

*Катерина СТАНІСЛАВСЬКА*

### **МИТЕЦЬ І ГЛЯДАЧ: ПОГЛЯД НА ВЗАЄМИНИ У МОДУСАХ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ВИДОВИЩНОЇ КУЛЬТУРИ**

*У статті досліджено особливості комунікаційної моделі «митець – глядач» у видовищних формах постмодерністської культури: акціонізмі, інструментальному та хоровому театрі, вуличному мистецтві, флешмобі, відеоігрі.*

**Ключові слова:** *постмодернізм, видовищна культура, видовище, акціонізм, інструментальний театр, хоровий театр, вуличне мистецтво, флешмоб, відеогра.*

*В статье исследованы особенности коммуникационной модели «художник – зритель» в зрелищных формах постмодернистской культуры: акционизме, инструментальном и хоровом театре, уличном искусстве, флешмобе, видеоигре.*

**Ключевые слова:** *постмодернизм, зрелищная культура, зрелище, акционизм, инструментальный театр, хоровой театр, уличное искусство, флешмоб, видеоигра.*

*The features of the communication model «artist – audience» in spectacular forms of postmodern culture (actionism, instrumental and choral theatre, street art, flashmob, video game) are researched in the article*

**Keywords:** *postmodernism, spectacular culture, spectacle, actionism, instrumental theatre, choral theatre, street art, flashmob, video game.*

Культурна ідеологія другої половини ХХ століття – постмодернізм – засвідчила кризу ідей модернізму, пропонуючи по-новому поглянути на художні традиції та комунікативну роль мистецтва, зокрема на взаємини «митець – глядач». Естетична доктрина постмодернізму базується на таких характеристиках, як: готовність до діалогу з будь-якою культурою, стильовий плюралізм, еkleктизм та компіляція, іронічно-ігрові прийоми, естетизація навколишнього середовища, стирання граней між мистецтвом і реальним життям. Розвиток такої ідеології спричинив поступове перетворення культурного простору другої половини ХХ століття з *логоцентричного* (в центрі – слово) на *візіоцентричний* (в цен-

трі – зображення). Цей процес викликав і появу нових понять, зокрема: візуальна культура, візуальна парадигма, візуальне мислення, візуальний поворот, відеологія, медіакультура, видовищентризм, мультимедізація культури та ін.

Виникнувши як культура візуальна, постмодернізм зосередився не на *відображенні дійсності* (як традиційно визначають сутність мистецтва), а на її *моделюванні* шляхом експериментів з різними видами штучної реальності. Відео- та кібернетичні технології, електронні образи, симулякри та ілюзії, що втілюються у комп'ютерному дизайні, відеоіграх, мережевому спілкуванні, відеокліпах та інших екранних формах, в ленд-арті та стріт-арті мають небачену владу. Широке розповсюдження медіа-продукції не лише обумовило візуалізацію масової свідомості, а й визначило зміну способів сприйняття дійсності та мистецтва – як з боку самих художників, так і з позиції публіки. Тому сьогодні є вельми *актуальним* дослідження комунікаційної моделі «митець – глядач» у контексті її трансформації в умовах постмодерністської культури.

Питанням взаємодії артиста і публіки, митця і глядача присвячено низку праць вчених радянського і пострадянського простору. Окремо хочеться виділити ім'я і доробок видатного російського культуролога, мистецтвознавця та соціолога Миколи Андрійовича Хренова (народ. 1942). У своїх працях він розвиває міждисциплінарний, комплексний підхід до вивчення художньої творчості, мистецтва, естетики, філософії культури, досліджуючи естетичні, соціологічні та соціально-психологічні аспекти різних видів мистецтва (переважно видовищних) у їх тісному взаємозв'язку. Одним з провідних напрямів наукової діяльності вченого стали питання рецепції мистецтва – дослідник фактично розробив основи радянської/російської рецептивної естетики. М. Хренов підготував цілий ряд новаторських праць, пов'язаних з історією публіки, мистецьким життям суспільства, масовою комунікацією, майже безмежно розширюючи поле вивчення видовищних мистецтв у контексті історії культури і суспільного життя. Втіленням цієї доктрини стала докторська дисертація «Культурологічний аспект вивчення публіки як комунікативної спільності» (1992) та ряд монографій: «Соціально-психологічні аспекти взаємодії мистецтва і публіки» (М., 1981), «Публіка в історії культури» (М., 2002), «Видовища в епоху повстання мас» (М., 2006); «Публіка в історії культури. Феномен публіки в ракурсі психології мас» (М., 2007).

