

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені М.П. ДРАГОМАНОВА

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**ВОРОЖЕЙКІН ЄВГЕН ПЕТРОВИЧ**

УДК 141.319.8:130.2:791.4 (043.3)

**ДИСЕРТАЦІЯ**  
**ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОЇ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ:**  
**ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук



Є.П. Ворожейкін

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Науковий керівник: **Меднікова Галина Сергіївна**  
доктор філософських наук, професор

Київ – 2018

## АНОТАЦІЯ

*Ворожейкін Є.П.* Візуальні стратегії сучасної екранної культури: філософсько-антропологічний аспект. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури. – Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ, 2018.

Дисертаційна робота є одним із перших комплексних філософсько-антропологічних досліджень візуальних стратегій сучасної екранної культури згідно з особливостей їх впливу на свідомість людини.

Концептуальною основою дисертаційного дослідження є те, що екранна культура як система людських актів, позицій та цінностей аналізується крізь призму візуальних стратегій – конфігурацій засобів (технічних та технологічних) та принципів (ідейних, естетичних та соціальних) для формування простору екрану, що використовується відповідно до культурно-історичних тенденцій

На основі поєднання теоретико-методологічних напрацювань Франкфуртської школи, Cultural Studies, Media Studies та Visual Studies здійснене системне дослідження таких візуальних стратегій, як: ілюзорного реалізму, культурної критики, візуального динамізму, естетики повільного, естетизації образів насилля та смерті, жорстокості, інформатизації, індивідуалізації, культуротворчості.

На основі дослідження візуальних стратегій виявлено та проаналізовано бінарні опозиції: масову екранну культуру та екранну арт-культуру. Через свої візуальні стратегії вони презентують подвійність сприйняття та бажань сучасної людини: бажання відпочинку від реальності

та бажання правдивої інформації про реальність. Тим самим вони здійснюють культурний баланс суспільних тенденцій.

Масова екранна культура функціонує на основі візуальної стратегії ілюзорного реалізму. Вона «оживляє» віртуальний світ екрану через предметний дизайн та технологію захоплення руху у фільмах та серіалах, складність фізичних дій та емоційність персонажів у відеоіграх. Цей процес відбувається як ритуал, котрий формує фетиші – штучні образи, маніпулятивні за своєю природою та спрямовані на досягнення комерційних цілей. Людина у даній концептуальній схемі внаслідок принципу безпосередності (технології IMAX, 3D і т.д.) виявляється пасивним споживачем екранних фетишів. Візуальні стратегії динамізму та естетизації образів насилля та смерті доповнюють стратегію ілюзорного реалізму. Визначено, що вони є вдосконаленою версією принципів культуроіндустрії по створенню моделі схематичної розваги. Візуальна стратегія динамізму змінює принцип сприйняття екранного зображення з інтерпретаційного режиму до виконавчого, в якому головним є швидкий темп афективних реакцій. Ця стратегія досягається через естетичні принципи «хаосу кіно», внутрішньорівневого формування кадру у відеоіграх, та «розширеного часу» (комп'ютерного просторового моделювання) у цифровому відео. Візуальна стратегія естетизації образів смерті та насилля здійснює маніпулятивну модифікацію якісних характеристик даних образів, перетворює їх на технологію атракціонної розваги. Стратегія досягається за допомогою візуалізації особливих сюжетів, використання дискретності кадру, монтажного з'єднання образів насильства з естетично красивими кадрами, карнавалізованого насилля та технології «slow motion». Визначено, що дані візуальні стратегії є культурними засобами боротьби з екзистенційними проблемами: відчуттям плинності індивідуального часу та фактом смертності. Підкреслюється, що в результаті дані стратегії формують людину, яка орієнтується на миттєво інтенсивні переживання та є закритою

для індивідуального розвитку через рефлексію над психологічно неприємними почуттями.

Активна віртуалізація (фетишизація) життєвого простору масовою екранною культурою спричиняє виникнення протилежних культурних процесів, до яких відноситься візуальна стратегія культурної критики екранної арт-культури. Візуальна стратегія культурної критики за допомогою художніх засобів ситуативного реалізму та нейтрального документального погляду, акцентує увагу на проблемних суспільних та культурних аспектах. Ця стратегія використовує принцип гіпермедіації завдяки аспектам практики експонування творів відео-арту та наративного формування екзистенційної граничної ситуації у фільмах і у такий спосіб робить головною глядацьку інтерпретацію.

Визначено, що принципи візуальної стратегії екранної арт-культури подібні до філософських методів екзистенціалізму та феноменології. Візуальна стратегія культурної критики, яка звертається до граничних життєвих ситуацій і станів для виявлення ключових життєвих сутностей та суспільно-культурних проблем, доповнюється візуальною стратегією естетики повільного та візуальною стратегією жорстокості. Візуальна стратегія естетики повільного реалізується через: довгу тривалість кадру, відмову від аналітичного монтажу та документальну передачу дійсності. Ці художні екранні засоби дана стратегія використовує як метод феноменологічної редукції, який очищає досвід від мінливих історичних обставин для виявлення основ взаємин суб'єкта зі світом. Візуальна стратегія жорстокості керується принципом тотальної жорстокості А. Арто та через аглітизоване насильство здійснює реабілітацію насилля та смерті як реальних фактів з їх філософсько-екзистенційним сенсом.

Проаналізовано стратегію екранної культури в контексті сучасної інформаційної поведінки людини (моделі користувача) – постійного пошуку та бажання отримання інформації. Екранна культура реалізує це бажання через еkleктичність та гібридизацію екранного простору, використання

середнього та загального планів у кіно, а також через створення та використання нових екранних форм (інфографіки, вебграфіки, мешапу) та нового екранного медіа – візуального роману. Інфографіка, вебграфіка та мешап використовуються сьогодні через свою візуальну інформаційну наочність. Гібридизація екранного зображення є засобом створення інформаційно детальних фантастичних історій. Еклектичність пропонує людині одночасне існування у багатьох інформаційних потоках. Панівна роль середнього та загального планів, як образу-дії та образу-перцепції відповідно, у сучасних масових фільмах визначається їх інформаційними характеристиками. Образ-перцепція надає можливість відчутти інформаційну широту фантастичного світу через сприйняття його детальності. Образ-дія ефективно співвідноситься з динамічністю сучасних блокбастерів і передає рух у всій його інформаційній повноті. Визначено, що візуальний роман є серіалом з горизонтальною структурою (центральним наративом) та значною інформаційною сюжетною та візуальною наповненістю. Це дає йому можливість функціонувати в якості візуальної енциклопедії для формування людиною свого стилю життя та власної особистості. Підкреслюється, що візуальна стратегія інформатизації визначає проблему зміни відношення до інформації – втрата змістової характеристики, внаслідок її переходу у естетичну форму. Інформація втрачає свою головну суть – більш важливими стають не її якісні характеристики, а кількісні та сам факт присутності.

