

Анастасія Тормахова

кандидат філософських наук, доцент кафедри етики, естетики та культурології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

тел./ tel: +380663449552 e-mail: tormakhova@ukr.net orcid.org/0000-0001-7178-850X

Anastasiia Tormakhova

Candidate in Philosophy, Associate Professor of the Department of Ethics, Aesthetics and Cultural Studies of the Taras Shevchenko National University of Kyiv

Візуальні практики та мистецтво в інтернет-просторі

Visual Practices and Art in the Internet-Space

Анотація. Окреслено, що сучасна культура переважно орієнтована на візуальне начало. Наголошено на значному впливі технічних засобів на сприйняття та творення мистецтва. Визначено зростання значення віртуального мережевого простору на фізичну реальність. Наголошено на появі візуальних практик, що виконують комунікативну функцію. Мережа стає місцем концентрації надбань людської творчості, відтворюючи актуальні запити, інтереси реципієнтів, надаючи не лише шанс для самовираження, а й для отримання швидкої реакції аудиторії.

Ключові слова: візуальні практики, мистецтво, віртуальність, мережа Інтернет, комунікація.

Постановка проблеми. Коли йдеться про культуру ХХ століття, неможливо не згадати вплив техніки на всі галузі людського існування. Одним із доволі актуальних питань є вплив технічного прогресу на деякі види мистецтва: чи спричинилося це до їхнього занепаду або, навпаки, посприяло появі зовсім нових. Наразі помітна тенденція до меншого використання поняття «мистецтво» щодо всіх форм, які мають певне художнє значення, натомість більшої популярності набуває термін «практика». Питання аналізу мистецтва та візуальних практик, якими сповнений сучасний простір, зокрема віртуальний вимір Інтернету, є нагальним, адже дозволяє зробити певні узагальнення стосовно шляхів подальшого розвитку мистецької діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У праці В. Беньяміна [1] окреслено зміни, які відбуваються у сфері мистецтва після винайдення фотографії та кіномистецтва. Питання зміни предмета мистецтва в умовах сьогодення проаналізовано в роботі П. Бурдье [2]. Проблема зростання ролі віртуальної реальності та медіа-арту розглядає В. Бичков [3]. Засоби комунікації та їхню роль у житті людини досліджено у праці М. Маклюєна [4]. Концепцію дигімодернізму А. Кірбі [7] та специфіку її впливу на мистецькі практики окреслено в статті А. Тормахової [5]. Предмет та методологію візуальних досліджень представлено в розробці А. Усманової [6].

Мета статті полягає у висвітленні специфіки презентації візуальних практик та зображальних видів мистецтва

в інтернет-просторі.

Виклад основного матеріалу. Сучасна культура характеризується зміною статусу мистецтва. Менш популярними стали класичні мистецтва, такі як живопис, скульптура та інші образотворчі мистецтва. Точкою неповернення, коли відбулися докорінні зміни у художньо-мистецькій візуальній практиці, став час народження фотографії. За рахунок того, що фотографія уможливила технічно досконале передавання специфіки об'єктивного світу, концепція мистецтва як такого, що має міметичний характер, зазнала істотної трансформації. Хоча, як вказує В. Беньямін, мистецтво завжди могло бути відтвореним учнями для вдосконалення майстерності, майстрами для поширення своїх творів та іншими особами з метою наживи, проте репродукування дійсності за допомогою фотографії принципово відрізнялось від попередніх спроб. За рахунок технічних особливостей фотографа міг швидше фіксувати дійсність. «Фотографія вперше звільнила руку в процесі художньої репродукції від найважливіших творчих обов'язків, які відтепер перейшли до спрямованого в об'єktiv ока. Оскільки око схоплює швидше, ніж малює рука, процес репродукції отримав таке потужне прискорення, що вже міг встигати за усним мовленням» [1, с. 18].