У соціальному та культурологічному ракурсах продовжують вивчати комунікативні особливості взаємодії митця і глядача О. Богатирьова, А. Венкова, Д. Дубровіна, А. Загребина. Історико-культурному контекстові віддають перевагу А. Туманова, І. Сапаров, Г. Щербакова, Г. Юсупова.

Ряд досліджень присвячений проблемам комунікації виконавців і публіки у контексті конкретних мистецьких видів і форм: театральних (Н. Гришкіна, В. Дмитрієвський, Д. Донова, О. Копалова, І. Куличков, О. Мальцева, К. Чепеленко, А. Юр'єва), музичних (І. Бабич, Ю. Капустін, Р. Перцовська, Л. Слуцька, А. Чванова), екранних (Ю. Бединська, Н. Косенкова, Н. Легошина, В. Масло-

ва, Л. Матвєєва, О. Поберезников), образотворчих (В. Жуковский, Н. Копцева, Н. Сердюк, М. Тарасова).

Серед українських вчених питання сценічно-глядацької комунікації розглядали І. Безгін, Є. Воробйов, Ю. Сагіна, Л. Федоренко, К. Юдова-Романова, екранно-глядацької – Л. Наумова, Г. Погребняк, М. Яновський.

Аналіз інформаційних джерел свідчить, що питання взаємин митця і глядача саме у контексті постмодерністської видовищної культури ще не отримали достатнього наукового висвітлення, що і обумовило *мету* статті.

Людина ХХ – початку ХХІ століть фактично є суб'єктом візуальної репрезентації, проживаючи своє життя в атмосфері тотальної візуалізації і відчуваючи себе то глядачем, то виконавцем. Сучасне видовище, в тому числі мистецьке, з об'єкта споглядання перетворюється на феномен, що залучає або спонукає до участі у дійстві самого глядача, який свідомо чи несвідомо приміряє на себе роль співавтора, співтворця: подібне спостерігається у формах художньої акції, інструментального та хорового театру, перформансу, хепенінгу, тотальної інсталяції, флешмобу, боді-арту, стріт-арту, електронної відеогри. Сучасна публіка вже не хоче просто спостерігати – глядач потребує сильніших вражень та відчуттів, і така «погоня за емоціями» сприяє тому, що він стає повноправним учасником візуального дійства.

У 60–70-х роках ХХ століття у європейському та американському мистецтві були розроблені певні ідеології та стратегії поведінки творчої особистості – як митця, так і глядача. В результаті цих процесів був сформований особливий глядач, котрий, з одного боку, прагнув спектакулярності та уречевлення, а з іншого – сам ставав об'єктом маніпуляцій художника. Втім, такий «новий глядач» був справді розкріпаченим і тому виявляв готовність бути залученим до сфери тілесно-мистецьких дійств, провокацій, спонтанних дій. Внаслідок цього виникли інтерактивні форми художніх практик, зокрема, у мистецькому напрямі акціонізму – акції, хепенінги, перформанси, різноманітні види боді-арту.

Під акціонізмом (з англ. *action art* – мистецтво дії) розуміють різноманітні форми художньої активності, засновані на принципі процесуальності мистецтва. Представники акціонізму вважали, що митець повинен займатись не створенням статичних об'єктів, а організацією подій, процесів, дійств, і тому в усіх акціоністських формах головний акцент зроблено не на певний мистецький *продукт*, а на *процес його створення*. Така художня ідеологія спонукала митців до пошуку нових способів художньої виразності, а саме – динамічності, процесуальності, театралізації, посилення ігрового компоненту, видовищності.

Перші акції такого роду проводились ще представниками дадаїзму та сюрреалізму у першій чверті ХХ століття, але концептуальної завершеності цей мистецький напрям набув у другій половині століття. Акціонізм поступово вийшов за межі майстерень і перетворився у театралізоване дійство, що відбувається за присутності свідків-глядачів. Головною дійовою особою таких акцій був сам

художник, що творив на очах у публіки (Дж. Поллок, Ж. Матьє, І. Кляйн та ін.). Традиційно інтимний процес народження мистецького твору був перетворений у публічний акт.