Проаналізовано візуальну стратегію індивідуалізації, яка визначає перехід від масового рецептивного екранного досвіду до індивідуального. Цей процес реалізується на основі нових медіа: ігрового фільму, віртуальної реальності та візуального роману, які також відносяться до сфери пост-кіно – засобів, що використовують певні структурні елементи та сутнісні особливості кінематографу. Ігрові фільми базуються на принципах кінематографічної естетики та сюжетної грамотності для створення міцного емоційного контакту між гравцем та історією для формування індивідуальної рефлексії. Віртуальна реальність є новою формою кінематографічного

погляду, який у даному випадку є рухомим із мінливою індивідуальною «точкою зору», і тому перетворює людину в справжнього протагоніста історії. Візуальні романи, які надають сьогодні широкий вибір якісних екранних продуктів на будь-який індивідуальний смак, транслюються через приватні екрани комп'ютера, смартфона чи планшета. Момент екранної взаємодії у цих засобах відноситься не до часу та місця події та не до визначеного графіку, тому акцент робиться не на «одномірній людині», а на ініціативі кожної конкретної людини. Визначено, що масовий рецептивний екранний досвід стає утилітарно та економічно не вигідним, що являє собою наступний етап у деідеологізації екраном творів мистецтва після втрати «аури» – до нівелювання культової цінності матеріальності предмета додається нівелювання цінності культурної практики його сприйняття.

Визначено, що розвиток інтерактивних екранних медіа як сфера активної комунікації та самовираження сформував візуальну стратегію культуротворчості, відповідно до якої людина опирається вимогам буденності та ординарності через створення власного стилю життя та культурних продуктів. Дослідження цієї візуальної стратегії дало підстави для виділення наступних аксіологічних особливостей нової моделі творчості: цінність вільного обміну інформацією та ресурсами всередині спільноти, цінність фінансової та творчої незалежності, цінність інтерпретації готових культурних продуктів. Принципи нової моделі творчості найбільш повно реалізуються через нові екранні медіа: анімоване GIF-зображення, відеоесе та відеопоезію. Анімоване GIF-зображення є коротким візуальним роликком, який є функціонально простим у створенні та розповсюдженні в мережі Інтернет. Відеоесе є ефективною візуальною формою для публічного самовираження власних думок, духовних та емоційних станів через використання і трактування слів інших (візуальних образів). Відеопоезія – це перегляд усних і перформативних традицій поезії в сучасному контексті, а також, перегляд способу сприйняття поезії та принципів колективної творчої взаємодії.

Теоретичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розкритті особливостей та функцій візуальних стратегій сучасної екранної культури як засобів, які формують принципи сприйняття та поведінку сучасної людини, а практичне – в тому, що вони можуть бути використані у викладанні навчальних курсів «Філософська антропологія», «Філософія культури», «Культурологія», «Студії візуальної культури», «Мистецтво нових медіа», а також у розробці відповідної навчально-методичної літератури.

*Ключові слова:* екранна культура, візуальні стратегії, екранні медіа, ілюзорний реалізм, культурна критика, інформатизація, індивідуалізація, культуротворчість.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ**

### **Статті у наукових фахових виданнях України**

1. Ворожейкін Є. П. Інформатизація як естетична стратегія сучасної екранної культури. *Схід*. 2016. №5 (145). С. 75-80.
2. Ворожейкін Є. П. Реалізм екранної культури як реакція на віртуалізацію повсякденного життя. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. № 19. С. 15-19.
3. Ворожейкін Є. П. Екран як засіб формування візуально інформаційного досвіду. *Гілея: науковий вісник: збірник наукових праць*. 2017. № 125. С. 269-273.

### **Статті в іноземних наукових виданнях**

4. Ворожейкин Е. П. Стратегии массовой экранной культуры. *Studia Humanitatis*. 2015. №3. URL: <http://st-hum.ru/content/vorozheykin-ep-strategii-massovoy-ekrannoy-kultury>.

5. Ворожейкин Е. П. Эстетика «медленного» как стратегия раскрытия ценности бытия. *Искусство и культура*. 2017. №2 (26). С.36-40.

### **Публікації в інших наукових виданнях**

6. Ворожейкин Є. П. Візуальні стратегії сучасного кіно в осмисленні екзистенційних проблем. *Гуманітарний корпус* : матеріали всеукр. наук.-прак. конф. з міжнар. участю «Філософія і релігія в просторі сучасної культури», м. Київ, 7-8 листоп. 2014 р. Вінниця, 2014. Вип. 3. С. 32-35.

7. Ворожейкин Є. П. Візуальні стратегії масової екранної індустрії у створенні ілюзії вільного вибору. *Гуманітарний корпус* : матеріали II міжнар. наук.-прак. заоч. конф. «Наукові пошуки: актуальні проблеми теорії і практики», 29 квіт. Вінниця, 2015. Вип. 4. С. 45-47.

8. Ворожейкин Є. П. Візуальні стратегії осмислення екзистенційних проблем у сучасній екранній культурі. *Освіта та наука – 2015* : матеріали звіт.-наук. конф., 27-30 квіт. 2015 р. Київ, 2015. С. 62-64.

9. Ворожейкин Є. П. Швидкість як цінність сучасного життя і стратегія масової екранної культури. *Культурологічний альманах*. Вінниця, 2015. Вип. 1. С. 102-105.

10. Ворожейкин Є. П. Естетико-антропологічні аспекти сучасного відео-есе. *Дні науки філософського факультету – 2016* : матеріали міжнар. наук. конф., 20-21 квіт. 2016 р. Київ, 2016. Ч. 5. С. 154-156.

