

Катерина Гончар

кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри
графічного дизайну НАКККіМ

Kateryna Gonchar

Candidate in Art Studies (Ph.D.), docent
at the Department of Graphic Design, National
Academy of Culture and Arts Managemente-mail: gonchar-k@ukr.net orcid.org/0000-0003-1110-3227

Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва

Social Networks as an Instrument of Contemporary Art

Анотація. Розглянуто практику звернення художниками, які працюють у сфері актуального мистецтва, до соціальних мереж як до інструмента у своїй творчій діяльності. Висвітлено низку як українських, так і закордонних проектів, де фігурують соціальні мережі. Закцентовано увагу на ролі провідних соціальних мереж в сучасному суспільстві, показано, як це відрефлексовано митцями в їхніх творах.

Ключові слова: актуальне мистецтво, нет-арт, соціальні мережі.

Постановка проблеми. Зі стрімким розвитком цифрових технологій відбувається переосмислення їхнього потенціалу в художніх практиках. В часи науково-технічного прогресу кінця XIX століття митці зверталися до засобів, які надає кінематограф, згодом починають апелювати до телебачення, далі — до інтернету. За останнє десятиліття зріс вплив соціальних мереж, без яких сьогодні складно уявити життя сучасної людини. Художники також наразі активно використовують інструментарій соціальних мереж.

Експерименти митців з новими медіа розкрито в мистецтвознавчих публікаціях, хоча подекуди розвиток технологій є настільки швидким, що наукові дослідження цих процесів не завжди симультанні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В наукових роботах висвітлюється проблематика нових медіа, показано як загальноукраїнські процеси [1], так і локальні пошуки (Львів) [2]. В. Бавикіна, розглядаючи це питання, наголошує: «Сучасний медіа-арт постає не тільки як продукт технічної та мистецької еволюції, а як нове поле для репрезентації соціокультурних явищ та проблем. Мистецтво нових медіа не просто транслює соціальну реальність, але й конструює середовище навколо себе, розширюючи звичні кордони впливу мистецтва» [1, с. 97].

Публікацій, де автор прицільно зосереджується на ролі соціальних мереж в сучасному мистецтві, наразі в українському мистецтвознавстві не представлено, але є праці, де розглядаються деякі їхні аспекти. Роль соціальних мереж у суспільстві, звернення до них в мистецьких практиках нині зростає, тому постає потреба висвітлення цих процесів у наукових дослідженнях.

Виклад основного матеріалу. Мистецький процес суголосний тим реаліям, що відбуваються в навколишньому світі, митці рефлексують щодо подій та явищ сьогодення, звертаючись до технічного процесу для формування художнього висловлювання. «Художники завжди прагнули освоювати новий інструментарій для подальшого використання у своїх творах, постійно спостерігається його запозичення у галузях механіки, машинобудування та загалом звідусюди. Закономірно, що медіа активно використовуються, бо є добре сприйнятливими для сучасного реципієнта, який в будь-якому випадку існує в техногенному світі з новітніми цифровими технологіями XXI століття» [1, с. 251].

Складно недооцінити роль соціальних мереж у суспільстві, адже як засіб комунікації вони серед цифрових технологій розвиваються найшвидше. Водночас вони є і майданчиком для розвитку громадських та комерційних ініціатив; вони також дають змогу кожному користувачу створювати та продукувати для широкого загалу те чи інше послання. Соціальні мережі сформували певну стилістику поведінки, свобода ж вираження дає спокусу позиціонування себе у певному ключі. Пошук схвалення викликає прагнення свідомо вибудувати певний образ. Заглиблення суспільства у цей віртуальний світ вже є фактом, визнаним психологами та соціологами. «Зростання соціальних мереж — глобальний культурний феномен... Сформувалося покоління, яке володіє новими ідентифікаційними параметрами і сприймає віртуальну реальність як реальне середовище проживання. Поява нового особливого середовища проживання людини вже призводить до зміни сформованих у соціумі архетипів і форм соціальних взаємодій» [3, с. 184].

