цим [відсутністю контролю] вчишся давати раду». Засновниця також проводить цікаву аналогію, коли розповідає, про те, що після початку повномасштабного вторгнення у Львові тимчасово впали стіни між людьми, відкрились усі двері, люди співпрацювали та були відкриті до допомоги. Простір міста став неозначеним, мінливість ситуації створила умови, де необхідна абсолютно включена увага. Люди були вмотивовані і робили щось разом. «(...)Я одразу впізнала це середовище(...) це для мене не нове, це для мене зрозуміле місце»⁴⁶, каже Ольга, відсилаючись до того, що така ж атмосфера панує в Soma.

Тож, описуючи Soma.майстерню, як вільний простір для праці та дослідження, це означає відсутність обмежень, означеності та правил; де фокус тримається на інтуїтивності та активній включеності в процес.

⁴⁵ Там само. Запис “Ольга Марусин” 00:16:07

⁴⁶ Інтерв’ю з Ольгою Марусин, зап. 25.04.2023 “Ольга Марусин 4” 00:10:10 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1EmGjYDXizzFW1InRnRw-f3lsUmY2mGaQ>

3.1.3. Soma як простір альтернативного дозвілля

Події Soma — це дозвілля, яке вимагає некомфортної активної присутності. Ідея альтернативного дозвілля, що лежить в цінностях Майстерні, означає більш включене проведення часу, «гру за незрозумілими правилами»⁴⁷. Через невеликий розмір приміщення і кількість людей, які відвідують події, Soma створює ситуації протилежні до тих, «де ти можеш загубитися в юрбі»⁴⁸, як каже Ольга. Тому події викликають свого роду внутрішній дискомфорт для відвідувача через свій перформативний формат. Це місце, де ти дієш, і де ти – видимий. Ольга описує такі умови, як: «Усі на всіх дивляться»⁴⁹ і це незвично, бо людям некомфортно відчувати свою присутність. «Місце (...) неозначеності, гри, і присутності в просторі, це все я взяла з танцю (...) Якщо спілкуватись, то давайте так.»⁵⁰ - коментує засновниця Майстерні. Досвід різних танцювальних практик дав Ользі розуміння, яке середовище вона хоче створити: з динамічною взаємодією, де можна на щось впливати, відчуваючи страх та цікавість. Цінність активно включеного дозвілля відсилає мене до ідей Теодора Адорно, згаданих раніше у Розділі 1. Оскільки, споживацька система заангажована робити людину пасивною і покірною, у такому суспільстві панує культура незалученого дозвілля. Майстерня Soma, на мою думку, конфронтує з цією ідеєю, залучаючи людину до активно включеного і, через це некомфортного, проведення часу.

3.1.4. Ідея тілесності у Soma

Однією з ключових у Soma.майстерні є ідея тілесності. За словами засновниці, Soma — це простір, який дружній до тіла і дозволяє йому більше, ніж будь-які інші публічні простори в місті. «Ти роззуваєшся, ти можеш сидіти, лежати, тобто у тебе вільне тіло. (...) Немає місця, де ти маєш посидіти, а тут — потанцювати.»⁵¹ Така

⁴⁷ Там само. “Ольга Марусин” 00:21:30

⁴⁸ Там само. 00:22:13

⁴⁹ Там само. 00:22:25

⁵⁰ Там само. 00:27:53

⁵¹ Там само. 00:16:16

свобода дозволяє людям почуватись розслаблено. У практиці роззування і сидіння на підлозі простір менш фіксує тіло. На відміну від стільця, базовий контакт з підлогою також не має конкретних правил, як саме людина повинна сидіти. Далі розкриваючи питання тіла у створеному людиною середовищі, Ольга наводить приклад Японії, як системи, що не обмежує проявлення тіла в певних його аспектах. Перформативність навколо практик тілесності у публічних місцях цієї країни, така, ніби, ти в присутності інших людей робиш щось наодинці, каже Ольга. Простір і звичаї Японії влаштовані так, що вербальна соціалізація не домінує, людина вільна приділити час собі. Такі принципи привітності до тіла перегукуються з ідеями, закладеними в основу Soma.майстерні.

Орієнтація на відчуття в тілі, надання йому більшої свободи спонукає до контакту з собою. У розмові Ольга вжила словосполучення «думати через тіло»⁵². Воно для мене найкраще ілюструє ідею зв'язку з власними імпульсами та прислухання до них. Це відсилає мене до концепту відчуження, про який згадано у Розділі 1. Існування в споживацькій системі передбачає відсторонення людини від своєї природи та внутрішніх інтуїтивних бажань. Первинні потреби людини якісно замінюються системою на штучно сконструйовані: людський імпульс проходить через фільтр системи і потреба видозмінюється. Принцип прислухання до тіла, «думання» через нього – є, як на мене, опозицією до ідеї відчуження.

