

ДИЗАЙН

УДК 7.017+7.038.3](477)

Цитування:

Доколова А. С. Особливості цифрового публік-арту ХХІ століття: мистецтво фізичного та віртуального простору. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2023. Вип. 43. С. 3–8.

Dokolova A. (2023). Features of Digital Public Art of the Twenty-First Century: Art of Physical and Virtual Space. *Mystetstvoznavchi zapysky: zb. nauk. pr.*, 43, 3–8 [in Ukrainian].

Доколова Альона Сергіївна,
доктор філософії в галузі дизайну,
Київський національний університет
культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0003-3795-6789>
dokolashka@gmail.com

**ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОГО ПАБЛІК-АРТУ ХХІ СТОЛІТТЯ:
МИСТЕЦТВО ФІЗИЧНОГО ТА ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ**

Мета статті – виявити особливості сучасних практик цифрового публік-арту як однієї з нових форм мистецтва ХХІ ст., що активно взаємодіє з міським простором. **Методологія дослідження.** Застосовано метод системного аналізу та синтезу (для розгляду практик цифрового публік-арту як частини сучасного мистецтва), метод культурно-історичного аналізу (для вивчення тенденцій розвитку публік-арту початку ХХІ ст.), типологічний метод та метод компаративного аналізу (для виявлення особливостей і типологізації практик цифрового публік-арту, а також визначення їх відмінностей) та ін. **Наукова новизна.** Досліджено сучасні цифрові практики публік-арту; розглянуто художні інтервенції медіаарту в публічний простір як засіб соціального втручання; на основі компаративного аналізу виявлено відмінності між практиками цифрового публік-арту як самостійного піджанру публік-арту, що створюється, керується і поширюється і кіберпросторі. **Висновки.** Цифровий публік-арт – унікальна форма існування сучасного мистецтва поза художньої інфраструктури, що створюється та поширюється в громадському просторі завдяки кібертехнологіям з метою проблематизації різноманітних актуальних питань як безпосередньо мистецтва початку ХХІ ст., так і простору, у якому воно представлено. На сучасному етапі об'єкти цифрового публік-арту – невід'ємна частина урбаністичного простору. Незважаючи на наявність нових технічних засобів презентації, публік-арт зберігає зв'язок з концептуальними проблемами (створення ідентичності та інклюзивна участь спільнот). Цифрові практики публік-арту відповідають естетиці постмодернізму, відповідно до якої важливим є подолання вакууму, певної замкнутості художньої практики, осмислення онтологічних станів. Демонструючи ідею доступності культурного колажу сучасного простору, вони унаочнюють тенденцію трансгресивних процесів кордонів культурної форми, наближення масової та елітарної культури. Основними характеристиками цифрових практик публік-арту є: інтерактивність, технологічність, динамічність, атрактивність та соціальність.

Ключові слова: публік-арт, публічний простір, цифрові практики, мультимедійне зображення, відеомапінг, міська архітектура, кіберпростір.

Dokolova Aliona, PhD in Design, Kyiv National University of Culture and Arts

Features of Digital Public Art of the Twenty-First Century: Art of Physical and Virtual Space

The purpose of the article is to identify the peculiarities of contemporary practices of digital public art as one of the new forms of art of the twenty-first century that actively interacts with urban space. **Research methodology.** The method of systematic analysis and synthesis (to consider digital public art practices as part of contemporary art), the method of cultural and historical analysis (to study the trends in the development of public art at the early twenty-first century), the typological method and the method of comparative analysis (to identify the features and typology of digital public art practices, as well as to determine their differences). **Scientific novelty.** Contemporary digital practices of public art are studied. Artistic interventions of media art in public space as a means of social intervention are considered. On the basis of comparative analysis, the differences between the practices of digital public art as an independent subgenre of public art created, managed, and distributed in cyberspace are revealed. **Conclusions.** Digital public art is a unique form of contemporary art existence outside the artistic infrastructure, which is created and disseminated in public space through cyber technologies in order to problematise various topical issues of both the art of the early twenty-first century and the space in which it is presented. At the present stage, digital public art objects are an integral part of the urban space. Despite the availability of new technical means of presentation, public art remains a connection with conceptual issues (identity

creation and inclusive community participation). Digital practices of public art in line with the aesthetics of postmodernism, according to which it is important to overcome the vacuum, a certain isolation of artistic practice, and to understand ontological states. Demonstrating the idea of accessibility of the cultural collage of the contemporary space, they illustrate the tendency of transgressive processes of the boundaries of cultural form, the convergence of mass and elitist culture. The main characteristics of digital practices of public art are interactivity, technology, dynamism, attractiveness, and sociality.