Вже у творчості абстрактного експресіоніста Джексона Поллока (1912–1956) акценти принципово зміщуються з кінцевого «продукту» на процес його створення: у «живописі дії» *дія* починає домінувати над *живописом*. Поллок писав: «Мій живопис ніяк не пов'язаний з мольбертом. Навряд я хоч раз натягував полотно на підрамник. Я волю краще прибити полотно до стіни чи підлоги. <...> Я відчуваю себе ближчим до живопису, його частиною, я можу ходити навколо нього, працювати з чотирьох боків і буквально бути всередині нього. Я продовжую відходити від звичайних інструментів художника, таких як мольберт, палітра та пензлі. Я віддаю перевагу паличкам, совкам, ножам, фарбі, що ллється, або суміші фарби з піском, битим склом або чимось ще. Коли я всередині живопису, я не усвідомлюю, що я роблю. Розуміння приходить пізніше. У мене немає страху перед змінами або руйнуванням образу, оскільки картина живе своїм власним життям. Я просто допомагаю їй вийти назовні»<sup>1</sup>. Надалі мистецтво пішло цим шляхом, реалізуючи ідею звільнення творчої енергії через жест, рух, а об'єктність мистецтва поступово втрачала свою актуальність.

Одноименна форма такого творчого жесту в акціонізмі – *акція* – являє собою разову дію, спрямовану на досягнення певної художньої мети. Вона може мати соціальне або ідеологічне забарвлення. Акція відбувається без заздалегідь розробленої сценарної драматургії, тому акціоніст не завжди може передбачити, як саме відбудеться його акція, але він завжди знає, навіщо він це робить і якого ефекту чи результату хоче досягти.

Розвиток акціонізму був спрямований на збільшення глядацької активності, залучення глядачів до мистецького процесу, внаслідок чого виникли спонтанні, імпровізовані міні-вистави – *хепенінги*. Хепенінг розвивається не як організоване, а як спровоковане, імпровізоване, непередбачуване дійство, до якого залучаються глядачі. Така мистецька подія позбавлена чіткого сценарію та драматургії. Ніхто з учасників не може знати наперед, як розвиватиметься хепенінг і коли він завершиться, адже саме глядачі (вони ж учасники) визначають розвиток хепенінгу та його фінал. Отже, у формі хепенінгу яскраво виявляється ідея стирання меж між митцем та глядачем.

Дещо пізніше оформилася й інша акціоністська форма – *перформанс*, що передбачала сплановане візуально-видовищне дійство митця (або групи осіб) перед запрошеною публікою. У перформансі повністю домінує митець або спеціально підготовлені статисти, що являють публіці живі композиції із символічними атрибутами, жестами, позами. Ця форма передбачає більш-менш чіткий сценарний план та продумані мізансцени, тому перформанс часто відносять до нової театральної форми. На наш погляд, принципова різниця з театральним мистецтвом полягає в тому, що учасники перформансу виконують абсолютно

реальні дії, які нічого, крім них самих, не зображують. Таким чином, об'єктом творчості перформансу стає не створений художником мистецький витвір, а сам митець, його існування у художньому процесі.

Усі ці форми могли розгортатись як у закритому просторі (галереях, музеях, театрах тощо), так і в природному й міському середовищі. Невід'ємною складовою таких арт-практик було використання людської тілесності. Це могло виражатись і у презентації тіла самого художника (або його моделей) як об'єкта творчості, і у обов'язковій тілесній співучасті глядачів. У цьому разі глядач виступав у ролі співавтора, граючи роль «полотна», або втілюючи собою елемент твору, або впливаючи своєю тілесністю на розгортання мистецького процесу.

Більшість критиків цим явищем були захоплені зненацька, адже тілесні практики, на перший погляд, не мали коріння в національних мистецьких традиціях і виникли нібито «з нічого». Перша реакція критики після шоку була відверто ганьбленою, що змусило акціоністів у багатьох країнах існувати «підпільно». Офіційно боді-арт був визнаний у 1972 році на 5-й виставці сучасного мистецтва *Documenta* у німецькому Касселі (виставка була заснована у 1955 році художником А. Бодє, проводиться кожні п'ять років впродовж ста днів) – саме тоді тілесним практикам було відведено цілий відділ.

