

ФОТОДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Кожна епоха демонструє притаманний їй тип художнього бачення, що віддзеркалює уявлення людини про світобудову. Сучасність констатує стрімке розширення меж мистецтва, що призводить до необхідності розробки нових підходів у дослідженні простору художньої творчості. Про необхідність нового погляду на проблематику мистецтва В. Ісаєв говорить наступне: «Експлікація значення, змісту, структури буття в соціумі естетичного імперативу не “вміщується” в категоріально-теоретичний простір класичної і посткласичної естетики і вимагає іншої парадигми, адекватної системи понять, принципів, законів опису і пояснення досліджуваного феномена» [1, с. 37–38].

Відсутність домінантних форм осмислення навколишньої дійсності у сучасній культурі мотивує художників опанувати різні формотворчі технології, почуваючись вільними у виборі стильових моделей втілення своїх ідей. Яскравим прикладом цього процесу є дизайн. Через дизайнерські технології мистецтво проникає в різні сфери буття, які раніше були закриті для нього. Це створює велику кількість художніх рефлексій, які виникають не в результаті ексклюзивності авторського відображення картини світу, а в контексті виробництва множини візуальних стилізацій цього відображення.

У таких реаліях сучасної «тиранії візуального сприйняття» (М. Маклуен) актуалізуються полістилістичні художні практики, серед яких — фотодизайн. Підкреслимо, що поняття «фотодизайн» у науковому дискурсі ще не має сталої визначеності і трактується й розуміється неоднозначно. Під ним можуть матися на увазі й нові візуальні технології роботи дизайнера, і способи подання проекту чи вид художньої творчості. Наразі публікації, які стосуються питань фотодизайну, розкривають суто технічні можливості обробки цифрового зображення. Так само і у вітчизняному науковому просторі проблематика фотодизайну ще не знайшла свого належного розуміння. Більшість досліджень виходять у вигляді окремих статей, які зачіпають тільки деякі аспекти цього питання [2].

Також зазначимо, що людство настільки звикло до слова «фото» чи «фотографія», що сформоване стереотипне мислення у переважній більшості випадків відразу вказує на прикладну технологію. Однак, першовиток фотопроцесу спираються на більш фундаментальні філософські підґрунтя. З давньогрецького слово «фотос» (φωτος) перекладається як світло, а «графос» (γράφω) — пишу, маюю. Світло, а його головний носій — Сонце, у переважній більшості релігійних вірувань вважалося божеством. Без світла людина не бачить форми, і це не компенсується рецепторною тактильністю, яку вона може застосовувати. Отже, можна стверджувати, що «світло-фотос» — це та основна компонента, яка входить до кожної візуально сприйнятої форми. У цьому контексті зазначимо, що під «формою» ми розуміємо створюваний зразок (модель), де людина позначає навколишнє середовище як якусь фізичну форму і просторову організацію.

Подібна ситуація різного тлумачення створилася і навколо слова «дизайн». Це слово широко вживається, але у більшості випадків його трактування є неоднозначним. Дизайн розглядається як комплекс соціальних, культурних, економічних чи фізичних зусиль, де сам процес залежить від мови форми, представлених множиною правил їхнього комбінунвання. Сама теорія дизайну ще не має тривалої історії та позначена розмаїттям дискусивних тверджень. Зокрема, дизайн позиціонували як промислово естетику (Дж. Глоаг, «Пояснення промислового мистецтва», 1934; В. Гропіус «Нова архітектура і „Баугаус”», 1936); Ф.-Ч. Ешфорд «Дизайнерське проектування для промисловості», 1955), як універсальну складову культуротворчої діяльності (Д. Нельсон «Проблеми дизайну», 1957; Т. Мальдонадо «Становлення бачення», 1965) чи характеризували як найвищу форму мистецтва (Г. Рід «Мистецтво і промисловість», 1956).