Key words: public art, public space, digital practices, multimedia image, video mapping, urban architecture, cyberspace.

Актуальність теми дослідження. Взаємодія культурних практик з контекстом навколишнього середовища має давню історію, у якій новітній період є лише одним з етапів.

Повсякденне життя в сучасному світі коливається між міським громадським простором і цифровим публічним кіберпростором. У цей контекст включено публічне мистецтво, що відображає конфлікти та консенсус між цими двома сферами суспільства.

Одним з аспектів, який слід виділити як відмінну рису сучасної міської культури, є використання цифрових мобільних пристроїв відвідувачами в їхніх міжособистісних стосунках і в межах колективної діяльності в навколишньому громадському просторі.

Актуальність дослідження зумовлена, по-перше, об'єктивною значущістю проблематики взаємозв'язку мистецтва й технологій у сучасному світі, їх специфічних практик в умовах розвитку урбаністичного простору, а по-друге, необхідністю всебічного дослідження ролі сучасного публік-арту на міжнародній художній сцені.

Аналіз досліджень і публікацій. Активний розвиток різноманітних напрямів публік-арту протягом останнього десятиліття зумовив посилення наукового інтересу до багатьох аспектів. Так, наприклад, аналізу соціокультурного контексту й основних форм публік-арту, а також дослідженню особливостей становлення та специфіки його функціонування в Україні присвячено наукові публікації Н. Мусієнко «Public art у просторі сучасного міста. Київська практика» [3], А. Єфімової «Паблік-арт: перспективи та шляхи розвитку в Україні» [1]; зміни тематичного, естетичного та функціонального спрямування публічних зображень наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. в Україні аналізує М. Оспішева-Павлишин у науковій статті «Зміни тематики, естетики та функцій публічних зображень у Києві через вплив соціокультурних процесів у суспільстві 1990–2010 років» [4]; деякі аспекти особливостей використання цифрових технологій у публічному просторі вивчає теоретик і практик

вітчизняного публік-арту О. Чепелик у дослідженні «Взаємодія архітектурних просторів сучасного мистецтва та новітніх технологій або мультимедійна утопія» [5], Т. Міронова в науковій публікації «Віртуальна і доповнена реальність у творчості українських мистців» [2] та ін.

Проте складність та багатоаспектність феномену публік-арту на сучасному етапі вимагає подальшого дослідження, що передусім зумовлено швидкими темпами інтегрування інноваційних мультимедійних технологій у практику публік-арту.

Мета статті – виявити особливості сучасних практик цифрового публік-арту як однієї з нових форм мистецтва ХХІ ст., що активно взаємодіє з міським простором.

Виклад основного матеріалу. Паблік-арт – це мистецька практика втілення, вироблення, презентації, сприйняття та оцінки, що здійснюється в публічному просторі міського середовища (на вулицях, майданах та ін.) через традиційні (газети, радіо і телебачення) та нові (інтернет) засоби масової інформації [7, 58]. Вітчизняні дослідники визначають публік-арт як «будь-який витвір мистецтва чи дизайну, що створює митець для того, щоб бути встановленим у публічному просторі, найчастіше просто неба, й орієнтований на непередбаченого глядача» [3, 136]

Ідеї публік-арту характеризують сучасну культуру з погляду визначення в ній позицій художника й художнього об'єкта відносно глядача та відносно того середовища, у якому розміщено твір. У цьому контексті велику роль відіграє пошук шляхів взаємодії мистецтва й суспільства, від глядачів музейного простору до глядачів, які сприймають мистецтво середовища густонаселеного міського організму – публічного простору.