На прикладі фотографії можна пересвідчитися у тому еволюційному процесі, який супроводжує нові явища в культурно-мистецькій сфері. Фотографія надзвичайно змінилась протягом історії свого існування. Із суто

технічного засобу відтворення реальності вона перетворилась на мистецтво, поринувши у глибини психологізму, залити проте за собою право на об'єктивацію дійсності. Вальтер Беньямін підкреслює, що фотографія стала видом художньої діяльності досить швидко. «На межі XIX і XX століть засоби технічної репродукції досягли рівня, перебуваючи на якому, вони не тільки почали перетворювати на свій об'єкт всю сукупність наявних творів мистецтва і дуже серйозно змінювати їхній вплив на публіку, а й посіли самостійне місце серед видів художньої діяльності» [1, с. 19].

Процеси, які супроводжували виникнення фотографії та кіномистецтва, і надалі розвивалися в культурі XX століття. Хоча основні закони побудови фотота кінотвору, формотворчі тенденції та виражальні засоби залишились фактично незмінними, проте виникло чимало нових технічних засобів, як-от використання 3D, комп'ютерних технологій у творі. Впливовість технічного начала виразно виявилася наприкінці століття. Розвиток технологій сприяв тому, що образ світу з кожним роком змінювався дедалі більше.

Починаючи з останніх десятиліть XX століття відбувається формування своєрідного соціокультурного тренду, який дослідники визначають як «pictorial turn», або іконічний чи візуальний поворот. Його присутньою ознакою є те, що він змінює вербальний засіб комунікації, замінюючи його візуальним. Досить важко однозначно казати про те, чи вимога передачі інформації через візуальний канал стимулювала розвиток технічного прогресу чи, навпаки, виникнення нового комп'ютерного обладнання дозволило змінити звичну лінгвістичну форму. Проте, зважаючи на те, що людська культура є системою, усі компоненти якої є взаємопов'язаними, неважко помітити взаємозалежність між потребою у візуальній комунікації та задоволенні її шляхом удосконалення технічного обладнання.

М. Маклюен, розмірковуючи про засоби комунікації, розрізняв їх за мірою залучення людини. Гарячі та холодні засоби — кіно, телефон, телеграф, комікс, телебачення — це не повний перелік засобів, проаналізованих Маклюеном [4]. Основним принципом, за яким він поділяє їх, є міра наповненості даними. Гарячий засіб — це такий засіб, який розширює одне-єдине почуття до ступеня «високої визначеності», що й передбачає наповненість даними. Незважаючи на суперечливість його теоретичних положень, можна підкреслити, що американський дослідник звертає особливу увагу на засоби, пов'язані з візуальним сприйняттям.

Якими ж є сучасні реалії буття людини? Якщо говорити про молоде покоління, то більшість їхнього життєвого часу проходить у комунікації, проте не в тій, що відбувається у «реальному» житті, а у віртуальному світі. У своїх роботах російський естетик В. Бичков неодноразово розглядав поняття «віртуального». Автор наголошував на тому, що віртуальність можна сприймати як світ, що відрізняється від реального. Це своєрідна реальність, яка не менш життєва для багатьох людей, аніж «реаль-

на», фізична. Особливу увагу він приділяє тому виміру, який конструюється завдяки комп'ютеризованому всесвіту. Його існування, присутні ознаки та характеристики буття пов'язані не лише з поняттям симулякра, а й низки інших, як-от пастиш, гіпертекст, тіло. «Віртуалістиці не обійтися також без категорій симулякра, артефакту, об'єкта, речі, тіла і тілесності, ландшафту, посвякденності, гіпертексту, інтертексту, палімпсесту, енвайронменту, лабіринту, деконструкції, абсурду, автоматизму, ситуації, випадковості та інших категорій нонкласики. До них додаються категорії, що безпосередньо зринають у зв'язку з власне комп'ютерними технологіями організації віртуального образу-процесу, на кшталт адаптації, імплузії, конструювання, морфінгу, пастишу, різомі, і ряд цей буде постійно зростати у процесі розвитку мережевих віртуальних мистецтв і наростання віртуального естетичного досвіду» [3, с. 511–512].