11. Ворожейкин Є. П. Естетичні стратегії сучасного екрану як інформаційні технології. *Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики* : матеріали всеукр. наук. конф. м. Дніпро, 29-30 червня 2016 р. Дніпро, 2016. С. 302-304

12. Ворожейкин Є. П. Візуальні стратегії реалізму як відповідь на віртуалізацію повсякденного життя. *Духовність. Культура. Виклики сьогодення* : матеріали всеукр. конф. з міжнар. участю, м. Львів, 21-22 трав. 2017 р. Львів, 2017. С. 47-50.



13. Ворожейкін Є. П. Естетична трансформація екранних стратегій: від швидкості до хаосу. *Дні науки філософського факультету – 2017* : матеріали міжнар. наук. конф., 25-26 квіт. 2017 р. Київ, 2017. Ч. 4. С. 124-126.

14. Ворожейкін Є. П. Індивідуалізація досвіду особистості у просторі екранної культури. *Дні науки філософського факультету – 2018* : матеріали міжнар. наук. конф. 26-27 квіт. 2018 р. Київ, 2018. Ч. 3. С. 141-143.

## ABSTRACT

*Vorozheikin Y. P.* The visual strategies of contemporary screen culture: philosophical and anthropological aspect. – Manuscript.

The dissertation for the degree of Philosophy Doctor, specialty 09.00.04 – Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture. – M.P. Dragomanov National Pedagogical University, Kyiv, 2017.

The dissertation is one of the first complex cultural and philosophical studies of visual strategies of contemporary screen culture according to their influence on human consciousness and behavior.

The conceptual basis of the research is that screen culture (system of human acts, attitudes and values) is analyzed through the prism of visual strategies – the configurations of means (technical and technological) and the principles (ideological, aesthetic and social) for forming a screen space, that is used respectively to cultural-historical tendencies.

The combination of theoretical and methodological developments of the Frankfurt School, Cultural Studies, Media Studies and Visual Studies gave a systematic study of such visual strategies as illusory realism, cultural criticism, visual dynamism, slow aesthetics, aesthetization of violence and death, cruelty, informatization, individualization, cultural creativity.

The study identified and analyzed the binary oppositions: mass screen culture and screen art culture. Through their visual strategies, they present the

duality of the perceptions and desires of a modern person: the desire to relax from reality and the desire for true information about reality. Thus, they carry out a cultural balance of social trends.

Mass screen culture uses the visual strategy of illusory realism. It «enlivens» the virtual world of the screen through: design of subjects and motion capture technology in films and series, the complexity of physical acts and the emotionality of characters in video games. The process takes place as a ritual, which forms fetishes – artificial images, which is manipulative in nature and aimed at achieving commercial goals. The strategy and the principle of immediacy (technology IMAX, 3D, etc.) make man a passive consumer of screen's fetishes. The visual strategies of dynamism and aestheticizing images of violence and death complement the strategy of illusory realism. The research determines that these strategies are an upgraded version of the principles of the culture industry, which creates a model of schematic entertainment. The visual strategy of dynamism changes the principle of perception of the screen images from the interpretive mode to the executive, in which the main is the rapid pace of affective reactions. The strategy is achieved through the aesthetic principles of «chaos cinema», in-level storytelling in video games, and «extended time» (computer spatial modeling) in digital video. The visual strategy of aesthetizing the images of death and violence performs a manipulative modification of the qualitative characteristics of these images, transforming them into an entertainment technology. The strategy is achieved through the visualization of special stories, the use of discreteness of the frame, the connection of images of violence with aesthetically beautiful frames, carnival violence and slow motion technology. The work determines that these visual strategies are cultural means of combating with existential problems: the sense of the fluidity of individual time and the fact of mortality. The work emphasizes that as a result, these strategies form a person that is oriented to instantly intense experiences and is closed to individual development through the reflection on psychologically unpleasant feelings.

The active virtualization (fetishization) of the space of everyday life by mass screen culture leads to the emergence of opposing cultural processes which include the visual strategy of cultural criticism of screen art culture. The visual strategy of cultural critique with the help of artistic means of the situational realism and the neutral documentary point of view, focuses on problematic social and cultural aspects. The strategy uses the principle of hypermedia (the aspects of the practice of exhibiting works of video art and the narrative formation of the existential situation in films) that makes the main viewer's interpretation.

The work determines that the principles of visual strategies of screen art culture are similar to philosophical methods of existentialism and phenomenology. The visual strategy of cultural criticism, which reveals the existential situations, is complemented by a visual strategies of aesthetics of slow and visual strategy of brutality. The visual strategy of aesthetics of slow is realized through: long frame length, refusal from analytical edit and documentary transmission of reality. The strategy uses these artistic tools as a phenomenological reduction method, which clears the experience from changing historical circumstances to identify the basis of the links between the subject and the world. The visual strategy of brutality, that is guided by the principle of A. Arto's total brutality, rehabilitates violence and death as real facts with their philosophical and existential meaning.

The work analyzes the strategy of screen culture in the context of modern information behavior of a person (user model) – constant search and desire to receive information. The screen culture realizes this desire through: eclecticism and hybridization of the screen space, the use of middle and general plans in films, the creation and use of new screen forms (infographics, web graphics, mischief) and new screen media – visual novel. Infographics, web graphics and mashup are used today because of their visual-information characteristics. Hybridization of the screen image is a means of creating informatively detailed fantastic stories. Eclecticism of screen image offers a person the simultaneous existence in many information streams. The dominant role of the middle and general plans, as image-action and image-perception, respectively, in modern mass films is determined by

their information characteristics. The image-perception provides an opportunity to feel the informational breadth of the fantastic world through the perception of its detail. The image-action is effectively correlated with the dynamism of modern blockbusters. It transmits the movement in all its information completeness. The work determines that the visual novel is a serial with a horizontal structure (central narrative) and with a significant information storyline and visual filling. This gives it the opportunity to function as a visual encyclopedia to form personality style and individuality. The work emphasizes that the visual strategy of informatization determines the problem of changing the relation to information – loss of content characteristics, as a result of its transition to aesthetic form.