У процесі еволюції сучасного мистецтва публічний простір перейняв на себе функції матеріального вираження провідних ідей нового творчого мислення, спрямованого в бік самовизначення художньої форми, пошуку відповіді на питання про роль митця в сучасному суспільстві, у пошуках переосмислення історії мистецтва і можливого

розширення його теоретичної бази. Проблематика публічного простору яскраво заявила про себе в процесі категоризації видів мистецтва, завдяки розвитку ідеї про позиціонування довкілля як ідеального простору експонування творів, пов'язаних з категоріями об'єму та простору.

Цифрові практики паблік-арту, на думку закордонних дослідників, відрізняються розмаїттям, гнучкістю та стрімкістю оновлення, особливим інтерфейсом, можливістю організації баз даних та просторової навігації [11, 114].

Однією з основних характеристик цифрового паблік-арту є різноманітні інтерактивності: перформанси, віртуальні композиції та цифрові трансляції класичного мистецтва у відкритий міський простір, за межі традиційних кордонів (глядацького залу театру, музею та ін.).

Одними з популярних нині нових практик паблік-арту є трансмедіальні формати 3D-графіки в міському просторі: цифровий перформанс (в уявних просторах цифровий контент доповнює перформанс), нет-арт, криптоарт, взаємозамінні токени (Non-Fungible Token) – цифрові активи, що дозволяють продавати цифрові товари, включно з творами мистецтва. Безумовним трендом цифрового паблік-арту є орієнтація митців на створення «гнучкого середовища» смартміста, у якому проявляється синтез принципів багатфункціонального дизайну постмодернізму з новими медіатехнологіями та цифровими техніками.

Водночас найкращим прикладом синтезу паблік-арту із цифровим дизайном міського та медіапростору лишається інтерфейс інтерактивного фасаду, цифрові інсталяції та віртуальні мости.

Паблік-арт, відображаючи стан культури, поєднує як пластичні, так і технологічні художні процеси. За М. Майлзом, концепція паблік-арт включає в себе кілька видів художнього втручання, від найбільш пластичних до технологічних, що доходять до перформативності, як мінлива і динамічна концепція. На його думку, це залежить і від сприйняття глядачем, перед яким експонується твір мистецтва, і самого архітектурного простору: «паблік-арт – це практика, що приймає соціальні та художні умовності, протиріччя, замасковані переміщенням у зовнішній художній простір (...) і як практику мистецтва як форми активності і стосунків» [12, 84].

Різнманітний досвід сучасного суспільства, згрупованого у великі фізичні

спільноти, наприклад місто, що традиційно проявляється в паблік-арті, нині наявний у просторах для обміну та ітерації технологічних засобів, таких як пост-веб 2.0 [9, 1269] – нових платформ для спілкування, інтерпретації та використання різноманітних суспільних просторів. На думку дослідників, використання технологій займає значну частину щоденного життя – це зв'язок з інструментами, що забезпечують дублювання реальності, такими, як Second Life або такими, що змінюють парадигми міжособистісних стосунків, такими, як соціальні мережі. Опосередкований досвід призводить до масифікації предметів, що полегшують використання і технологічну взаємодію, планшети, смартфони, портативні комп'ютери, ігрові та художні форми взаємодії. У цьому контексті виникають художні течії, які використовують нові медіа як посилювачі просторового досвіду.

Передумовами еволюції мультимедійних технологій, що відкривають нові перспективи для їх використання в публічному просторі, є: фізичні виміри та обчислювальна могутність; масифікація мереж та систем зв'язку, географічна прив'язка й моніторинг навколишнього середовища; розміщення великих екранів або адаптація фасадів; адаптація і підвищення надійності міського обладнання. Цифровий паблік-арт – це «піджанр паблік-арту, що створюється, керується і поширюється в кіберпросторі» [7, 57] з метою надання можливостей введення проєктів цифрового мистецтва в доступний для будь-якого глядача публічний простір. Так, наприклад, численні фестивалі цифрового паблік-арту дають можливість по-новому поглянути на звичний міський простір через доповнену реальність (зокрема засобом смартфона).