Однією з найпривабливіших особливостей боді-арту, що надає йому характерної культурно-комунікаційної динаміки, є публічна реконструкція самої «кухні» творчості: демонстрація створення «шедеврів», численні експерименти з візуальністю у її новому прочитанні, «діалог» малювання з малюнком (намальованим зображенням). Людське тіло, на якому малюють і пишуть, стає текстом, художнім посланням, розташованим у просторі та на екрані (коли художники-акціоністи звернулись до кіно, відео, демонстрації слайдів).

Досить часто перформанси та акції, пов'язані з тілесними практиками, супроводжуються публічними роздяганнями та переодяганнями. Це слугує, по-перше, дистанціюванню та виділенню конкретного тіла із колективної тілесності. По-друге, це сприяє трансформації, «преображенню» тіла, адже будь-які дії акціоніста надають тілу властивостей та можливостей стати певним посланням. І якщо перформер, *body-art*-ист «пропускає» усі свої художні задуми крізь власний тілесний досвід, то глядач, сприймаючи процес «руйнування-створення» тіла, також відчуває його у межах своєї тілесності. «У контакті із сучасним артефактом, арт-проектом реципієнт уже не споглядає його, але обмацує оком, слухом, активно мислячою свідомістю (іноді і тактильно). Саме на таке гаптичне сприйняття розрахована <...> більшість творів сучасного мистецтва від арт-проектів боді-арту, де живе людське тіло є естетичним об'єктом, до сучасних енвайронментів та відео-інсталяцій»<sup>2</sup>.

Втім, тіло стає можливим для «прочитання» лише тоді, коли воно перетворюється у семіотичний інструмент, стаючи протилежністю природного. Тобто тілесність в арт-проектах майже повністю відчужується від природної ситуа-

тивної основи і, зберігаючи властиву їй соматичність, вміщується у зовсім нові арт-контексти, які повинні виключити семантику та асоціативність первинного контексту та переорієнтувати енергетику у нове русло. У цьому контексті метою багатьох художніх акцій є звернення уваги глядача-учасника на різні чуттєві реакції тіла, а інколи переживання ним навіть емоційного шоку. Загалом тема болю, фізичного страждання культивується митцями тілесних практик як протиставлення жорстокості, що панує у світі, та атрофії почуттів сучасної людини. Співчування фізичним стражданням митця стає для глядача джерелом віднаходження власної ідентичності як людської істоти, здатної до співпереживання.

Один з постулатів тілесної ідеології акціонізму полягав у тому, що митці прагнули покінчити з фетишизацією людського тіла, з екзальтацією його краси і досконалості, що їх століттями проповідували література, живопис, скульптура. Акціоністи мали на меті дати відповідь: чим же насправді є людське тіло і яке його становище у світі? Одна з відповідей полягала у тому, що тіло – це *інструмент* людини, від діяльності якого вона залежить і яким користується у буденному житті. І тому акціонізм обрав формою своєї мистецької діяльності саме тіло, аби глядач міг зчитувати з нього, як з об'єкта художнього досвіду, певну інформацію про те, чим воно є насправді – біологією, змодельованою культурою чи проявом культури в біології.

Особливі взаємини між митцем та глядачем сформувались і в сценічній формі постмодерного мистецтва, пов'язаній з практикою академічного музичного виконавства, – *інструментальному та хоровому театрі*.

Як відомо, є дві форми прояву театральності в музиці – внутрішня і зовнішня. Внутрішня спирається лише на музичний текст у чистому вигляді, відображаючи дію ілюзорно, через асоціативність, коли композитор для втілення ідеї твору підпорядковує музичні засоби сценічним закономірностям, демонструє драматичне зіткнення музичних тем-образів, створює «звуківим арсеналом» образи візуальні тощо. Таким чином, народжується композиція, де слухачі стають учасниками подій у розумовій формі (глядацькій уяві).