The works analyzes visual strategy of individualization, which determines the transition from the mass receptive screen experience to the individual receptive screen experience. This process is realized on the basis of new media: game of film, virtual reality and visual novel. Game film, that is based on the principles of cinematic aesthetics and story literacy, creates a strong emotional contact between player and history for the formation of individual reflection. Virtual reality is a new form of cinematic view, which in this case is individual «point of view» and therefore transforms a person into a true protagonist of history. Visual novels that present a wide range of quality screen products are transmitted through private screens of computer, smartphone or tablet. The moment of the interaction in these means does not relate to the time and place of the event or defined schedule, therefore the emphasis is not on the «one-dimensional man», but on the initiative of each particular person. The works determines that mass receptive screen experience becomes utilitarian disadvantageous and economically disadvantageous, which represents the next stage in the deideologization of the screen works of art after the loss of the «aura» – to the rejection of the cult value of the materiality of the subject is added the rejection of the value of the cultural practice of its perception.

The works determines that the development of interactive screen media has formed the visual strategy of cultural creativity, according to which a person creat

his own style of life and cultural products. The study of this visual strategy has provided the basis for emphasizing the following axiological peculiarities of a new model of creativity: the value of the free exchange of information and resources, the value of financial and creative independence, the value of the interpretation of finished cultural products. Principles of the new model of creativity are most fully realized through new screen media: animated GIF image, video essay and video poetry. Animated GIF image is a short visual video that is functionally easy to create and distribute on the Internet. Video essay is an effective visual form for the public expression of own thoughts and emotional states through the use and interpretation of the words of others (visual images). Video poetry is a revision of oral and performative traditions of poetry in the contemporary context, as well as a revision of the way of perception and collective creative interaction.

The theoretical value of the investigation's achieved results lies in revealing the features and functions of the visual strategies of contemporary screen culture as a means of forming the principles of perception and behavior of a modern person. The practical value lies in the outcomes might be used in teaching the following educational courses: Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture, Cultural Studies, Visual Studies, Media Studies, as well as in the development of relevant courseware.

**Key words:** screen culture, visual strategies, screen media, illusory realism, cultural criticism, informatization, individualization, cultural creativity.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	16
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ ВІЗУАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ</b> .....	23
1.1. Історіографія проблеми, методологія та категоріальний апарат дослідження.....	23
1.2. Технологічні способи взаємодії людини та екрану як основа візуальних стратегій екранної культури.....	38
1.3. Філософсько-антропологічний контекст художніх екранних засобів – складових елементів візуальних стратегій екранної культури.....	53
Висновки до першого розділу.....	66
Список використаних джерел до першого розділу.....	68
<b>РОЗДІЛ 2. МАСОВА СВІДОМІСТЬ У РАКУРСІ МАНІПУЛЯТИВНО-АДАПТАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ І РЕФЛЕКСИВНА СВІДОМІСТЬ АРТ-КУЛЬТУРИ</b> .....	76
2.1. Екранний реалізм: між ілюзією та культурною критикою.....	76
2.2. Візуальні стратегії масової екранної культури як засоби створення комфорту та естетичної насолоди.....	98
2.3. Екранна арт-культура як засіб протидії розважально-маніпулятивним проявам масової культури.....	117
Висновки до другого розділу.....	136
Список використаних джерел до другого розділу.....	138
<b>РОЗДІЛ 3. ЗМІНА СТИЛЮ ЖИТТЯ ПІД ДІЄЮ НОВИХ ВІЗУАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ</b> .....	147
3.1. Візуальна стратегія естетизації інформаційної поведінки людини.....	147
3.2. Індивідуалізація рецептивного досвіду особистості у просторі екранної культури.....	165

3.3. Нові медіа екранної культури як сфера культуротворчості.....	181
Висновки до третього розділу.....	196
Список використаних джерел до третього розділу.....	198
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>205</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми** пов'язана з необхідністю комплексного філософського осмислення змін у сучасних соціально-культурних процесах, що відбуваються під впливом розвитку електронно-цифрових візуальних технологій, які зробили візуальну інформацію невіддільною частиною всіх сфер людського життя. Основним носієм візуальної інформації сьогодні виступає екран. Він відіграє панівну роль практично в усіх сферах людського буття – формує власну культуру.

Екранною називається та культура, що формується на основі медіа-засобів, у яких екранний простір є головним джерелом впливу й передачі інформації. Сьогодні екранні медіа не тільки відображають реальність і передають інформацію, а й агресивно діють на глядача – підпорядковують його власним принципами сприйняття для засвоєння певних ідей та стандартизованих правил і моделей поведінки. Відтак, актуальність філософського дослідження візуальних стратегій екранної культури зумовлена необхідністю критичного осмислення механізмів конструювання екранного простору.

Важливість представленої дисертаційної роботи проявляється в тому, що вона скерована на дослідження прихованих способів екранної дії – візуальних стратегій – сукупності засобів для формування простору екрану і способів взаємодії з людиною, створених з використанням художніх технік та сучасних технологій.

**Стан розробки проблеми.** Дослідження екранної культури потребує звернення до таких наукових напрямів, як критична теорія (Т. Адорно, М. Горкгаймер, Г. Маркузе та ін.) та Cultural studies (П. Веннел, С. Гол, Г. Дженкінс, Р. Уільямс, П. Уїліс та ін.), що першими виокремили екранну культуру як новий соціально-важливий об'єкт дослідження. Основу для дослідження також склали праці українських і закордонних науковців (І. Виселко, О. Козубенко, А. Колодко, Т. Лютий, І. Негодаєв, П. Огурчиков,



О. Павлова, І. Покулита, Л. Саєнкова, К. Станіславська, Г. Чміль та ін.) у їх безпосередньому чи опосередкованому зверненні до проблематики даного дослідження.

Оскільки роль і значення екранної культури пов'язані з технічним аспектом, суттєве значення для дослідження екранної культури мають праці представників Media Studies (Д. Болтер, Р. Грусін, М. Мак Люен, Л. Манович та ін.), Visual Studies (М. Джей, Д. Роуз, Х. Фостер), а також інших науковців (О. Аронсон, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямін, А. Геллоуей, А. Горних, Т. Горючева, Я. Іоскевіч, З. Кракауер, В. Михалкович, Т. Мітчел, М.-Л. Райан, А. Тарковський, А. Усманова та ін.), які проаналізували сутнісні характеристики та функції екранних медіа.