Сучасній паблік-арт зазвичай заохочує глядача долучатися до формування творів мистецтва відповідно до власних уподобань. У цьому процесі цифрове публічне мистецтво (DPA) бере на себе нову роль сполучника між людьми та мистецтвом, а публічний простір виступає як контекст взаємодії. У цифрову еру, незважаючи на провину, яку приписують новим технологіям у зменшенні соціальних контактів і деградації ідентичності публічних просторів, сьогоденне застосування нових технологій у публічному мистецтві часто справляє вражаючі та напрочуд позитивні впливи на почуття, сприйняття та поведінку людей. На думку дослідників, цифрове публічне мистецтво може стимулювати

почуття людини, одночасно покращуючи невізуальні аспекти простору [8, 43].

Порівняно з традиційним публік-артом у цифрового публік-арту з'являються нові риси, серед яких назвемо інтерактивність, технологічність, динамічність та атрактивність. При цьому зберігається чітко окреслена соціальна спрямованість практик.

На відміну від традиційного публік-арту, інтерактивний публік-арт дає змогу глядачеві взаємодіяти з навколишнім світом; інтерактивність дозволяє публік-арту оновлювати міський простір.

Технологічність являє собою основу для реалізації цифрового публік-арту. Використання технологій віртуальної реальності і механічних пристроїв управління дає можливість публік-арту створювати інтерактивне середовище.

Динамізм посприяв зміщенню акценту із жорсткості й статичності традиційного публік-арту.

Взаємодія із сучасним публік-артом створює цікавий та інноваційний досвід.

Проаналізуємо рівень інтерактивності творів різних типів цифрового публік-арту: інтерактивні твори мистецтва, зокрема скульптури, міські екрани, медіафасади, скульптури з підвісного волокна зі світловою проєкцією, звукові та світлові шоу з проєкційним мапінгом:

- інтерактивні твори мистецтва, зокрема скульптури: глядач перетворюється з пасивного глядача на користувача, який взаємодіє з творами мистецтва. Наприклад, на Трафальгарській площі в Лондоні – головному туристичному центрі та публічному просторі міста – розміщено інтерактивну скульптуру лева, яку створила художниця і дизайнерка Е. Девлін: на тлі сірого каміння площі, розфарбований червоною флуоресцентною фарбою лев привертає увагу відвідувачів, заохочуючи «годувати» його словами у відкриту пащу через сенсорний екран, встановлений на подіумі, які з'являлися на моніторі і вночі проєктувалися на всю висоту Колони Нельсона;

- міські екрани, медіафасади: потенціал інтерактивності великих цифрових дисплеїв лишається нерезалізованим, оскільки їх переважно використовують для доставки контенту. За П. Віріліо цифрові екрани на високих спорудах є унікальною «електронною готикою», що здійснює емоційний та пізнавальний вплив на містян, як вітражі на готичних соборах [13];

- скульптура з підвісного волокна зі світловою проєкцією: скульптура рухається і трансформується залежно від вітру й погодних умов, тобто взаємодіє безпосередньо з довкіллям, а не з глядачем;

- звукові та світлові шоу з проєкційним відеомапінгом (активно використовуються в туристичних центрах, архітектурних пам'ятках): значна частина цифрового публік-арту не взаємодіє з глядачем, який пасивно спостерігає за шоу, натомість аудіальна складова в поєднанні з візуальною сприяють кращому сприйняттю історії місця, посилюючи його ідентичність. На сучасному етапі відеомапінг активно включено в культурний дискурс як найбільш ефективний засіб демонстрації змісту фасадів будівель, що дозволяє створювати контрасти й тіні в конструкції. Цей особливий тип мультимедійного виробництва, заснований на мікшуванні живого звуку та візуальних матеріалів для глядачів засобом процесу технологічного посередництва, сприяє створенню нових візуальних вражень за допомогою ефектів гігантизму, рельєфу та глибини;

- мобільні додатки: різноманітні додатки технології доповненої реальності на базі мобільних телефонів для навігації користувачів історичними місцями постійно розвиваються. Вони дають змогу користувачеві переглядати історичні фотографії різних вулиць міста, одночасно переміщуючись цими вулицями за допомогою карти або GPS. Додаток розпізнає місцеположення і накладає історичні фотографії на онлайн-зображення.