Зовнішня форма обумовлюється законами театрального дійства та спирається на зримий ряд, використовуючи позамузичні засоби виразності. Театральність «забезпечує» музиці, по-перше, видовищність (дійство в лицях перед аудиторією), по-друге, дійовість (сполученість з часовим розгортанням подій), по-третє, умовність (ігрову стихію сценічного дійства). Усі названі якості виявляються у реальних діях музикантів-виконавців: видовищність – в оволодінні простором сцени через нетрадиційне розташування музикантів та сценографію (світло, декорації, костюмованість); дійовість – у пластиці, жестикуляції, рухах, переміщеннях, міміці, тобто через поведінковий момент; умовність – у новому статусі музиканта-актора, який руйнує «звичне» сприймання музики, стаючи «надто помітним».

Інструментальний чи хоровий театр передбачає наявність значимого візуального коду – яскравої театральності самого виконавського процесу, коли по-

ведінка музикантів/співаків на сцені є невід'ємною частиною повноцінного сприйняття музичного твору – і для цього, відповідно, потрібно бути одночасно і слухачем, і глядачем.

Музикознавець Т. Чередниченко зазначає, що якщо у класичній традиції завдання виконавця полягає у самоототожненні з виконуваним твором, то у сучасній музиці відбувається зворотний процес: виконуваний твір ототожнюється з виконавцем. У поєднанні з іншою традицією – відмовою від усвідомлення автора як головної інстанції музичної історії – виникає ідея «симбіотичної музики» (автор терміна – К. Штокхаузен) – музики, яка не існує поза виконавським актом. Саме інструментальний театр став вотчиною симбіотичної музики<sup>3</sup>.

Одним з важливих елементів цієї видовищної форми стає особлива комунікація з глядачем: музиканти-актори чекають від глядача вже не тільки слухацької реакції (яка традиційно виражається в абсолютній тиші під час виконання та оплесках в кінці), а й глядацької, адже діалог із публікою відбувається і за допомогою поведінкового компоненту, опанування виконавцем залу, іноді з використанням безпосереднього звертання до конкретних осіб. Так, наприклад, у творі В. Рунчака «Музичка для маршрутки Пекін – Київ (конса)» саксофоніст починає ходити по залу і збирати гроші під китайську фонограму і щоразу, коли йому щось дають, імпровізує у китайському дусі. Подібних прикладів у сфері інструментального театру багато.

Отже, всі особливі якості, характерні для інструментального та хорового театру (нетипова поведінка виконавців, незвичне їх розташування у сценічно-зальному просторі, наявність костюмів і масок, використання «зайвого» вербального спілкування між самими виконавцями та виконавцями і глядачами, застосування нетипових прийомів звуковидобування або використання музичних інструментів не з метою звуковідтворення, залучення до виконавського процесу різноманітних предметів матеріального світу, далеких від практики концертного музикування тощо), вимагають нової моделі сприйняття академічної музики, яка передбачає «нового» слухача-глядача, готового до діалогу з виконавцем на різних рівнях (психоемоційному, співтворчому, ігровому, вербальному, фізичному та ін.).

Особлива комунікація утворюється між митцем та глядачем і у сфері сучасного *вуличного мистецтва*, що презентує місто як відкритий майданчик для видовищно-ігрових, творчих експериментів у публічному просторі. Ця особливість полягає в тому, що, працюючи з контекстом міської вулиці, стріт-арт має на меті не лише творче освоєння простору, а й зміну ставлення до нього городян. Художнє графіті, вуличні інсталяції, об'ємне малювання на тротуарі, настінний розпис, естетичне оздоблення засохлих дерев та ін. – всі ці форми, створені для діалогу із перехожим, на відміну від традиційних статичних об'єктів публічного мистецтва. Справді, пам'ятники та статуї, більш-менш вдало вписуючись у вже наявне середовище, вносять певний комунікаційний конфлікт: навколишній простір, до цього повністю доступний людині для освоєння, набуває визначеної

обмеженості, адже скульптурні композиції найчастіше існують «на відстані» від глядача, зберігаючи свою «недоторканість». На відміну від них, естетичною метою вуличного малювання та інсталяцій є створення особливого художньо-смыслового контексту, до якого перехожий втягується не лише як глядач, а й як учасник, співтворець видовищно-ігрового комунікаційного поля.