У дослідженні питання візуальних стратегій екранної культури, характерних рис та властивостей, асоційованих з ними, ми спиралися на теоретичні роботи, які безпосередньо чи опосередковано виявляли певні тенденції та зміни у творах екранних засобів. Це праці таких дослідників, як: Б. Айзекс, Ю. Арабов, А. Бистрицький, Д. Біанконі, Ж. Бодрійяр, Д. Бордуелл, А. Брандао, Б. Бушман, С. Гейнор, Ж. Дельоз, А. Денікін, С. Зеїтчік, Б. Коуп, Р. Ліра де Соуза, С. Маккей, Т. Мак-Кіббін, Б. Массума, Г. Меднікова, Д. Нетцель, Ш. Ортнер, Р. Прелінгер, Є. Рапопорт, Д. Родовик, А. Сарна, М. Сіман, Е. Скотт, М. Скрипкар, М. Сторк, Б. Талліріко, І. Тропіна, А. Усманова, М. Фланглана, Н. Фрай, С. Франклін, С. Шавіро та інші.

Рефлексії щодо антропологічно-філософських наслідків реалізації візуальних стратегій екранної культури сприяють основні положення та висновки, що містяться у наукових працях таких філософів, як: Ж. Батай, А. Бергсон, М. Гайдеггер, Е. Гуссерль, Ж. Дерріда, М. Еліаде, М. Мерло-Понті, Е. Фромм, М. Фуко, М. Ямпольський та інші.

Попри значну кількість досліджень феномену екранної культури, аналіз візуальних стратегій сучасної екранної культури все ще залишається недостатньо розробленим. Поза увагою залишаються висвітлення аспектів

візуальних стратегій екранної культури, пов'язаних із розвитком сучасних цифрових технологій, формуванням нових екранних медіа та нових форм культуротворчості, процесом інформатизації суспільства та індивідуалізації екранного досвіду, а, також, з особливостями їх впливу на масову свідомість.

**Об'єктом дисертаційного дослідження** є екранна культура.

**Предметом дослідження** – філософсько-антропологічний аспект візуальних стратегій сучасної екранної культури.

**Мета і завдання дослідження** полягають у виявленні та розкритті філософсько-антропологічного аспекту візуальних стратегій сучасної екранної культури.

Досягнення мети передбачає виконання наступних *завдань*:

- обґрунтувати теоретико-методологічні засади філософсько-антропологічного дослідження візуальних стратегій сучасної екранної культури, систематизувати категоріальний апарат з даної теми;
- розкрити медіальні особливості та специфіку провідних екранних медіа;
- визначити філософсько-антропологічний контекст художніх екранних засобів – складових елементів візуальних стратегій екранної культури;
- окреслити специфіку сучасної екранної культури через розгляд візуальних стратегій реалізму;
- здійснити критичний огляд візуальних стратегій масової екранної культури як засобів створення комфорту та естетичної насолоди;
- проаналізувати візуальні стратегії екранної арт-культури як засобів протидії розважально-маніпулятивним проявам масової культури;
- виявити взаємозв'язок між художніми екранними засобами та інформаційними потребами сучасної людини;
- простежити індивідуалізацію рецептивного досвіду особистості у просторі сучасної екранної культури;

- дослідити сферу сучасної екранної культури як простір нових способів культуротворчості;

**Теоретико-методологічна база дисертаційної роботи.** У даному дисертаційному дослідженні застосовано систему спеціальних філософських та загальнонаукових методів (порівняння, аналіз, синтез, узагальнення).

Герменевтичний метод використаний у аналізі та осмисленні теоретичних праць, екранних творів та екранних тенденцій. За допомогою семіотичного підходу було здійснено розкладання візуального стилю екранних творів на менші знакові структури, для їх вичленовування і подальшого дослідження. Феноменологічний метод дозволив виокремити в екранних творах та їх складових частинах візуальні стратегії, а в них, у свою чергу, виявити властиві їм сутнісні характеристики. Метод структурно-функціонального аналізу використовувався для аналізу візуальних стратегій у комплексі та встановлення їхніх структурно-типологічних зв'язків із трансформацією сприйняття людиною світу.

**Наукова новизна** полягає у тому, що вперше в українському філософсько-антропологічному дискурсі було реалізовано системне дослідження візуальних стратегій екранної культури згідно особливостей їх впливу на свідомість та стиль життя людини.

**Наукова новизна конкретизується у наступних положеннях, які виносяться на захист:**

*Вперше:*

- обґрунтовано концепцію візуальних стратегій екранної культури як складну конфігурацію засобів, які формують та репрезентують ціннісно-сміслові особливості певного культурного періоду через тенденції використання певних екранних засобів та принципів формування простору екрану і способів взаємодії з ним;
- з'ясовано, що візуальна стратегія інформатизації екранного простору нівелює змістовну характеристику інформації, внаслідок трансформування її в естетичну форму;

- виявлено, що розвиток екранних медіа від кіно до мобільних пристроїв призвів до трансформації культурної практики взаємодії людини з екранним простором, здійснив перехід від масового екранного ритуалу до індивідуального рецептивного досвіду;

- здійснено аналіз нових екранних медіа (анімованого GIF-зображення, відеоесе, відеопоезії) як засобів індивідуального культуротворення та на цій основі виявлено аксіологічну систему сучасної людини – цінність творчої та економічної незалежності, вільного обміну інформацією та доступу до використання культурного архіву;

- до наукового обігу введена малознайома українській гуманітаристиці теорія ремедіації Д. Болтера та Р. Грусіна, яка являє собою одну з сучасних методологій у сфері Media Studies та означає процес, у якому медіа використовує, трансформує та вдосконалює характеристики та принципи функціонування іншого медіа для того, щоб відповідати культурним потребам певного історичного періоду.

*Уточнено:*

- класифікацію підходів до теоретизування феномену екранної культури, а саме виділено: критичну теорію Франкфуртської школи, обґрунтовану естетику Cultural Studies, теоретичні підходи у рамках Media Studies (теорію М. Маклюєна, теорію нових медіа Л. Мановича, теорію ремедіації Д. Болтера та Р. Грусіна), соціальний підхід до візуального рецептивного досвіду у рамках Visual Studies;

- характеристику та особливості екранних медіа, зокрема, їх здатність формувати просторово-часові принципи взаємодії людини та екрану: позицію глядача – позицію всередині екранного простору (концептуальний час), позицію спостерігача – позицію зовні та всередині (інтерсуб'єктивний час), а також, інтерактивну позицію – позицію користувача (реальний час).