Тому логічним є прагнення художників зрозуміти, висвітлити це явище, привернути увагу до масштабу охоплення соціуму мережами. Найочевиднішим способом реакції на соціальні мережі були подекуди іронічні роботи художників, котрі, використовуючи візуальну атрибутику найпопулярніших мереж (Фейсбук, Твіттер, пізніше Інстаграм), показували залежність глядача від миттєвого схвалення, так звану залежність від лайків. Добре відомими є роботи культового вуличного художника, який працює під псевдонімом Бенксі, де він висвітлює зацикленість суспільства на лайках. Маленький хлопчик, який риде, затиснувши в руці телефон, а поруч позначка «Жодного лайка, жодного коментаря, жодних нових заявок у друзі». Бенксі зберігає свій лаконічний стиль — доволі реалістично опрацьована фігура та збережений у первинному вигляді фон стіни, від візуальної естетики соціальних мереж — лише червоні умовні символи. Ці позначки для нас вже доволі довго правлять за певні показники нашого успіху, лічильники нашої потреби в соціумі.

Мережа Інстаграм з'явилася відносно недавно, в 2010 році, започаткувавши низку понять та явищ, що стрімко увійшли в повсякденне життя мільйонів людей. Інстаграм називають «ярмарком марнославства», залежність від лайків тут доведена до абсурду та монетизована. Для розкручування сторінок наймають smm-фахівців, піарників. Від кількості підписників на певну сторінку може залежати успішність бренду чи публічної персони. Усі найпопулярніші галереї використовують Інстаграм-акаунти для просування, митці подекуди просто змушені вести онлайн-блоги, адже інакше може бути втрачено значну частину аудиторії.

Для широкого загалу Інстаграм — це передусім потік відретушованих фото їжі, подорожей, красивого заможного життя чи стильного одягу, домашнього затишку чи домашніх тварин... Список можна продовжувати безкінечно, але фото, створені для нього, часто впізнавані з першого погляду, за рахунок запропонованого розробниками квадратного формату та впізнаваних фільтрів, що дають змогу миттєво обробити фото в додатку. Саме це використовує у своєму проєкті «Real Life Instagram» Бруно Рібейро, художник, який живе та працює в Лондоні. Він встановлює в місті екрани, що імітують квадратну сторінку цієї мережі, з прозорим тонованим вікном усередині, яке міняє колір навколишньої дійсності на зразок інстаграмних фільтрів. Через цей екран він знімає краєвиди міста, людей, міксуючи таким чином реальність та символи віртуальності. Своїм проєктом Рібейро привертає увагу до того, що наше захоплення Інстаграмом настільки сильне, що навколишній світ ми бачимо вже як потенційні кадри, які виставимо в мережі.

Свої роздуми на тему залежності від соціальних мереж пропонують автори українського проєкту #INSTAART. Соціальні мережі були задіяні при підготовці до проєкту, починаючи від пошуку робіт і аж до комунікації з учасниками. Куратори, Юлія Волошина та Ольга Пальниченко, представили роботи 13 художників з різних країн світу, які в своїй творчості досліджують вплив Facebook, Twitter, Instagram на суспільство. «В проєкті беруть участь

художники з України: Serge Payette, Михайло Деяк, Ганна Валієва, Ольга Януль, Оксана Тітенко, Богдан Томашевський, Олексій Тихоновський, Єгор Зігура, Артем Брикунов а також художниця Альона Ходор з Білорусі, польський художник Мартин «TrueBob» Здрожевські, австрійський живописець іранського походження Таха Ганіміфард» [4].

Кожен з них у різній формі — живопис, скульптура, інсталяція — втілює своє бачення ролі, яку відіграють соціальні мережі в житті сучасної людини. Хтось пропонує сітку як символ всесвітнього павутиння (роботи В. Малина, О. Тітенко), в якому заплутався користувач, М. Кулик робить скульптуру хештегу, що в об'ємі виглядає моторошно, немов клітка, куди добровільно потрапляє залежна від мереж людина. Є. Зігура представив інсталяцію (вирізаний з дерева макет планшета і гральні кубики з позначками-логотипами мереж до нього), порівнюючи таким чином дві залежності — ігроманію та соцзалежність.