М. Лур'є, дослідник графіті – одного з найпоширеніших видів стріт-арту, зазначає, що цей вид вуличного мистецтва максимально розширює «сферу впливу» у комунікативній системі сучасного міста: кожне накреслене слово чи зображення інтерпретується як провокативна відповідь-репліка, а сукупність міських площин перетворюється у суцільний епістолярний простір. Розглядаючи графіті як специфічну комунікативну систему, дослідник виокремлює два різні види цієї комунікації: інтраграфітійний – такий, що передбачає діалог між носіями графітійної культури, та екстраграфітійний – такий, що передбачає діалог мовою графіті із «зовнішнім» світом, котрий не користується графітійним кодом спілкування. Загалом, можна стверджувати, що мова графіті намагається стати універсальним кодом міської комунікації<sup>4</sup>.

Як мистецький феномен, стріт-арт володіє глибокою образністю, художнім контекстом і підтекстом, системою виразних засобів, професійним інструментарієм, естетичною цінністю та образністю. Як видовищна форма, вуличне мистецтво відзначається демократизмом, комунікаційністю та спрямованістю на глядача. Завдяки виявленим мистецьким та видовищним рисам, а також виконанню функцій субкультурної, соціальної, вікової, гендерної ідентифікації стріт-арт можна визначити як засіб творення культурного ландшафту міста, у просторі якого спілкування митця і глядача постійно оновлюється.

Найсучаснішою видовищною формою, яка об'єднала в собі ознаки акціонізму і вуличного мистецтва, є *флешмоб* – явище, з часу виникнення якого ще не минуло і десяти років, але яке вже стало однією з найулюбленіших видовищно-ігрових форм. «Спалах натовпу» або «миттєвий натовп» (з англ. *flash* – спалах, мить; *tob* – натовп) являє собою заздалегідь сплановану (в основному через Інтернет) масову акцію, у якій велика група людей раптово, несподівано для інших з'являється чи збирається у певному громадському місці, виконуючи протягом нетривалого часу певні оговорені дії, після чого дуже швидко «розчиняється». Принциповим відкриттям флешмобу є те, що абсолютно нормальна, звичайна, повсякденна дія, яку виконує одна людина, може викликати неабиякий шок, якщо цю саму дію виконає одночасно і синхронно «розумний натовп».

Основними принципами флешмобу є: спонтанність (учасники не збираються на місці події до початку акції, адже повинно скластись враження, що мобери – такі ж випадкові перехожі, як і інші люди); відсутність рекламних чи фінансових цілей (ніхто з учасників не платить і не отримує грошей); заборона висвітлення події у ЗМІ до її проведення; абсурдність сценарію, який не піддається логічному обґрунтуванню (флешмоб має викликати не сміх, а подив).



Ця видовишна форма має кілька комунікаційних рівнів: 1) мережеве анонімне спілкування майбутніх учасників на етапі підготовки флешмобу; 2) спонтанна взаємодія, яка виникає між виконавцями вже безпосередньо у момент здійснення флешмобу (адже до останнього моменту невідомо, скільки учасників прийде на визначене місце); 3) контакт з перехожими, які можуть по-різному реагувати на дії мобберів і навіть долучитись до них; 4) відсутність вербального спілкування (будь-якого обговорення, обміну враженнями тощо) по закінченні акції.

Сьогодні придумано і розроблено вже багато різновидів флешмобів, але найбільшу естетичну цінність являє *арт-моб*. Це акція, що має певну мистецьку цінність і достатню складність реалізації, адже її виконавцями найчастіше стають професійні музиканти. Арт-моб, як правило, передбачає репетиції і роботу з режисером/диригентом, але така акція не перестає бути мобом, адже усі інші правила мають силу. Глядач арт-мобу опиняється ніби «всередині» твору і спостерігає за його народженням – у незвичному для мистецтва місці, але у виконанні «звичайних» людей. Сьогодні існує думка, що перспектива розвитку флешмобу полягає саме у напрямку арт-мобу, адже посилення і розвиток мистецького компонента зміцнить становище моб-руху у сфері вуличного мистецтва, відкриваючи безліч шляхів для майбутніх пошуків. Підтримаємо думку М. Беспалова про те, що «...флешмоб це не глухий кут культури, а новий її виток. <...> Якщо раніше мистецтвом вважалось, коли одиниці творять для мас, у флешмобі маси творять для випадкових одиниць. <...> Флешмоб ламає культурні знаки. Однак це скоріше не смерть, а народження. Точніше, навіть не народження, а повернення до витоків на більш високому рівні».<sup>5</sup>