*Набуло подальшого розвитку:*

- дослідження візуальних стратегій масової екранної культури як ефективних засобів ескапізму від екзистенційних та буденних проблем. Візуальна стратегія динамізму формує процес інтенсивної розваги, тим самим усуває відчуття плинності часу. Візуальна стратегія естетизації образів насилля та смерті перекодує ці образи із негативних у такі, що викликають задоволення;

- обґрунтування зв'язку візуальних стратегій екранної арт-культури та філософських методів екзистенціалізму та феноменології. Візуальна стратегія естетики повільного через темпоральну подібність екранного часу до реального часу здійснює інтенціональну спрямованість для виявлення ключових життєвих сутностей. Візуальна стратегія жорстокості здійснює реабілітацію образів смерті та насилля як реальних фактів з їх філософсько-екзистенційним сенсом;

- вивчення візуальної стратегії культурної критики як засобу протидії загальній віртуалізації життя масовою екранною культурою. Візуальна стратегія культурної критики звертається до реалізму як до максимальної відмови від художніх екранних засобів, щоб зробити акцент на індивідуальному сприйнятті та інтерпретації.

**Теоретичне значення роботи** одержаних результатів полягає у розкритті особливостей візуальних стратегій сучасної екранної культури як засобів, які формують принципи сприйняття та поведінку сучасної людини, а **практичне** – в тому, що вони можуть бути використані у викладанні навчальних курсів «Філософська антропологія», «Філософія культури», «Культурологія», «Студії візуальної культури», «Мистецтво нових медіа», а також у розробці відповідної навчально-методичної літератури.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійним дослідженням, його логіка і висновки відображають наукову позицію автора. Усі публікації за темою дисертації здійснено без співавторів.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дисертаційного дослідження обговорювалися на методичних

семінарах кафедри культурології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова та були оприлюднені на наступних конференціях: Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «Філософія і релігія в просторі сучасної культури» (Київ, 2014); IV міжнародна науково-практична інтернет конференція «Актуальні проблеми гуманітарних наук у дослідженнях молодих науковців» (Київ, 2015); Освіта та наука – 2015: звітно-наукова конференція студентів Інституту філософської освіти та науки (Київ, 2015); II Міжнародна науково-практична заочна конференція «Наукові пошуки: актуальні проблеми теорії і практики» (Київ, 2015); Всеукраїнська науково практична конференція «Ціннісні зміни молоді і сучасні форми культуротворчості» (Київ, 2015); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2016» (Київ, 2016); Всеукраїнська наукова конференція «Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики» (Дніпро, 2016); Всеукраїнська наукова конференція з міжнародною участю «Духовність. Культура. Виклики сьогодення» (Львів, 2017); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2017» (Київ, 2017); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2018» (Київ, 2018).

**Публікації.** Результати дослідження відображені у 14 наукових публікаціях, з них: 2 статті в іноземних періодичних виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз, 3 статті в українських періодичних виданнях, затверджених ДАК МОН України з філософських наук, 9 – у збірниках матеріалів міжнародних та всеукраїнських наукових конференцій.

**Структура дисертаційного дослідження** зумовлена логікою виконання поставлених завдань. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, які включають у себе дев'ять підрозділів, списків використаних джерел до кожного розділу (загалом 235 найменування, з них 97 – іноземними мовами) та висновків. Загальний обсяг дисертації становить 210 сторінки, з них 171 сторінка основного тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ ВІЗУАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ

### 1.1. Історіографія проблеми, методологія та категоріальний апарат дослідження

У аспекті сприйняття та розуміння світу для людини значну роль відіграє зір – візуальне отримання інформації. Так, психолог Рудольф Арнхейм стверджує, що зір є єдиною сенсорною модальністю, в якій можуть бути представлені всі просторові відносини, у тому числі й досить складні [див. 2]. Візуальне пізнання – історично більш рання форма пізнання, ніж словесно-логічна. Давньогрецький філософ Аристотель вважав зір найінтелектуальнішим почуттям. Він писав, що «зір більше інших почуттів сприяє нашому пізнанню і виявляє багато відмінностей у речах» [1, с. 65]. Проте інший давньогрецький філософ – Платон – ставив словесно-логічний спосіб пізнання на перше місце. Тому Платон не приймав живопис, як джерело знань [48, с. 462]. Адже живопис формує не реальність, з якої отримують знання, а міметичні уявлення про реальність – копії, які обманюють, імітують істину. Тому живопис, з точки зору Платона, дає нам помилкову модель реального, оскільки не забезпечує негайне й неупереджене пізнання, яке походить від логічних роздумів. Філософ Михайло Ямпольський наголошує, що у західній культурі аж до епохи Просвітництва домінувала позиція Платона, у якій слово було вище, ніж зображення [71, с. 170]. Реалізовувалась ця позиція, зокрема, через принцип «*pictura poesis*», згідно з яким зображення прямо зображає слово і повинно читатися через відповідний текст [71, с. 170]. Фактично у науковій сфері ця позиція проіснувала до структуралізму, який сприймав та аналізував всі елементи культури через структуру мови. Історично наступний науковий напрям – постструктуралізм, заперечував ці принципи й робив візуальний образ більш незалежним та важливим. Філософ Олена Павлова стверджує, що оптика

Постмодерну сформувала особливу візуальну модель бачення, фрагментарний характер якої відкидав текстоцентризм – принцип визначення культури суто лінгвістичними термінами [49, с. 18]. Цей момент можна простежити на основі термінів постструктуралізму, які за своєю суттю апелюють до образу, а не до чіткої логічної ідеї: ризома, сітка, щілина тощо.

Остаточна зміна акцентів між візуальним образом і словом закріпилась у кінці ХХ століття. У 1994 році мистецтвознавець Готфрід Бьом вводить поняття іконічного повороту (iconic turn) [74, с. 13]. А літературознавець Томас Мітчелл у тому ж році вводить термін пікторіального повороту (pictorial turn) [88, с. 9]. Фактично сутність цих термінів ідентична, адже вони обидва звертали увагу на силу візуального образу – способу, яким він впливає на глядача [див. 89]. Перенесення концентрації уваги на візуальний образ у науці було пов'язане зі зміною культури, формуванням окуліцентричного суспільства, у якому головну роль для людини отримав образ [86, с. 9].