Крім тієї ролі, яку мережі відіграють у повсякденному житті кожного користувача (комунікації з підписниками, знайомими чи ні в реальному світі, формування в їхніх очах певного образу), вплив Фейсбука, Твіттера нині — глобальний. Соцмережі давно використовують у бізнесі, до них звертаються медіаагенства та видання. «У контексті журналістики соціальні мережі вже перетворились на соціальні медіа, змінивши підходи до пошуку, обробки та поширення інформації, створивши нові робочі місця та способи взаємодії з аудиторією. Водночас вплинули вони і на світову економіку та політику» [5, с. 139]. Соціальні мережі дають змогу миттєво, без цензури, висвітлити будь-яке явище, розігнати інформаційну хвилю, зібрати однодумців, сформувати протестні рухи, які виходять за межі віртуального світу. «У той час, коли традиційні медіа — телебачення, радіо та преса — не були готові виконувати інформаційні та об'єднавчі запити суспільства, цю роль на себе перебрали Facebook та Twitter, де немає цензора в особі головного редактора, випускового чи представника власника» [5, с. 139]. З іншого боку, така рушійна сила соціальних мереж надає велике поле для фальсифікації та маніпулювання громадською думкою. Технології маркетингу, піару, робота соціологів та психологів роблять ці мережі потужним інструментом просування політичних сил, ідеологій, формування потрібної суспільної думки. Можливості моніторингу, що дають мережі, допомагають знайти цільову аудиторію, а продумана робота команди політтехнологів неабияк впливає на розстановку політичних сил у світі.

Проєкт «I'm afraid I Must Ask You To Leave» німецького художника Юліуса фон Бісмарка — це масштабна фальсифікація, в якій було задіяно різні види медіа: преса, телебачення, Youtube-канали; значну роль відіграли і соціальні мережі. Основою проєкту стали фейкові відео, в яких показано підірвання природних пам'яток у штаті Юта, США. У проєкт входить декілька роликів, де знамениті скелі начебто знищують потужний вибух. Насправді нищились ретельно відтворені муляжі, але це стане відомо глядачам, за задумом автора, значно пізніше. В цій роботі Бісмарк досліджує силу нових медіа та їхню здатність формувати громадську думку, перевіряє, наскільки

критичним є суспільство щодо інформаційного потоку з мережі Інтернет. Відео поширили в Ютубі, воно швидко потрапило у Фейсбук, де стало вірусним.

У коментарях користувачі масово обговорюють, сперечаються, чи є правдою зображене на екрані, як це розуміти (терористичний акт, вандалізм, мистецький жест) і як на це реагувати. Відео демонстрували по телебаченню, запрошували експертів, щоб уточнити, реальні вони чи змонтовані, перевіряли наявність природних пам'яток в самій Юті. Цією роботою художник продемонстрував, наскільки просто спродувати та поширити новину, яка сколихне суспільство, готове легко повірити всьому, що пропонують мережі.

Фальсифікацію з локальним українським контекстом пропонує художник Михайло Алексеєнко. Його проект «Голлівуд-Троєщина» — про те, як легко ми готові повірити в чужий успіх та створити собі кумира, наскільки просто ми захоплюємося (злимося, заздимо) досягненням іншої людини, навіть не намагаючись проаналізувати достовірність запропонованої нам інформації на сторінках соціальних мереж навіть знайомих нам людей. М. Алексеєнко на певний час замикається у своїй квартирі на одному з віддалених житлових масивів Києва — Троєщині, звідки щоденно постить на сторінках свого Фейсбуку та Інстаграму створені в графічному фоторедакторі фейкові фото, буцімто зі своєї поїздки в Голлівуд. Запустивши перед цим міф, що його запросили до США на роботу, він продовж декількох тижнів підтримує цю легенду регулярними постами, де розповідає про своє «перебування» в Голлівуді. Як результат — десятки коментарів, де його вітають із кар'єрним успіхом, особисті повідомлення з проханням передати замовлення чи привезти сувенір. І жоден з його підписників не має сумніву у достовірності викладеної в мережу інформації. Коли художник презентував свій проект — задокументовані коментарі, відео, де показано процес створення фото — в середовищі його знайомих це викликало певний шок.

