

Катерина ТЯГЛО,
провідний соціолог
відділу соціології культури та масової комунікації
Інституту соціології НАН України

СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА Спроба виявлення молодіжного тренду

Мистецтво за умов транзитивного стану у post-сучасності набуває нових, не притаманних йому раніше рис, і втрачає частку тих, що традиційно були його атрибутами. Соціологічні дослідження актуального мистецтва давно вже не мають за мету оцінку змін і відповідь на питання «добре це чи погано для соціуму». Наріжною задачею соціологів — дослідників мистецтва і пов'язаних з ним культурних практики є сьогодні виявлення, описання і — що дуже важливо — пояснення тих нетривіальних тенденцій, що відбуваються в актуальному мистецькому просторі окремих його субполях — літературі, театрі, кінематографі, відео-арті. Зазвичай соціологів цікавлять сфери масового мистецтва — тому дослідження відвідувачів кінотеатрів зустрічаються частіше, ніж театральної публіки, а, наприклад, соціологія літератури є більш усталено соціологічною проблемою, ніж соціологія візуального мистецтва (хоча і такі дослідження мають місце). Але сьогодні, за умов синтетичного й синкретичного поєднання жанрів, форм, способів художнього вираження ці обмеження і усталені норми також стають пливкими, як і сам досліджуваний об'єкт — мистецтво.

Так виникають соціологічні дослідження відеопоезії, театральних перформенсів, різних тематичних фестивалів, і далеко не всі вони реалізуються за допомогою звичних наукових методів. Якщо ви звикли уявляти соціолога як персону в окулярах з нотатником та анкетною, що щось запитує і записує, наприклад «як часто ви відвідуєте бібліотеку/кінотеатр/концертний зал?», то ваше уявлення десь на рівні 1950-х минулого століття. Сучасні методи соціологічної інтерпретації мистецтва змінюються так само швидко, як і світ, і його репрезентація — мистецтво — звіюється навколо. Дівчинка-хіппі на екологічному

фестивалі може бути не тільки учасником, але і дослідником-спостерігачем, що проводить «включене спостереження» фестивального руху і потім пише про це звіт з презентацією на 100 слайдів, хлопчик-хіпстер з форуму, що уїдливо критикує «Музей покинутих секретів» чи «Записки самашедшого» може виявитись — не більше не менше — автором і координатором проекту з дослідження читацьких смаків на спеціалізованих форумах. І немає нічого дивного в тому, що на багатьох мистецьки хепенінгах соціологи і соціоложки беруть участь і як дослідники, і як безпосередні учасники «дійства», пр. чому одна роль не тільки не заважає, а доповнює іншу.

Як бачимо, змінюється світ, змінюється мистецтво, змінюються ті, хто його досліджують. Спробуємо пояснити дещо про саму специфіку цих змін й вивести напрямом, тренд, цих змін, тобто відповісти на питання: «куди котиться мистецький світ?» з позиції тих, хто цей самий світ або мистецький простір рухає і уподібнює до дзиги¹. Повсякденні діячі, яких деякі високочолі дослідники назвали «обивателями» часто розпачливо констатують «Молодь взагалі не читає», «Майже ніхто не відвідує музеї картинні галереї», «Занепад театру, немає глядачів», а зі іншого боку уявних мистецьких барикад дослідники кажуть про вимкнення нових жанрів, появу нових технології і засобів їх впровадження, зокрема і в практики споживання мистецтва, досліджують сегментацію публіки/споживачів/відвідувачів тих чи інших заходів та установ, пов'язаних з трансляцією різних видів мистецтва. Це — опозиційні сторони. Таке враження, вони бачать соціокультурну реальність через зовсім різні фільтри, жоден з яких не «страждає» на об'єктивність. Натомість цільова група всіх маркетингових планів — освічена молодь — обирає собі за смаком мистецькі галереї («Pinchuk Art-centre», «Мистецький арсенал», «Єрмілов центр»), театри — державні або незалежні, арт-кафе і літературні квартирники, яких досить багато для такого вибору, принаймні у великих містах, читають в метро з рідерів улюблених авторів і інколи навіть ходять «під ручку» в кіно, як їхні батьки і бабусі. Щоправда, не на «Семнадцять мгновений весни», а, наприклад, FUTURE SHORTS, кінофільми Джармуша чи Лінча. Але за формою культурне споживання залишається активним і — здебільшого — є культурним за змістом. В затишних кав'ярнях Києва чи розшарпаних арт-пабах першої столиці, не ка-

¹Не мається на увазі мистецьке об'єднання у Львові.