Причиною цього були поступові, але майже синхронні процеси у різних сферах людського життя: розвиток візуальної реклами на вулицях міста, розвиток масової моди (візуального взірця), «розпредмечування» зображення у сфері мистецтва (починаючи з імпресіонізму), та один із головних моментів – розвиток екранної культури – виникнення і поширення екранних засобів. Філософ Умберто Еко зазначав, що розвиток екранних засобів призвів до того, що наша цивілізація стала «image-oriented» – орієнтованою на зоровий образ [див. 69]. Кінознавець Володимир Виноградов говорить, що саме кінематограф, який був першим екранним засобом, створив модель, що стала основною для культури ХХ століття: людина та перешкода, яка обмежує її погляд [13, с. 69]. Кінематографічний, телевізійний чи комп'ютерний екран, як непроникний матеріал, відчужує реальність, а разом з тим перетворює її на об'єкт нового візуального інтересу для людини.



Екран передає візуальну інформацію, тому екранну культуру зазвичай визначають, як форму культури, інформаційним носієм текстів якої є екран [46, с. 258; 56, с. 332; 29, с. 466]. Дослідниця Катерина Станіславська доповнює це визначення тим, що говорить про екранну культуру, як про нову комунікативну парадигму, яка йде за усною та книжковою культурою [56, с. 332]. Проте, інформаційний аспект є лише частковою характеристикою екранної культури.

Екранна культура, перш за все, базується на технічній основі – екрані. З точки зору культуролога Леслі Уайта, техніка є базовим елементом взагалі всієї культури. Л. Уайт представляє культуру, як систему з трьох горизонтальних шарів: технологічний шар розташований внизу, ідейний (філософський) – нагорі, а соціальний – між ними [59, с. 391]. У цій схемі технологічна система фундаментальна й первинна. Соціальні системи є функціями технологій, а ідейні є виразами технологічних сил і соціальних систем. А якщо так, то технологічний фактор є детермінантом культурної системи як цілого [59, с. 391]. Він детермінує форму соціальних систем, а технологія та суспільство в їх сукупності детермінують зміст і спрямованість ідей. Це, звичайно, не означає того, що соціальні системи не впливають на технології чи що соціальні та технологічні системи не зазнають впливу ідей. Соціальна, ідеологічна та технологічна сфери впливають одна на одну, проте головною серед них є технологічна. Дана концепція структури культури взагалі розкриває й сутність екранної культури. У такому разі екранну культуру можна визначити, як систему актів (моделей поведінки), об'єктів (речей і творів), ідей (уявлень, знань) і почуттів (позицій, цінностей), які формуються внаслідок дії головного технічного засобу екранної культури – екрану.

Науковець Ерккі Хухтамо визначає етимологію слова «екран» у французькому «écran», яке має значення ширми чи засобу, який відокремлює («екранує») одне середовище від впливу іншого [65, с. 123]. Тобто, у функціональному плані екран є засобом розподілу, відділення одного від

іншого, а отже репрезентує собою границю. Для опису ролі екрану ми використовуємо слово «границя», а не «межа» чи «кордон», у цьому питанні ми керуємось думкою філософа Вахтанга Кебуладзе, котрий стверджує, що слово «кордон» належить до географічного та політичного дискурсу, слово «межа» означає те, що можна перетнути, а слово «границя» можна трактувати, як граничну межу [див. 28]. Тому термін «границя» більше підходить до опису екзистенційних ситуацій – критичних моментів у житті. Ми вважаємо, що подібне сутнісне значення має взаємодія (спілкування) з Іншим (іншою людиною, іншою культурою чи іншою реальністю). Дослідниця Ганна Чміль веде мову про те, що екзистенційне значення екрану виявляється у тому, що він є здатним здійснювати процесуальне й безпосереднє дослідження свідомості – зустріч людини з екраном є моментом людської самоідентифікації [66, с. 143].

Семіотик Юрій Лотман вказував на важливе інформаційне значення такого функціонального засобу, як границя. Границя у Ю. Лотмана є одним із головних елементів семіосфери – абстрактної моделі будь-якого культурного простору. Семіосфера – це простір соціально-культурного досвіду, збереження інформації, принципів поведінки та сприймання [33, с. 251]. Семіосфера виступає основою для можливості будь-якої взаємодії: «поза семіосферою немає ні комунікації, ні мови» [33, с. 251]. Семіотична функція границі зводиться до обмеження проникнення, фільтрації й адаптації, перероблюванні зовнішнього у внутрішнє [33, с. 266]. Границя є посередником між двома семіосферами, вона відділяє, але, також, поєднує один простір з іншим, через комунікацію. Ця комунікація ніколи не є простою передачею інформації, а завжди виступає перекладом – переробкою інформації з одного простору в інший. Оскільки збіг кодів того хто передає і того хто приймає можливе лише при штучній (спрощеній) мові й штучно-спрощених комунікантах [33, с. 158].

Взаємодія Я з Іншим – це взаємодія двох дотичних семіосфер. Одна не може перейти в іншу і, при цьому, продовжити існувати. Проте, ці

семіосфери можуть спілкуватись через границю, яка здійснює функцію перекладу. Екран і є такою границею, яку фактично не можливо перетнути, яка роз'єднує два світи (реальний та віртуальний), але, водночас, і зіштовхує їх між собою.

Екранна культура виникла у кінці ХІХ століття разом із кінематографом і протягом ХХ-ХХІ століть стала основним інформаційним посередником, механізмом формування й трансляції норм, звичаїв, традицій та цінностей. Екран спричинив зміни не тільки у людському сприйнятті, розширив його можливості для розуміння сенсу візуальної мови, ще він сформував особливий соціальний ритуал та практику. Кінематограф спричинив те, що люди почали ходити в особливу споруду, займати місце в темній кімнаті та спільно переживати емоційні моменти. Перший кінематографічний сеанс повернув архаїчний момент видовища, в якому індивідуальні уявлення були спільними та тим самим наділив екран можливістю функціонувати як засіб масового впливу.