Одним із аргументів до органічності поєднання слова «фото-» зі словом «дизайн» може бути визначення Г. Лоли, за яким сам дизайн має риси «оптичного феномена» [3]. Також, у контексті дизайну, Г. Лола зазначає, що він радше має справу не з речами, а з простором, він стурбований не річчю, а світлом, в якому може бути представлена річ, він розміщує і переміщає речі, він викликає їх з одного світу і переносить в інший. Далі вона задається питанням: «Але звідки береться це світло? Будь-яка річ світить тим, звідки її викликали, те, що було відвічним, залишається і дає глибину позначеному простору, річ також світить іншою річчю, розміщеною у визначеному до неї відношенні. Всі ці відсвіти, відблиски, гра тонів створюють те саме світло, яке перетворює загальне, банальне місце на унікальне» [4].

Незважаючи на те, що фотодизайн тільки починає осмислюватись науковою думкою, він вже глибоко вкорінився в динамічний розвиток сучасного мистецтва. Підставою для такого твердження може бути наступне:

- розвиток фототехнологій є історичною закономірністю, яка пов'язана зі збільшенням потоку інформації у суспільстві та зростаючою динамікою переведення культурних текстів та їхнього змісту у предметні форми;
- формотворчий процес художньої дії в сучасній культурі виглядає як універсальна технологія опредмечування світоглядного змісту різними інформаційними технологіями, де алгоритми створення та прочитання породженого тексту мають статус креативної творчості;

— специфіка явища фотодизайну полягає в тому, що в його основі закладено повідомлення матричного типу, зрозуміле для повсякденної свідомості та зорієнтоване на притаманні їй архетипи світосприйняття. Саме тому тексти, які утворює фотодизайн, є за своєю природою символічними, а образи, які транслюються, є більш універсальними, ніж індивідуальними, тобто парадигмальними за своїм змістом;

— сучасні форми фотодизайну стали логічним продовженням та органічним поєднанням накопиченого досвіду образотворчих технологій мистецтва (живопис, графіка) з новим цифровим інструментарієм, де такий синтез успішно тиражує на новітньому етапі розвитку культури віртуальну предметність як знакову систему. Візуальна імперативність цифрового фотодизайну переорієнтовує художню активність на тиражування «image oriented» текстів, де вони складають основу симулятивного формотворення, наслідком якого є маніпулятивний образ, тобто імідж, який надає цим текстам дискурсивності міфологічного типу, а останнє дозволяє поєднати в собі опозиції «реального» й «уявного» на рівні сприйняття.

Оскільки однією із провідних стратегій сучасного мистецтва є опис становлення нової реальності, де про критерії об'єктивності тільки натякається і де змінюються традиційні або вже відомі форми та концепції художньої культури, то автентичне відображення у мистецтві йде на периферію актуальності. Якщо протягом століть змістом та наповненням мистецтва було навколишнє життя, а завдання художника полягало, по суті, лише у виборі об'єкта уваги та ракурсі його бачення, то в рамках нової парадигми кардинально міняються акценти творчого процесу. Область інтересів художників переміщується з дійсності на способи її репрезентації, маніфестації, конструювання. За таких обставин художник опиняється у складному становищі: текст, який він пише, принципово не збігається з правилами сприйняття, які вже встановлені. Художньому добутку вже неможливо надати кінцевого значення та застосувати загально визначені критерії оцінки. Враховуючи це, художник, створюючи артефакт, повинен додавати й збірку правил його сприйняття та тлумачення. Таким чином, мистецтво кінця ХХ — початку ХХІ ст. ставить питання про труднощі у репрезентації дійсності, яка до цього послідовно вирішувалася заздалегідь визначеними методами та правилами, що несуттєво змінювалися в різні історичні етапи західноєвропейської художньої культури [5, с. 28].

Концепт репрезентації (англ. *representation* — зображення, образ, подання) охоплює два поняття: «образ» та «ідея» у контексті «подання» (зовнішній аспект) і «уявлення» (внутрішній аспект), де репрезентація визначається як знаковий феномен, що заміщує чи дублює навколишню дійсність. Отже, репрезентація це — представлення чогось в іншому і за допомогою іншого, де поняття «знак» та «репрезентація» взаємно визначають один одного. Репрезентація виникає в момент саме репрезентувальної дії, коли попереднім станом є відсутність об'єкта, а його проявлення і є наслідком такої дії. Це контрастує із іншим поняттям — «презентацією» як із процесом, де обов'язкова присутність або наявність об'єкта в поточний момент. Репрезентація задається, так би мовити, із запізненням або маючи певну вторинність щодо присутності презентації. За таких обставин актуалізується думка, що історія та художня теорія повинні бути замінені на історію й теорію репрезентації, що розумілася би в термінах текстувального виробництва та психологічного сприйняття. У такій ситуації художник повинен прислухатися не до голосу «внутрішньої необхідності», яким керувалися не тільки митці класичного гатунку, але й авангардисти, а до стратегічних інтенцій та ігрових ходів на арт-полі, де художник бажає проявити себе [6].