Серед постмодерністських видовищних екранних форм, як приклад незвичайної комунікаційної моделі, слід назвати *відеогра*. З культурологічної точки зору комп'ютерна гра належить до популярної культури і системи масового виробництва мистецької продукції. Сюжети та історії, на яких будується більшість електронних ігор, запозичені з жанрів популярної літератури (казки, детективи, пригоди, фантастика, фентезі); часто ігри є доповненням до популярних кіносюжетів. Ці риси дають дослідникам право назвати комп'ютерну гру «віртуально-театральною постановкою мультиплікаційного типу»<sup>6</sup>, напрямки пов'язуючи її з відповідними видами мистецтва. Головною відмінністю буде лише ступінь ідентифікації з головними героями, адже у грі сам гравець керує дією, стаючи повноправним учасником і співавтором ігрової драматургії.

Особливої уваги в аналізі комп'ютерної гри заслуговує комунікаційний аспект – специфічний тип її сприйняття, а саме: глядач-гравець відчуває себе всередині художнього простору гри і отримує максимально індивідуалізований досвід взаємодії з твором-грою, а у випадках, коли гравець виконує роль одного з персонажів гри, виникають беззаперечні паралелі з акторським перевтіленням; у грі виникає складна комунікаційна система, в якій гравець як глядач, персонаж, співавтор, творець на різних рівнях спілкується з іншими гравцями,

з іншими персонажами, зі створювачами гри. У цьому аспекті комп'ютерна гра об'єднує в собі кілька типів художньої комунікації, притаманних різним видам мистецтва. В результаті складна схема процесу мистецького спілкування:

**«митець ↔ мистецький твір ↔ реципієнт»**

(митець, створюючи або виконуючи твір, і впливає на нього, і сам змінюється вже під впливом мистецтва; мистецький твір впливає також і на сприймача, у процесі комунікації з яким можливі зміни у самому арт-об'єкті) трансформується в іншу систему, яка ніби замикається по колу:

**«автор → відеогра → геймер»**

Ця система демонструє, що гравець у процесі занурення у комп'ютерну гру (тобто перебуваючи під її впливом) починає керувати нею за своєю волею, стаючи співавтором даного мистецько-ігрового продукту, а зміни, викликані цим втручанням, переживає вже як геймер, оцінюючи нову ситуацію і знову спрямовуючи гру далі на власний розсуд, як автор, – у результаті чого комунікаційний процес стає «зацикленим». Створити відеогра – це фактично створити новий світ, але й сама гра стає продовженням акту творення, адже автори не можуть передбачити, як поведеться гравець – їхній, у певному сенсі, співавтор.

Отже, підсумовуючи розгляд особливостей комунікації між суб'єктами видовищних форм у культурі постмодернізму, наголосимо, що взаємозв'язок між митцем та глядачем відзначений демократичністю, двоспрямованістю, більшим чи меншим ступенем взаємодії (емоційної, тілесної, творчо-ігрової), а також «розмиванням» меж між виконавцем і реципієнтом – просторових, часових, суб'єкт-суб'єктних, особистісно-професійних.

<sup>1</sup> Karmel P. Jackson Pollock: interviews, articles, and reviews / Pepe Karmel, Kirk Varnedoe. – New York : Museum of Modern Art, 1999. – P. 17–18.

<sup>2</sup> Бычков В. В. Эстетика : учебник / В. В. Бычков. – М. : Гардарики, 2004. – С. 487.

<sup>3</sup> Чередниченко Т. Музыкальный запас: Александр Бакши / Татьяна Чередниченко // Неприкосновенный запас : Дебаты о политике и культуре. – 2000. – № 6 (14). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2000/6/chr.html>

<sup>4</sup> Лурье М. Граффити: коммуникация и самопрезентация / М. Лурье [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.eu.spb.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=329&Itemid=247](http://www.eu.spb.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=329&Itemid=247)

<sup>5</sup> Беспалов М. Флэшмоб как метод художественного сознания / М. Беспалов // Флэшмоб – феномен управляемой толпы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mobs.alfamoon.com/flashmob-articles/flashmob-as-art.html>

<sup>6</sup> Галкин Д. В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования / Д. В. Галкин // Открытый междисциплинарный электронный журнал «Гуманитарная информатика». – Вып. 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/4/gal2.htm>