Суспільство надто легко готове повірити в легенду: як у глобальну, так і в міф про себе окремої людини. Такі проекти висвітлюють нашу сьогоднішню вразливість перед недостовірним інформаційним потоком із соціальних мереж.

Проект українських художників «Озброєні та небезпечні» — це «серія експериментального кіно, що досліджує мілітаризацію сучасного українського суспільства» [6]. Автори розробили експериментальний формат «виставки-серіалу» про рівень агресії в суспільстві. Із зими 2013–2014 року Україна зазнала докорінних змін — «Революція Гідності», анексія Криму, війна на Сході України. Зрозуміло, що це не могло не позначитись на психологічному стані українців. І саме цей аспект за допомогою соціальних мереж досліджували і моніторили митці. На їхніх сторінках емоційне напруження, що нутрує в суспільстві, сягає максимуму. Ба, більше, часто соцмережі продукують і посилюють це напруження. Широкий інструментарій впливу на соціум соціальних мереж дає змогу створити певний емоційний фон, таким чином фактично керуючи якщо не громадською думкою,

то настроєм своєї цільової аудиторії. «Емоційне зараження у соціальних медіа стає замкненою колективною практикою, де підвищений емоційний поріг — нова норма. У такий спосіб саме емоційний потенціал того чи іншого контенту визначає його популярність. Так за замовчуванням налаштована стрічка Facebook, YouTube та Instagram. І сприйняття “реальності” через ці платформи має певні наслідки для її оцінки» [6]. Можливості соціальних мереж впливати на певний емоційний стан, формувати толерантність, чи навпаки, агресивність до тих чи інших суспільних явищ має і негативний потенціал, який може призвести навіть до трагічних наслідків. Автори проекту акцентують увагу на цьому, демонструючи, як це відбувається, на прикладі мілітаризації частини суспільства. «Озброєні та щасливі», один з епізодів серіалу «Озброєні та небезпечні», побудований довкола емоційності соціальних медіа та їхньої ролі у мілітаризації українського суспільства. Цей епізод досліджує спільні емоційні акценти у віртуальних практиках (від трансляцій спортивних заходів до вправ зі зброєю) у спробі помітити, як неприйнятні раніше моделі поведінки нормалізуються через їхнє колективне поширення у соцмережах, стають частиною повсякденності, сприяючи подальшому емоційному зараженню [6].

М. Карабінович у проекті «Наболевшее» демонструє власні твори та коментарі до них, написані на різних ресурсах, в різних соцмережах. Неоднозначні твори художника порушують питання політики, націоналізму, викликаючи часто негативну реакцію глядачів. Виставляючи свої твори в мережі, він свідомо провокує користувачів, маючи на меті задокументувати коментарі. Цим він доводить, що сьогодні вплив може мати кожен.

Висновки. Зрозуміло, що нівелювати вплив соціальних мереж на суспільство сьогодні неможливо. «Останні [соціальні мережі] виступають інструментом, за допомогою якого велика кількість користувачів глобальної мережі отримує додаткові можливості у спілкуванні та поширенні інформації різного соціально-культурного значення» [7, с. 62]. Логічним і закономірним є звернення до них і митців. Крім використання суто візуальної мови, подекуди з іронією, для художників соцмережі стають полем збору інформації про користувача, який використовує різноманітні рекламні ресурси, соціальні сервіси. В мистецьких практиках бачимо простори мереж, через які виявляються суспільні проблеми, відбувається аналіз потреб різних верств населення. У проектах глядач інколи стає певним піддослідним, легко піддаючись на різноманітні провокації, одразу невдумливо коментуючи чи поширюючи інформацію, вірячи різноманітним фейкам чи втрачаючи відчуття реальності, розглядаючи простір мереж як майданчик для позиціонування себе. Нові технології відкривають перед митцями нові горизонти. За останні півтора десятиліття соціальні мережі увійшли в життя суспільства та відіграють в ньому все помітнішу роль. Попри всі безпеки, спричинені масовим захопленням ними суспільства, їхня роль буде лише зростати. Тому очевидним є прагнення художників використовувати соціальні мережі як інструмент у своїй художній практиці, вийти на новий рівень взаємодії з глядачем.