Ф. Берендт наголошує на тому, що «багаторівневий союз фізичного та віртуального просторів утворює гібридні простори», які виникають через використання цифрових медіа в публічному просторі [10]. У цих гібридних просторах технологічної конструкції представлена діалектика між віртуальним і реальним, між публічною і приватною сферами, між локальним і глобальним. Участь є центральним завданням у створенні публік-арту, а доступність є визначальним фактором у взаємодії просторів. Технологія обмежує доступ до досвіду творів, застосовуючи до технологічного публік-арту відмінність між використанням і доступом. У публік-арті простір має набір фізичних характеристик у розмірі, що зумовлюють насолоду ним, але, за визначенням, публік-арт забезпечує досвід вільного доступу публіки до простору. У віртуальному просторі необхідний об'єкт-посередник, який дозволяє доступ через

системи колективного доступу з витратами на використання. Ця умова визначає, що в технологічній роботі фізичного доступу до місця може бути недостатньо, оскільки, щоб повною мірою відчувати те, що пропонує цифровий художник, користувач повинен вирішити, чи хоче він взагалі отримувати доступ до художнього контенту. Участь зумовлена не лише правом власності, адже публік-арт страждає від обмежень фізичного накладання, збереження, вічності та соціокультурної інтерпретації з навколишнім середовищем [6, 16]. Віртуальні простори твору також відображають усі проблеми інтерпретації, обмеження та збереження у двох основних характеристиках технології: структурі виробництва змісту та його використання.

Інтерпретація глядача в публік-арті відображає різноманітні проблеми, такі як особиста ідіосинкразія з художніми течіями або з виробництвом об'єкта й символічними методами. У технологічному просторі проблеми інтерпретації мають ту саму основу, але посилюються додатковим рівнем складності, який зумовлює об'єкт та його вивчення. Інтерпретація спричинена новими мобільними об'єктами, що постійно запускаються і потребують постійного вивчення нових кодів програмування і використання.

Наукова новизна. Досліджено сучасні цифрові практики публік-арту; розглянуто художні інтервенції медіаарту в публічний простір як засіб соціального втручання; на основі компаративного аналізу виявлено відмінності між практиками цифрового публік-арту як самостійного піджанру публік-арту, що створюється, керується і поширюється і кіберпросторі.

Висновки. Цифровий публік-арт – унікальна форма існування сучасного мистецтва поза художньої інфраструктури, що створюється та поширюється в громадському просторі завдяки кібертехнологіям з метою проблематизації різноманітних актуальних питань як безпосередньо мистецтва початку ХХІ ст., так і простору, у якому воно представлено.

На сучасному етапі об'єкти цифрового публік-арту – невід'ємна частина урбаністичного простору. Незважаючи на наявність нових технічних засобів презентації, публік-арт зберігає зв'язок з концептуальними проблемами (створення ідентичності та інклюзивна участь спільнот). Цифрові практики публік-арту відповідають естетиці постмодернізму, відповідно до якої важливим є

подолання вакууму, певної замкнутості художньої практики, осмислення онтологічних станів. Значною мірою вони є яскравим прикладом трансгресії кордонів культурної форми, знаком наближення масової та елітарної культури, демонструючи ідею доступності культурного колажу сучасності.

Основними характеристиками цифрового публік-арту є: інтерактивність, технологічність, динамічність, атрактивність та соціальність.