Деякі дослідники, зокрема А. Кірбі, наголошують на тому, що апелюючи до сьогодення, варто використовувати термін «дигімодернізм», який якнайкраще пояснює сутність наявних змін. Це світ дигітальних, цифрових комунікацій, інтерактивності, яка супроводжує мережевий простір [7]. «Дигімодернізм якнайкраще можна продемонструвати через використання мережі Інтернет. Його центральним актом є індивідуальний клік чиєсь «миші» по сторінці тим шляхом, який не може бути повтореним, серед культурних продуктів, які досі не були відомі і не будуть існувати знову. Це набагато більш інтенсивна взаємодія з культурним процесом, ніж будь-яке читання літератури, яке надає відчуття контролю, самоуправління, взаємодії з культурним продуктом» [5, с. 183–184].

Простір Інтернету стає однією з основних форм реальності. Ми можемо помітити, що Інтернет стає цифровим аналогом найбільших досягнень класичного мистецтва як, наприклад, віртуальні копії найбільших музеїв світу. Всесвітньовідомі музейні установи надають широкий спектр можливостей для ознайомлення з власними експозиціями за допомогою створення віртуальних медіа-«близюків». Серед прикладів — проекти, спонсоровані Google Cultural Institute: Art Project і World Wonders Project. У віртуальному просторі Художнього проекту Академії культури Google були об'єднані 40 000 цифрових копій візуальних артефактів, від картин до фотографій. У той час як художні твори фізично перебувають майже в 250 культурних закладах, їх можна побачити через Інтернет, роздивитися найменші нюанси. Так, у віртуальному просторі зберігаються надбання Ермітажу, Токійського національного музею, Нью-Йоркського Музею мистецтв «Метрополітен» та інших музеїв.

Звісно, віртуальна реальність не є надбанням лише XX–XXI століть. Завдяки високому рівню розвитку мистецької практики, який супроводжував процес становлення сучасної культури, чимало художніх творів дозволяли людині зануритись у світ, що значно відрізнявся від того, в якому вона «фізично» існувала. Реципієнт під час сприйняття художнього твору міг співпереживати, свідомо занурюючись у віртуальну художню реаль-

ність, що супроводжувалось появою естетичних почуттів. Проте художній світ, знайомство з ним за допомогою літературного, театрального чи музичного твору не був настільки тотальним, його вплив відчувався значно менше, ніж це відбувається нині.

Що ж змінилось? Віртуальний простір постає виміром, який починає поступово витісняти наше сприйняття реальності. В певному сенсі відчуття, конструювання сьогодення подібне до міфологічного світогляду. Саме в античних міфах життя людини було нерозривно пов'язане зі світом потойбічного, позалюдського, надприродного, надчуттєвого. Олімпійські боги були ж настільки реальними, як і самі мешканці Давньої Греції. Сучасний світ — це простір, де в одному електронному гаджеті поєднуються віртуальна комунікація з друзями, знайомими, колегами, здійснюються фінансові операції, задовольняється потреба у обміні будь-якою інформацією. Тотальність візуальних комунікативних практик стає такою, яку важко спинити.

Іншою тенденцією є невинне розростання віртуальної гіперреальності, яку жодним чином не можна контролювати чи обмежувати. Можливість скеровувати потік візуальної інформації чи точніше корегувати потік її спрямування є чи не найголовнішою ознакою XXI століття. Різноманітні челенджі, які сповнюють Інтернет-простір та заповнюють стрічки соціальних мереж, завдають нещадного удару по інших формах комунікації. Постійне «нагадування» про своє існування в стрічці Інстаграму чи Фейсбуку стає чимось на кшталт компульсії. Якщо ти не нагадав про себе — ти не існуєш, тебе нема, ти розчиняєшся у реальності, яка стає недосяжною для людини, що споживає гіперреальні образи. У спробах створити гідне нагадування про власне «повсякденне» життя актуалізується потреба у створенні «міфів». У сфері культурних індустрій зростає ринок послуг, які надають, аби створити респектабельну симуляцію — сконструювати образ успішної людини, такої, що веде здоровий образ життя, користується якісною косметикою та парфумерією. Задля того, щоб створити образ жінки, привабливої для успішних та багатих чоловіків, стають популярними послуги оренди розкішних букетів чи пакетів із подарунками від модних брендів. Їх пропонують доставити будькуди, де замовник робить стільки фото, скільки заманеться. Після викладання фото у соціальну мережу «реквізит» повертають власникам. Прагнення до створення позитивного враження у віртуальному вимірі може навіть витіснити необхідність у проживанні реального життя.

