

Мы знаем, что подталкивает дам к интимным отношениям. Это – бренд. Что превращает крутых мужиков в рабов? Это – бренд. Что движет миллионами обывателей? Это – бренд. Люди чувствуют себя людьми, только когда светятся известным брендом. «Штані типу Адідас носити тільки педараст», – сделали вывод нонконформисты 70-х годов прошлого столетия. 90-е подтвердили этот вывод. Недоступность некоторых брендов вводит массы простого народа в перманентное состояние фрустрации. В мире совершено около 970 миллионов зафиксированных преступлений ради овладения заветным брендом. Бренд – это клеймо смерти на организме человечества. Вирус, поражающий счастьем статусного положения.

Антон Логов замахнулся на святое, на бренд. Он вырвал знаки престижа из повседневной среды их влияния на человеческое сознание и сделал частью пространства, где они, как бы, начинают выражать нечто более значимое. Художник погружает их в туманные пространства своих абстракций. Заливает эмалью и топит в смоле. Обозначения знаменитых продуктов массового потребления мгновенно обогащают свой смысл для непосвященных, сохраняя приятную декоративную сущность клейма.

Логов слушает звук надутого и лопнувшего бренда, плюхнувшегося в Лету. Лета – субстанция, растекающаяся по полотнам художника. В ней плещутся волшебные знаки. Логов заглядывает в армагеддоново будущее, пока, надемся, далекое. А сейчас его картины пытаются сакрализировать смыслы волшебных знаков, а эти знаки, соответственно, стараются изменить содержание картин. Веет смертью старых понятий и рождением свежих стадных чувств. Бренд расширяет рамки холстов и позволяет статусному зрителю испытать доселе неизведанные эмоции предчувствия иерархического продвижения.

Престижный знак – крутая вещь – обладание – кайф – зависть соперников – смерть – новый владелец... Человек без бренда – ходячая пустота. Будь он олигархом или президентом, депутатом или спортсменом, бандитом или бизнесменом. Если развесить полотна Антона в определенном порядке, можно четко проследить сутки любого из перечисленных субъектов. Каждый их шаг брендируется. Брендпоклонник спит в брендовой постели, носит брендовые тапочки, трахается в брендовом презервативе, ест брендовыми приборами, одет в брендовые костюмы, из брендовой винтовки его ликвидирует кто-то тоже очень брендируемый.

Из всех сдержанных абстрактных, безмерных цветных туманностей, созданных Логовым вокруг брендовых знаков, выплывают простые истины, свирепые в своей банальности: «Бренд – это все. Нет бренда – нет ничего». Прикройте рукой какой-то брендовый знак на холсте, написанном Логовым. И холст тут же, освобожденный от конкретности, начнет вас поглощать необозримостью и вечностью наглого пространства, он задавит вас необъяснимостью и абсолютностью. Опустите руку – это пространство сразу упирается в бренд и ему подчиняется. Конкретность побеждает вечность, порождая очередную псевдорелигию.

Логов играет в новую сакральность. Бренд – это обозначение совсем свежих богов. Им молятся, поклоняются, служат, любят и подчиняются. Есть секты фанатов определенных брендов. И Логов предлагает им иконы, в которых подчеркнута мистическая сущность и могущество бренда. Став на колени перед такой иконой, брендпоклонник, в своей неистовой вере, не упирается сознанием в тупой предметный мир, а расплывается во вселенском объеме желаний. Иконы порождают мощный творческий импульс в развитии образов желаемых брендируемых предметов. Их даже может и не быть в материальном мире, но живописное произведение, созданное Логовым, материализует необузданные фантазии потребителей. Их иллюзии вполне осязаемы и тактильны.

Отдельные брендпоклонники испытывают эротические переживания при созерцании брендовых знаков. Антон тонко вводит в изображение такое понятие как «оргазмический взрыв». Картины развивают оргазмическое восприятие и вносят вклад в развитие сексуальных коммуникаций на основе влечения к конкретному бренду. Абстрактная часть полотен насыщена этой энергией освобождения и слияния с любимым знаком. Антон Логов, создавая этот цикл картин, прошел сложный путь постижения Бренда как религиозного, сексуального, социального начала. Он сам создал бренд в котором заключены секреты абсолютной власти и абсолютной свободы.

Олександр Ляпін

*За додатковою інформацією, фотоматеріалами, коментарями учасників подій звертайтеся:
координатор проєктів Стефанія Цап, 067 547 22 86, 492 92 03 pr@qudimov.com*

Арт-центр Я Галерея у Києві, Хорива, 49Б, /044/ 492 92 03, у Дніпропетровську, Гусенка, 17, /056/ 713 57 13

yagallery.com.ua

//гудімов арт проєкт