3.1.5. Soma як простір рівності

Ще однією цінністю, закладеною у Soma, є відсутність фіксованої вертикалі, ієрархії в будь-якій діяльності цього місця. Учасники мають можливість для того, щоб проявити ініціативу, включитись у творення Soma, та вносити свої зміни. Soma.майстерня — простір, дружній до будь-яких ідей. У принципах Майстерні є збалансоване співіснування різних ідеологій. Soma спонукає до ширшого розуміння

⁵² Там само. Запис “Ольга Марусин” 00:25:57

практик, а не прицільне наслідування окремих ідей. Ольга розповідає, що у якійсь статті (назву не уточнює), Soma віднесли до місць духовного розвитку, йшлося про езотеричні практики та йогу. Команда була кардинально проти такого формулювання, тому що воно містить конкретну ідеологію, а Soma втілює ідею рівності та відкритості до різносторонніх практик чи ідей.

3.1.6 Фінансування Soma

Попри те, що Soma як явище видається мені опозицією до капіталізму, фактор грошей має значення в існуванні Майстерні. «Одне з наших питань основних завжди було, звідки брати гроші»⁵³, коментує Ольга. Вона розповідає, що через повномасштабну війну, було не дуже багато культурного продукту, який творився в Soma. Однак, навіть ті недотичні до мистецтва, а радше до війни, речі — помітили. Так, нідерландські митці, через мистецькі зв'язки дізнались, що учасники Soma готують суп для тих, хто потребував і створили ініціативу Mirror soup kitchen.⁵⁴ Ідея проекту полягала в детальному копіюванні процесу приготування і презентування супу. Soma записувала нідерландським митцям рецепт і вони готували ідентичний суп, точно так само подавали його: в пластикових стаканчиках, зі шматочком хліба і серветкою. Потім митці у різних місцях Нідерландів суп продали без фіксованої ціни. Їм сподобалась ідея повторювання, котра є багато в чому хореографічною, коментує Ольга. Виходить, колеги-митці не просто меценати Майстерні, вони, допомагають фінансово у перформативний спосіб: пропонують мешканцям Нідерландів пережити копію того досвіду, що проживають люди у Львові. Відтак, копіювання набуло мистецького сенсу й у такий спосіб Soma зараз має фінансову підтримку. Це досить антикапіталістичний спосіб, каже Ольга, і я погоджуюсь з нею.

⁵³ Там само. Запис “Ольга Марусин 2” 00:17:33

⁵⁴ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/mirrorsoupkitchen/>

Висновок

Отож, підсумовуючи розмову з Ольгою Марусин, засновницею Soma, я можу описати Майстерню, як місце неозначеності, гри, присутності в просторі, контакту з тілом, свободи та рівності. Soma – унікальний приклад того, як експериментальне, інтуїтивне, автономне явище існує у споживацькому світі. Soma як мистецтво, у своїй структурі є конфронтаційним споживацтву, бо воно не має стратегії, чи мети продажу послуг. Герберт Маркузе казав, що «Будь-яке звільнення невіддільне від усвідомлення рабства.»⁵⁵ Динаміка навчання потреб за останнє століття не зменшувалась, а «усвідомлення рабства» відбувається, якщо існують такі явища, як Soma.

⁵⁵ Маркузе, Г. (1994). Одновимірна людина: дослідження.... С.9

ВИСНОВКИ

Аналіз досліджуваної теми та літератури дає підстави стверджувати, що споживацтво принесло за собою великий вплив на самоорієнтацію та структуру людини. Послугуючись критичними теоріями капіталізму, зокрема теорією відчуження Карла Маркса, можна стверджувати, що система споживацтва спонукає до відсторонення людини від своєї природи та внутрішніх інтуїтивних бажань. Праця стала засобом виживання, а не екстерналізацією людської природи, а об'єднувальним центром суспільства стали речі. Люди почали сприймати товари радше, як незалежні речі, а не як засоби задоволення потреб.

Досліджуючи перетин контексту споживацтва та мистецтва, можна підсумувати, що мистецтво також перетворилося на товар. Комерціалізація світу мистецтва створила умови, в яких цінність твору мистецтва визначається за її вартістю на ринку. Також, змінилась взаємодія людини з мистецтвом. Узагальнювальною рисою, яка характеризує цю трансформацію, є відсторонене сприйняття, інакшими словами – неприсутність з мистецтвом. Тобто, споглядач перестає бути залученим у досвід, який проживає. Така зміна зумовлена тим, що капіталістичний устрій заангажований робити людину менш залученою і більш пасивною. Позаяк, відсторонене сприйняття мистецтва спричиняє покірність системі і відчуження людини.