Література

1. Єфімова А. В. Публік-арт: перспективи та шляхи розвитку в Україні. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2016. Вип. 28. С. 143–152.
2. Міронова Т. В. Віртуальна і доповнена реальність у творчості українських мистців. *Art and Design*. 2021. № 2. С. 141–151.
3. Мусієнко Н. Public art у просторі сучасного міста. Київська практика. *Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини*. 2010. Вип. 7. С. 136–149.
4. Оспіцева-Павлишин М. Зміни тематики, естетики та функцій публічних зображень у Києві через вплив соціокультурних процесів у суспільстві 1990–2010 років. *Сучасне мистецтво*. 2021. Вип. 17. С. 183–193.
5. Чепелик О. В. Взаємодія архітектурних просторів сучасного мистецтва та новітніх технологій або мультимедійна утопія. Київ: Хімджест, 2009. 260 с.
6. Abreu J. G. Arte Pública. Orígenes e condição Histórica. J. G. Abreu, & L. Castro, Edits., 2013. P. 13–33.
7. Andrade P. Urban public art and tourism communication. *Revista Lusófona de Estudos Culturais. Lusophone Journal of Cultural Studies*. 2020. Vol. 7, no. 1. P. 39–59. DOI: <https://doi.org/10.21814/rlec.2119>.
8. Asmaa S., Asmaa H., Al-Hagla K. Digital Public Art in Historical Urban Open Spaces: The Impact of New Technologies. *REAL CORP 2022 Proceedings / Tagungsband* (14–16 November 2022). P. 249–258.
9. Barassi V., Treré E. Does Web 3.0 come after web 2.0? *Deconstructing theoretical assumptions through practice. New media & Society*. 2012. Vol. 14 (8). P. 1269–1285.
10. Behrendt F. Mobile sound: Media Art in Hybrid spaces. *Sussex: University of Sussex. Behrendt*, 2010.
11. Manovich L., Indaco A. The Image of a Data City: Studying the Hyperlocal with Social Media. *Architectural Design*. 2017. Vol. 87. № 1. P. 110–117.
12. Miles M. Art, space and the city: public art and the urban futures. Routledge, London. Miles 1997. 266 p.
13. Virilio P. The Aesthetics of Disappearance / Translated by Phil Beitchman. *Semiotext(e)*. 1991. 128 p.

References

1. Yefimova, A. V. (2016). Public art: prospects and ways of development in Ukraine. *Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*, 28, 143–152 [in Ukraine].
2. Mironova, T. V. (2021). Virtual and augmented reality in the work of Ukrainian artists. *Art and Design*, 2, 141–151 [in Ukraine].
3. Musienko, N. (2010). Public art in the space of the modern city. *Kyiv practice. Modern problems of research, restoration and preservation of cultural heritage*, 7, 136–149 [in Ukraine].
4. Ospishcheva-Pavlyshyn, M. (2021). Changes in the themes, aesthetics and functions of public images in Kyiv due to the influence of socio-cultural processes in society 1990–2010. *Modern Art*, 17, 183–193 [in Ukraine].
5. Chepelyk, O. V. (2009). The interaction of architectural spaces of modern art and the latest technologies or a multimedia utopia. *Kyiv: Khimgest* [in Ukraine].
6. Abreu, J. G. (2013). *Arte Pública. Origens e condição Histórica*. J. G. Abreu, & L. Castro, Edits. pp. 13–33 [in Portuguese].
7. Andrade, P. (2020). Urban public art and tourism communication. *Revista Lusófona de Estudos Culturais. Lusophone Journal of Cultural Studies*, 7, 1, 39–59. DOI: <https://doi.org/10.21814/rlec.2119> [in Portuguese].
8. Asmaa, S., Asmaa, H., Al-Hagla, K. (2022). Digital Public Art in Historical Urban Open Spaces: The Impact of New Technologies. *REAL CORP. Proceedings / Tagungsband (14–16 November 2022)*, 249–258 [in English].
9. Barassi, V., Treré, E. (2012). Does Web 3.0 come after web 2.0? Deconstructing theoretical assumptions through practice. *New media & Society*, 14 (8), 1269–1285 [in English].
10. Behrendt, F. (2010). *Mobile sound: Media Art in Hybrid spaces*. Sussex: University of Sussex. Behrendt.
11. Manovich, L., Indaco, A. (2017). The Image of a Data City : Studying the Hyperlocal with Social Media. *Architectural Design*, 87, 1, 110–117 [in English].
12. Miles, M. (1997). *Art, space and the city: public art and the urban futures*. Routledge, London. Miles [in English].
13. Virilio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. Translated by Phil Beitchman. *Semiotext(e)* [in English].

*Стаття надійшла до редакції 12.04.2023
Отримано після доопрацювання 16.05.2023
Прийнято до друку 25.05.2023*