Література

1. Бавикіна В. Репрезентація соціальних трансформацій в українському медіа-мистецтві // Грани. 2014. № 8. С. 97–100.
2. Федорович Б. Медіа-мистецтво Львова початку XXI ст.: Від концепції до візуалізації // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія. 2014. Вип. 14(1). С. 248–254.
3. Данько. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси // Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179–184.
4. Шапіро Е. #INSTAART: искусство и соцсети. URL: <http://artukraine.com.ua/a/instaart--iskusstvo-i-socseti-/#.XRffRe3SUyq> (дата звернення: 13.06.2019).
5. Залізник Ю. Роль соціальних мереж у контексті суспільних трансформацій. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2012. Вип. 36. С. 137–143.
6. Мальченко В. «Озброєні та небезпечні»: Емоційна наруга. URL: <https://zaborona.com/ozbroieni-ta-nebezpechni-emotsijna-naruha> (дата звернення: 13.06.2019).
7. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. Київ, 2014. Вип. 16. С. 61–71.

References

1. Bavykina V. Rerezentatsiia sotsialnykh transformatsii v ukrainskomu media-mystetstvi // Hrani. 2014. # 8. S. 97–100.
2. Fedorovych B. Media-mystetstvo Lvova pochatku KhKhI st.: Vid kontseptsii do vizualizatsii // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Serii: Kulturolohiia. 2014. Vyp. 14(1). S. 248–254.
3. Danko. Sotsialni merezhi yak forma suchasnoi komunikatsii: pliusy i minusy // Suchasne suspilstvo. 2012. Vyp. 2. S. 179–184.
4. Shapiro E. #INSTAART: iskusstvo i sotsseti. URL: <http://artukraine.com.ua/a/instaart--iskusstvo-i-socseti-/#.XRffRe3SUyq> (access date: 06.13.2019).
5. Zalizniak Yu. Rol sotsialnykh merezh u konteksti suspilnykh transformatsii. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Zhurnalistyka. 2012. Vyp. 36. S. 137–143.
6. Malchenko V. «Ozbroieni ta nebezpechni»: Emotsiina naruha. URL: <https://zaborona.com/ozbroieni-ta-nebezpechni-emotsijna-naruha> (access date: 06.13.2019).
7. Kohan K. M. Sotsialni merezhi yak element novoho sotsialnoho seredovyscha // Mizhnarodnyi naukovyi forum: sotsiolohiia, psykholohiia, pedahohika, menedzhment. Kyiv, 2014. Vyp. 16. S. 61–71.

Gonchar K.

Social Networks as an Instrument of Contemporary Art

Abstract. The practices of contemporary art artists, who work with a social networks as an instrument in their creative activity are considered in the article The artistic projects, Ukrainian and foreign ones, which include social networks are analyzed. The role of leading social networks in contemporary society is shown, as well as how the artists reflect on it.

Keywords: actual art, net art, social networks.

Гончар К.

Социальные сети как инструмент современного искусства

Аннотация. Рассмотрена практика обращения художниками, работающими в сфере современного искусства, к социальным сетям как к инструменту своей творческой деятельности. Освещен ряд как украинских, так и иностранных проектов, где фигурируют социальные сети. Акцентировано внимание на роли ведущих социальных сетей в современном обществе, отрефлексированных художниками в их произведениях.

Ключевые слова: актуальное искусство, нет-арт, социальные сети.

Стаття надійшла до редакції 22.07.2019