Потреба в неповторних образах, які існують лише в мережі, призводить до витрачання великої кількості часу на створення ідеального макіяжу, віднайдення найкращої пози, використання методів обробки цифрового знімка. Фото та пости, розміщені в мережі, потребують реакції інших користувачів соціальних мереж. Через те, що конкуренція з іншими «творцями образів» значна, часто трапляється так, що зусилля, витрачені на просування візуальних даних, є невиправданими. Якщо ж блог, пости певної пер-

сони завойовують певну постійну аудиторію, така особа стає суб'єктом, що починає просувати певну продукцію, рекламувати послуги чи товари.

Подвоєння світу — реального та віртуального мережевого — найкраще окреслює сучасне життя. Причому споживання віртуальних образів типовіше для «молодої» генерації, тим часом як старше покоління може і не здогадуватися про існування такого контенту, його мови, символів та типових образів. Розростання гіперреальності відбувається надзвичайно швидко. Людина стає споживачем мемів. Креативність, пов'язана зі споживанням таких віртуальних комунікативних засобів, стає тотальною, адже кожне фото, розміщене в мережі, може стати приводом для виникнення низки інших, що спотворюють його значення, розшифровують приховані сенси, зміщують чашу терезів, пов'язану з його сприйняттям. Візуальний простір починає розвиватись за власними законами. Як тільки з реального світу у мережу потрапляє певний візуальний продукт, він стає предметом переосмислення різними персонами, які залишаються, як правило, невідомими. Творці мемів, демотиваторів можуть бути відомими найближчому комунікативному колу людини. Проте надшвидке поширення інформації сприяє її циркуляції, зміні та втраті відомостей про автора.

У сфері візуальних досліджень надзвичайно важливим є подолання будь-яких ієрархічних кордонів, які відокремлювали мистецтво від немистецтва. «Цих рамок і меж тут просто не існує або вони втрачають сенс. У цьому випадку на статус мистецтва (як сфери творчості, художнього ставлення до світу, оформленого інституційно і дискурсивно як естетичного феномена) можуть претендувати і телевізійна продукція, і реклама, і рукоділля, і газетна фотографія, і посуд, і оформлення ресторану» [6, с. 112]. Французький соціолог П'єр Бурдьє зазначав, що сьогодні немає такої культурної людини, котра б не знала, що будь-яка реальність — мотузка, камінь, жебрак в лахмітті — може стати предметом мистецтва [2]. Звісно, ця реальність сприймається в умовах візуальних досліджень не як предмет мистецтва, а як джерело інформації, а отже і комунікації.

Висновки. Сучасна культура орієнтована на візуальне начало, отже, сприйняття відбувається переважно через візуальний канал. Розвиток різноманітних симуляцій та симулякрів дає змогу говорити про формування гіперреальності. Її суть пов'язана з циркуляцією образів, які не мають під собою підґрунтя у реальному житті. Разом з тим, не можна не відзначити впливу віртуального мережевого простору на фізичну реальність. Адже процес створення мережевої комунікації за допомогою візуальних образів часто скеровує повсякдення, зміщуючи акцент із фізичної реальності на гіперреальну. Надзвичайно сильним є вплив Інтернет-простору на життя пересічної людини. Мережа стає місцем концентрації надбань людської творчості, відтворюючи актуальні запити, інтереси реципієнтів, надаючи не лише шанс для самовиявлення, а й для отримання швидкої реакції аудиторії.

Література

1. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Москва: Медиум, 1996. 240 с.
2. Бурдые П. Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзия абсолютного. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/60/burd.html> (дата обращения 20.02.2019).
3. Бычков В. В. Эстетика. Москва: КНОРУС, 2012. 528 с.
4. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва; Жуковский: Канон-Пресс, Кучково Поле, 2003. 464 с.
5. Тормахова А. М. Концепція дігімодернізму Алана Кірбі // Гуманітарні студії. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2013. Вип. 20. С. 181–187.
6. Усманова А. Между искусствоведением и социологией: к вопросу о предмете и методе «визуальных исследований» // Хрестоматия. Электронные тексты для учебных курсов «Социология культуры», «Визуальная антропология», «Семиотика культуры». Ижевск, 2007. Вып. 1. С. 111–116.
7. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond // Philosophy Now. A magazine of ideas. Issue 58. Nov/Dec 2006. URL: http://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond (last accessed 15.02.2019).