Послугуючись описовим методом дослідження та інтерв'ювання, я проаналізувала досвід засновниці української експериментальної мистецької майстерні Soma.майстерня. У розмові я дослідила, як в інтерпретації засновниці, ідея майстерні корелює з культурою споживацтва, проблемою тотальної матеріалізації й відсторонення людини від себе. Моє припущення, про те, що Soma становить опозицію споживацтву, справдилось. Soma – приклад того, як експериментальний, інтуїтивний, автономний феномен існує у споживацькому світі. Оскільки явище

Soma не перетворюється на послугу, не має стратегії, чи мети продажу, його можна вважати конфронтаційним споживацтвом. Цінності та ідеї закладені у майстерню також підтверджують мою гіпотезу. Події Soma — це дозвілля, яке вимагає некомфортної активної присутності. У такий спосіб майстерня конфронтує з ідеєю пасивного дозвілля, яка характерна споживацтву, залучаючи людину до активно включеного проведення часу. У Soma є принцип прислухання до тіла, «думання» через нього — це, на мій погляд, становить опозицію до ідеї відчуження. Експериментальний характер подій, цінність рівності та свободи — також характеризують Soma, як антиспоживацьке мистецтво.

Отож, сформувавши теоретичну базу з теорії та дослідивши характеристику явища Soma, можемо твердо висновувати про актуальність та важливість цього дослідження. Такі явища, як Soma, репрезентують опозицію споживацтву та обмеженню цінності мистецтва до матеріальної. Вони є просторами, де людина повертає собі відчуття залученості та чутливості до внутрішніх імпульсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Bauman Z. *Consuming Life* / Zygmunt Bauman. – Cambridge: Polity Press, 2007.
2. Ferguson N. *Civilization: The West and the Rest.* / Niall Ferguson., 2011.
3. Marx, K. (2007). *Economic and philosophic manuscripts of 1844* (M. Milligan, Trans.). Dover Publications.
4. Hegel, G. W. F. (1979). *Phenomenology of spirit* (A. V. Miller, Trans.). Oxford University Press. С.75
5. Fromm, E. (1961). «Marx's Concept of Man». Frederick Ungar Publishing, New York
6. Бодріяр, Ж. (2006). *Суспільство споживання* (Пер. з фр. Е. А. Самарської). Москва: Республіка. Ст. 5
7. Lukács G. "Reification and the Consciousness of the Proletariat" / György Lukács // *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics* / György Lukács., 1923.
8. Маркузе, Г. (1994). *Одновимірна людина: дослідження ідеології Розвиненого Індустріального Суспільств.* Москва:FEFL-book.
9. Фромм, Е. (2010). *Мати чи бути.* Київ: Український письменник.\
10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/art>
11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/art>
12. Nietzsche, F. W., Kaufmann, W., & Hollingdale, R. J. (1968). *The will to power.* Vintage Books ed. New York, Vintage Books.
13. ARISTOTLE, PHYSICS (LECTURES), 350 BCE.
14. Seneca, Moral Letters to Lucilius/Letter 65, 65 CE.

15. Baldwin J. THE CREATIVE PROCESS / James Baldwin, 1962.
16. Achebe C. The Truth of Fiction / Chinua Achebe, 1990.
17. Hubbard E. Little Journeys to the Homes of Great Teachers, / Elbert Hubbard, 1908.
18. Dewey, J. (1934). Art as Experience. New York: Perigee Books. С. 22
19. Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction* (J. A. Underwood, Trans.). Penguin Books.
20. Adorno, T. and Horkheimer, M., 1944. Frankfurt School: The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception.
21. Crane D. Reflections on the Global Art Market: implications for the Sociology of Culture / Diana Crane.
22. McKenzie W. Digital Provenance and the Artwork as Derivative [Электронный ресурс] / Wark McKenzie // E-flux Journal. – 2016. – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.e-flux.com/journal/77/77374/digital-provenance-and-the-artwork-as-derivative/>.
23. Reyburn S. Banksy's Shredding Artwork Is Auctioned for \$25.4 Million at Sotheby's [Электронный ресурс] / Scott Reyburn // The New York Times – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.nytimes.com/2021/10/14/arts/design/banksy-art-sothebys-auction.html>.
24. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.instagram.com/p/Bokt2sEhlsu>.

ДОДАТКИ



Додаток 1. 'The Mona Lisa'

Автор: Remus Daescu, Romania, Shortlist, Open competition, Culture, 2019 Sony World Photography Awards



Додаток 2: Процес аукціонного продажу картини “Love is in the Bin” автора Banksy
Автор фото: HAYDON PERRIOR