жучи все про вишуканий і гламурний Львів, можна почути молодіжні вислови при ті самі фестивалі («Чи цього року «Джаз-коктейбель буде платним?», Хто їде на «Сусідній світ?», де буде поводитись «Арт-поле цього року і кого запросять?»), виставки, перфоменси, і (о боже, звідки?) навіть театр. І дійсно, не завжди рівень цих обговорень сягає аналітичного огляду на якому-небудь порталі, але сама зацікавленість і залучення до цих заходів — різнопланових, різнорідних і різножанрових — вражає в позитивному сенсі, хоча я й обіцяла не робити ціннісних узагальнень.

Звичайно, не всі ми такі вишукані, досвідчені й гламурні з блокнотами moleskin і у футболках з популярного фестивалю. Є глобальні проблема, зокрема і поширеності мистецьких продуктів (тих же актуальних молодіжних вистав, концертів) і доступу до нього серед молоді маленьких міста та інших населених пунктів, вартість споживання мистецьких благ — середня ціна квитка на спектаклі в Києві 50 гривень, на концерти та більш осучаснені заходи — набагато більше, не кажучи вже про закриті вечірки, куди взагалі не кожен бажаючий навіть при наявності фінансів може потрапити. Звичайно, в маленькому місті, де теж є молодь і певна «тусовка», вартість входу до клубу чи квитка до театру буде значно меншою, але й якість культурно мистецької продукції часто не на вищому рівні (це зовсім не свідчить, що немає талановитих провінційних театрів або музичних гуртів, що виступають у будинках культури), а ще проблемою є взагалі поширеність таких заходів. Молодь маленьких міст тому часто опинилась в культурній ізоляції, в той час як їхні однолітки з «мегаполісів» та культурних столиць з аристократичною втомою обирають собі різні дозвілєві практики, забарвлені мистецтвом. Але й тут не все так безнадійно, як часто можна почути від представників старшого покоління суспільно-політичних демагогів. Поширення інтернету і всіх сервісів, що ним обумовлені — соціальних мереж, форумів etc. дещо спрощує, якщо не вирішує, проблему соціально-мистецької ізоляції внаслідок місця проживання потенційного споживача. Більше того — популярна музика, література, кіно і деякі проміжні — жанри — які не потребують безпосередньої фізичної включеності до аудиторії споживача, і тому збільшення варіантів культурних посередників (той же інтернет, фестивалі, що зазвичай проводяться осторонь великих міст) сприяють інтеграційності, якщо не універсальності сучасного мистецтва, якщо його засоби це дозволяють.

Музичні фестивалі та фестивалі сучасного мистецтва, де представлені і музичні гурти, майстри, і літературний «цех», і land-art (знову такий мистецький продукт, що його не було на наших теренах в нас ще кілька років тому) є як не універсально українськими, то локально і часто опосередковано медіа-глобально відомими подіями. Згадаємо те саме «Арт-поле» або «Трипільське коло», які за популярністю виходять значно за межі тих населених пунктів, де вони проводяться, і їх околиць. Міжміські, міжкультурні, але часті між-субкультурні зв'язки і «культурні мости», як сказав би Жадан, наводяться саме на таких заходах, цільовою аудиторією яких є молодь. Вона ж є й спостерігачем процесу культурно-мистецького відтворення ідей і візнь і споживачем інтелектуального арт-продукту, що сто воюється на фестивалях, хепенінгах, акціях і поза ними. Мистецтво передається «кілобайтами і пакетами» на YouTube і проглядається сотнями (якщо автору пощастить — тисячами — «фоловерів») на спеціалізованих «письменницьких» сайтах, спільнотах художників і артистів, переглядається на планшетах в транспорті, звучить в аудіо записах і створюється, як в найкращі його часи — і на вулицях, і в бібліотеках, частіше вже — електронних. Але створюється і триває.

Молодіжний мистецький тренд сьогодення — «anything goes» — все підходить, що дозволяє досягати і мати. Форма і рівень прийнятності («що — інтернет-роман?», «яка це відеопроєкція на джазовому концерті?» не мають значення, якщо аудиторія — досить таки вибаглива і спокушена вже полістилізмом — це мистецтво вбирає в себе і «одомашнює». Можливо, тут-і-зараз хтось робить відео проєкцію майбутнього перфоменсу «Мистецькі ігри». Це було б найкращим компліментом.