References

1. Benyamin V. *Proizvedenie iskusstva v epohu ego tehnikeskoy vosproizvodimosti*. Moskva: Medium, 1996. 240 s.
2. Burde P. *Istoricheskiy genezis chistoy estetiki. Essentsialistskiy analiz i illyuziya absolyutnogo*. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/60/burd.html> (data obrascheniya 20.02.2019).
3. Byichkov V. V. *Estetika*. Moskva: KNORUS, 2012. 528 s.
4. Maklyuen M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka*. Moskva; Zhukovskiy: Kanon-Press, Kuchkovo Pole, 2003. 464 s.
5. Tormaxova A. M. *Konceptsiya digimodernizmu Alana Kirbi* // *Gumanitarni studiyi*. Ky`yiv: VPCz «Ky`yiv`ky`j univ`ersy`tet», 2013. Vy`pusk 20. S. 181–187.
6. Usmanova A. *Mezhdu iskusstvovoznaniem i sotsiologiyey: k voprosu o predmete i metode «vizualnyih issledovaniy»* // *Hrestomatiya*. *Elektronnyie teksty dlya uchebnyih kursov «Sotsiologiya kul'turyi», «Vizualnaya antropologiya», «Semiotika kul'turyi»*. Izhevsk, 2007. Vyip. 1. S. 111–116.
7. Kirby A. *The Death of Postmodernism And Beyond* // *Philosophy Now*. A magazine of ideas. Issue 58. Nov/Dec 2006. URL: http://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond (last accessed 15.02.2019).

Tormakhova A.

Visual practices and art in the internet-space

Abstract. It is determined that modern culture is mainly focused on the visual. Since the last decades of the 20th century, a peculiar socio-cultural trend has been forming, which researchers define as the “pictorial turn” or visual turn. Its essential feature is that verbal means of communication give way to the visual. The significant influence of technical means on the perception and creation of art is emphasized. The processes that accompanied the emergence of photography and cinema have been developed in the further culture of the 20th century. Although the basic laws of creation of an artwork, the shaping tendencies and expressive means remained virtually unchanged, however, a lot of technical possibilities arose, which are being widely used. The growth of the value of the virtual network space on the physical reality is noted. The emergence of visual practices that perform a communicative function is highlighted. The network becomes a place of concentration of achievements of human creativity, reproducing actual requests, interests of recipients, providing not only an opportunity for self-expression, but also for receiving a quick reaction from another audience.

Keywords: visual practices, art, virtuality, Internet, communication.

Тормахова А.

Визуальные практики и искусство в интернет-пространстве

Аннотация. Определено, что современная культура преимущественно ориентирована на визуальное начало. Начиная с последних десятилетий XX века происходит формирование своеобразного социокультурного тренда, который исследователи определяют как «pictorial turn» или визуальный поворот. Его сущностным признаком является то, что вербальные средства коммуникации уступают место визуальным. Подчеркнуто значительное влияние технических средств на восприятие и создание искусства. Процессы, которые сопровождали возникновение фотографии и киноискусства, получили свое развитие в дальнейшей культуре XX века. Хотя основные законы построения произведения, формообразующие тенденции и выразительные средства остались фактически неизменными, однако возникло немало технических возможностей, которые отныне в них используются. Отмечен рост значения виртуального сетевого пространства на физическую реальность. Выделено появление визуальных практик, выполняющих коммуникативную функцию. Сеть становится местом концентрации достижений человеческого творчества, воспроизводя актуальные запросы, интересы реципиентов, предоставляя не только возможность для самовыражения, но и для получения быстрой реакции другой аудитории.

Ключевые слова: визуальные практики, искусство, виртуальность, сеть Интернет, коммуникация.

Стаття надійшла до редакції 23.04.2019