Сама реальність стає продуктом активних візуально-знакових потоків, або, іншими словами, безкінечним відзеркаленням людських фантазмів. Сучасне мистецтво розпорошується, стає частиною мозаїки сенсів, можливість та запорукою створення персональної інтерпретації. У цьому сенсі термін «візуальний дизайн», де «дизайн» — принцип, який створює естетико-креативні конструкції стильових інтерпретацій, може точніше позначити образотворчу практику, яка домінує в новітніх художніх практиках.

Вищенаведене дає підстави говорити, що сучасність фіксує не просто межу в змінах форм репрезентації, а радше глобальний розрив з попередніми тенденціями художньої культури і анонсує необхідність інструментарію, який дозволяв би оформлювати візуальну інформацію у різні стильові абриси майже безкінечних послідовностей, що синхронізуються з такою ж безкінечністю явлень картини світу.

Зазначимо, що, згідно з «теорією просочування» (Т. Веблен, Г. Зіммель), раніше зразки мистецтва створювалися для елітарних прошарків суспільства, а вже згодом просочувалися крізь соціальну товщу під час їхнього засвоєння. Такі процеси культурного формотворення постійно поляризували мистецтво. Згодом у цьому процесі виділяється сфера так званої «масової культури». Украв суперечливе, а іноді розпливчасте, це поняття включає явища, які можна узагальнити в дві основні групи:

— твори мистецтва, що стали доступними масовій аудиторії за допомогою функціонування «технології масовизації», тобто ступінь поширення культурної продукції;

— комплекс духовних цінностей, які відповідають смаку та рівню розвитку масових споживачів.

Складності в однозначному визначенні, що таке «масова культура», додає те, що донині немає комплексних досліджень щодо уточнення базового понятійного апарату, який би описував саме поняття «масовість», тобто «множину людей», різних соціальних груп. Натомість, даються безліч суб'єктивних оцінок цього явища, серед яких можна вважати основними такі:

— негативне ставлення до масової культури (Д. Макдональд, Т. Еліот, Дж. Селдес, Б. Розенберг, Г. Маркузе);

- масова культура, її виробництво та розповсюдження залежать від сил, які фінансують засоби комунікації і контролюються верхівкою суспільства (В. Ліпман, М. Мід, А. Шлезінгер, І. Шрамм);
- масова культура — явище позитивне, у ній багато корисного та змістовного (Е. Шілл, Г. Селдес, Д. Вайт, З. Бжезинський).

Достатньо поширеним є твердження, що поняття «масова культура» зводиться до характеристик «псевдокультури», яка не має ні художнього, ні естетичного змісту. Однак таке спрощене уявлення не пояснює причини набуття цим явищем майже всеохопного характеру в сучасну епоху. У своїй книзі «Економіка символічного обміну» А. Долгін зазначає, що дискусії про «масове» та «елітарне», про «високе» і «низьке» тривають багато років, і повністю себе вичерпали. У своїх дослідженнях культурологи люблять що тему, кожного разу виходячи на дилему «мистецтво або ринок». Серед причин, через які вони зайшли в безвихідь, — протиставлення одне іншому. На практиці не обійтися ні без першого, ні без другого. «Високе» і «низьке» — це характеристики не одного й того ж мистецтва й не альтернативних форм його існування, а, по суті, різних граней, різних типів мистецтва [7, с. 151].

