

АМ. Комментарий к акции ГОЛОВА БУДДЫ на Kaufhof

В этой акции я основывался на пустоте и заброшенности в бытие-к-смерти как основополагающих эстетических экзистенциалах и о изменениях на ЭЗП (*экспозиционного знакового поля*) как контексте всякого ДЗП (*демонстрационного знакового поля*). Будда (скульптурная голова черного цвета) был вынесен - через Qr-код - из третьего мира Измайловского поля в первый мир на витрину заброшенности обреченного на уничтожение (перестройку) Кауфхофа в Виттене также, как в 6 веке до нашей эры Будда и буддизм были перенесены, экстраполированы из третьего мира княжеств тогдашней Индии в первый мир Китая и вокруг – Тибет, Япония, Тайланд, Бирма и т.д. А в самой Индии буддизм не прижился.

Оголенность и заброшенность человеческой фигурки на огромном и пустом снежном Киевогорском поле зимы 1985 года (когда по сюжету я стоял в акции № 33 и зрители смотрели на меня от тряпки с магнитофоном и предметами на ней) и на видео этого стояния вдали от зрителей, на которое ведет Qr-код в виттенской витрине, были тогда, в акции «Золотой аспид», на время преодолены ярким событием вручения зрителям бело-золотых игрушек мыслеформ несуществующего, иллюзией, сном, а потом и они были отняты и уничтожены и опять осталось тоже самое пустое снежное поле бытия-к-смерти и заброшенности.



30.04.2026