Можна впевнено сказати, що продукт масового культурного попиту добре вписується в сучасний спосіб життя, легко знаходячи доступ до масового споживача. В результаті цей тип «товару» стає єдино рентабельним, а інша частина культурного асортименту поступово «знімається з виробництва» як економічно нецікава. За таких обставин мотивація та організаційні аспекти професійної діяльності художника коригуються у бік моделі, що позиціонує його як працівника в умовах ліберальної ринкової економіки. Реалії сьогодення дають непоодинокі приклади, коли майстерня художника втрачає свою класичну початкову функцію бути спеціальним місцем виготовлення «естетичної продукції». Базові координати художників поступово зміщуються туди, де виготовлені ними образи безпосередньо впроваджуються в економічний ландшафт. У цьому процесі матеріалом для художнього здобутку може слугувати що завгодно: журнальні зображення, візуальна продукція, телебачення, Інтернет. У творчій роботі йдеться вже не тільки про створення нових форм, а про те, щоб захоплювати нові сфери знаків та винаходити нові траєкторії існування. Бути тут і тепер, застосовуючи при цьому всі знані досі елементи творчого мислення й засоби виразності — це реальність сучасного художника.

Зміни в художній парадигмі відбуваються, на думку Б. Гройса, тому, що сучасне мистецтво починає оперувати в тому ж просторі, в якому оперує й політика. Він підкреслює, що раніше мистецтво модернізму в основному прагнуло позбутися контролю політики, стати по можливості автономним, формальним. Його протест проти влади й панування політичних інституцій виражався в бажанні відсторонитися від різноманітних політичних контекстів та політичного змісту. Ці обставини призвели до того, що мистецтво стало прагнути позбутися будь-якого змісту, стаючи все більш абстрактним та формальним, а згодом різко повернуло в бік політики. Б. Гройс констатує, що зараз ми живемо в системі, де художник не є основним виробником візуального. У своїй власній сфері, у сфері виробництва образів, за масою, за присутністю й дистрибуцією образів, які художник «виробляє», він перебуває десь, можливо, на 10-му місці після політиків, кінозірок, діячів спорту і т. ін. У сьогодишньому суспільстві будь-який великий політик генерує значно більше картин та зображень, ніж будь-який художник. Далі Б. Гройс зазначає, що коли художник робить акцію, перформанс або здійснює якийсь інший проєкт, то ці акції або проєкти документуються за допомогою фотографії, тексту, відео або чого завгодно — живопису, скульптури, об'єкта комп'ютерної програми й т. ін. Тобто тими ж самими методами, якими користується й політик, і кінозірка або спортсмен для того, щоб зафіксувати та зберегти для людства свої політичні й спортивні досягнення. На думку Б. Гройса, сучасний художник використовує ту ж технологію для самопрезентації в медіа, що й політик. Єдина відмінність полягає в тому, що політик залежить від медіа, а художник намагається взяти систему репрезентації у власні руки, працюючи не тільки в контексті мистецтва, але й здійснюючи презентацію того, що він робить, тобто займаючись самопрезентацією [8].

Закінчивши свою «художню роботу», її автор сам себе наділяє правом називатися художником, а виготовлений артефакт — твором мистецтва, який автоматично додається до конкурентного художнього середовища. За таких обставин мистецьким артефактом може бути імітація необмежених якимись рамками стилів, тобто візуальне послання від імені всіх минулих епох і всіма мовами одномоментно.

Із втраченою центру та запереченням опозицій, кордони світосприйняття, які характеризують процеси художнього формотворення, мігрують. Вони вже ніяк не пов'язані зі стилістичними опозиціями, навпаки — відображення картини світу тільки і може виникати саме завдяки внесенню граничних маркерів у безперервний візуальний потік. Це дає підстави характеризувати можливість авторської окресленості творчого дотик до реальності у такому понятті, як «кадр», де він не тільки є фото-, кіно- або телекадром, але і виконує функції іконічного, символічного та мовного знака. Будь-яку картину світу, що має в реальності просторову довжину, можна побудувати як ланцюжок образів, розбивши її на кадри й розташувати їх послідовно. Поняття «кадр» можна визначити як першооснову для множини інтерпретацій картини світу, що в сучасних вимірах окреслюється у формах тотальної стилістичної фрагментації. Тобто можна стверджувати, що кадр є сьогодні тим фундаментом, на якому створюються як здобутки «масової культури», так і сучасні артефакти «елітарного мистецтва». Отже, якщо кадр характеризувати як початкову базу, тобто першооб'єкт художньої інтерпретації, то сам процес подальшого стилістичного оформлення у візуальних вимірах можна позначити як фотодизайн.

Російський дослідник дизайну П. Родькін у своїй книзі «Нове візуальне сприйняття. Сучасне візуальне

мистецтво в умовах нового перцептуального виклику» висловлюється з приводу саме дизайнерської концепції сучасного світосприйняття. Він говорить про те, що до початку ХХ століття людина дивилася на світ очима художника, у першій половині ХХ століття — стала дивитися очима фотографа, але вже після 70-х років людство сприймає світ очима дизайнера [9].

Фотодизайн пов'язаний із такою невлівомою метафорою, як «дух часу», де у хаотичній динаміці сьогодення мистецтво повинно мати здатність вирвати з візуального потоку такі моменти, які «чіпляють», тобто на які реагує глядач, далі — скопіювати цей момент, а потім у максимально короткий термін презентувати візуальний артефакт як художній. За цих обставин мистецтво повинно характеризуватися швидкостями «перекладу», тобто мінімальними параметрами кодування з подальшою візуалізацією артефактів як творчих здобутків.

В наш час одержання зображення вже більше не є монополічним жестом художника, а може бути результатом технічних маніпуляцій. Досліджуючи та аналізуючи естетичні конструкції сучасної цифрової фототехнології та її екранно-анімаційних варіантів, як-от кіно або різні форми відео, можна впевнено казати, що вплив на людину цього мистецького арсеналу сьогодні є тотальним. Масштаби можна зрозуміти, якщо подумки спробувати видалити всі об'єкти із фоточити відеозображенням, що оточують сучасну людину. Зробивши такий самий експеримент із живописом або іншою ручною художньою технологією, впевнено можна прогнозувати, що ефект буде явно не конкурентоспроможний. Отже, у візуальній царині сьогодення неможливо провести чітку грань, яка б розділила сегменти професійного впливу класичного художника чи фотодизайнера на те, що потім пропонується суспільству як мистецький здобуток. Саме ж поняття «художник» чи «дизайнер» у динаміці сьогодення набуває форм безмежної плюралістичності.

У висновку зазначимо: через концепцію фотодизайну можна по-новому підійти до проблеми співвідношення символу та образу, конкретного та абстрактного, переосмислити значення уяви та фантазії, що відповідає сьогоднішнім реаліям швидкоплинного часу.

1. Ісаєв В. Д., Журба М. А. Естетична імперативність: здобутки та поразки соціуму: Навч. посіб. — Луганськ, 2010.
2. Соловйов В. О. Елементи теорії фотодизайну // Вісн. Київ. нац. ун-ту технологій та дизайну. — К., 2005. — Вип. 4. — С. 89.
3. Лола Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции. — М., 1998.
4. Лола Г. Н. Дизайн в постмодерне // Сredo пев. — СПб., 1998. — Вип. 5. — С. 5–9.
5. Гуменик Т. К. Постмодернизм как транскультурный феномен. Естетичний аналіз: Автореф. дис. ... д-ра філос. наук: 09.00.08. — К., 2002.
6. Бычков В. В. Феномен неклассического эстетического сознания // Вопр. филос. — 2003. — № 10. — С. 61–72.
7. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. — М., 2006.
8. Гройс Б. Мистецтво. Дизайн. Політика: лекція [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gtmarket.ru/laboratory/publicdoc/gtmarket/2006/664>
9. Родькин П. Новое визуальное восприятие: Современное визуальное искусство в условиях нового перцептуального вызова. — М., 2003.

Анотація. Стаття присвячена фотодизайну як засобу формотворення у мистецтві. Висвітлюються питання можливості фотодизайну репрезентувати картину світу в її сучасній динаміці.

Ключові слова: сучасне мистецтво, картина світу, репрезентація, фотодизайн, кадр, масова культура.

Аннотация. Статья посвящена фотодизайну как средству формообразования в искусстве. Освещаются вопросы возможности фотодизайна репрезентовать картину мира в ее современной динамике.

Ключевые слова: современное искусство, картина мира, репрезентация, фотодизайн, кадр, массовая культура.

Summary. The article studies the shaping tools of art, including photodesign. The possibility of photodesign representation picture of the world in its current dynamics is being examined.

Keywords: contemporary art, picture of the world, representation, photodesign, the frame, the mass culture.