Дослідниця Ірина Покулита стверджує, що екранні медіа формують певну складову візуального досвіду сучасної людини через зорову метафору дійсності [51, с. 79]. Як результат, відбувається формування сенсів та візуального конструкту соціальної реальності, тобто екранні медіа утворюють діалектичне поставання – від бачення світу до світобачення. На цей аспект звертає увагу й дослідник Павло Огурчиков. Він вважає, що екранна культура є новою масовою міфологією, яка стверджує моделі поведінки для людини у культурі, переносить її буття в систему певних соціальних та культурних принципів [див. 47]. На масовий аспект екранної культури вказує й дослідниця Людмила Саєнкова. Вона говорить, що екранна культура сформувалась зі створення нового виду мистецтва, а потім, внаслідок технічного розвитку, поступово перейшла на сферу споживання, тобто на масовий рівень [53, с. 148]. Саме з дослідження екранних медіа у контексті масової культури, розпочались дослідження екранної культури. Ці

дослідження, перш за все, були представлені роботами представників Франкфуртської школи.

Остання виникла на базі Інституту соціальних досліджень при Університеті Франкфурту-на-Майні, її відлік заведено вести від 1930 року. Франкфуртська школа здійснювала дослідження на основі «критичної теорії», яка являє собою еkleктичну теоретичну конструкцію, де марксистська критика буржуазного суспільства поєднується з елементами екзистенціалізму, фрейдизму та соціології. Критична теорія була направлена на створення об'єктивної картини суспільного цілого і пошук шляхів його поліпшення.

Критика визначалась як соціальний (інтелектуальний) феномен, можливий тільки стосовно того, що взагалі можна змінити. Тому представники Франкфуртської школи виходили із того, що потрібно виявляти суспільні суперечності, щоб виявити можливість їх розумного подолання. Сучасний вітчизняний філософ Тарас Лютий стверджує, що метою Франкфуртської школи був аналіз причин та механізмів, які визначають те, що люди сприймають ідеї, не дотичні до своїх інтересів, а керуються панівними структурами та віруваннями [34, с. 88]. Одним із головних результатів даного підходу є спільна робота Макса Горкгаймера й Теодора Адорно «Діалектика Просвітництва». У цій роботі М. Горкгаймер та Т. Адорно розглядали екранний засіб – кіно як індустрію у рамках більшого феномену – культуроіндустрії.

Культуроіндустрія презентує собою світ, в якому праці має бути менше, а доступних благ – більше, вона презентує виробництвом розваг і управління здійснює саме за допомогою розваги [42, с. 88]. Ідеологією екранної індустрії, як і культуроіндустрії, є бізнес. Розвага стає для людини пролонгацією праці в умовах капіталізму. Її шукає той, хто прагне відволіктися від ритму механізованого процесу праці з тим, щоб отримати сили знов повернутись до нього [64, с. 170]. Саме функцію відволікання виконувала у цій схемі екранна культура, представлена кінематографом.

Інший представник Франкфуртської школи Герберт Маркузе говорить, що принципи індустріального суспільства успішно нав'язують хибні потреби та створюють ілюзію щасливого життя і у такий спосіб тамують прагнення до зміни стану речей [41, с. 12]. Т. Лютий вказує, що дану дію індустрії культури можна представити, як модель об'єктивного духу, який підхоплює та підсилює ідеологічні тенденції, а натомість відкидає бунтівні [34, с. 89]. Цей процес сприяє виробленню штучної ідентифікації людини із масовими нормами [34, с. 89]. У результаті формується модель одновимірного (однакового) мислення та поведінки [41, с. 16]. Зрозуміло, що у такій схемі екран відіграє провідну роль, адже є ефективним засобом передачі однієї моделі поведінки одночасно багатьом людям.

М. Горкгаймер і Т. Адорно стверджують, що реалізація мети культуроіндустрії здійснюється через єдність стилю [64, с. 162]. Це пов'язано з тим, що на противагу творам великих художників, слабкі твори завжди покладаються на свою схожість з іншими, на стиль, як запоруку ефективності. Кіноіндустрія остаточно абсолютизує цю стратегію через процедури схематизації, каталогізації та класифікації, тим самим поєднує культуру зі сферою адміністрування [64, с. 164]. М. Горкгаймер і Т. Адорно вказують, що у результаті процесу схематизації початок популярного фільму вже, приховано, вказує на те, як він закінчиться [64, с. 156]. Тобто, людина кожного разу отримує не новий твір, а той самий шаблон, який формує у неї однакові реакції та відчуття. До цього ж аспекту звертається кінокритик Сьюзан Зонтаг, яка аналізує роль кінематографу у становленні тоталітарних рухів.

С. Зонтаг наголошує, що стиль впливає і підпорядковує своїй владі споживача опосередковано через розвагу; не шляхом відвертого диктату, але завдяки використанню внутрішньо притаманого розвазі принципу ворожості щодо іншого [24, с. 132]. Саме так функціонували фільми Лені Ріфеншталь («Тріумф волі» (1934 р.), «Олімпія» (1938 р.)) для впровадження нацистської ідеології. Сила її творів – у послідовному проведенні політичних і

естетичних ідей, і свого часу саме це вплинуло на глядачів. Поза історичною перспективою подібна стилістика відкриває дорогу для бездумного прийняття пропаганди різноманітних руйнівних почуттів, у результаті чого люди відгороджуються від дійсності й відмовляються аналізувати наслідки подібного захоплення [24, с. 132].

Таким чином, вплив нацистських фільмів, як і кіноіндустрії, проявляється через стиль, який є візуальним засобом привнесення та поширення певної ідеології. Т. Лютий пояснює суть ідеології, з точки зору концепції Карла Маркса та Фрідріха Енгельса, яка визначає її як те, що протиставляється реальності [35, с. 40]. Тобто ідеологія – це сфера уявного, хибних уявлень людини, які домінують над нею [35, с. 40]. Людина у даній ситуації виявлялась об'єктом впливу. Т. Лютий акцентує, що вийти з даної ситуації можна тільки, якщо змінити спосіб мислення [35, с. 40]. Зміну способу мислення представники Франкфуртської школи бачили у мистецтві, яке, з їх точки зору, може звільнити «одномірну людину» [64, с. 97].

Кіноіндустрія не надає людині гармонію, а швидше функціонує в якості знеболювального засобу – дозволяє забути про проблеми лише на невеликий період. Г. Маркузе стверджує, що краса як посередник знезаражує істину й веде її на безпечну відстань від справжньої дійсності, а отже, справжньому мистецтву не слід прагнути до формування фальшивої краси [40, с. 348]. Мистецтво, навпаки, повинно через дисгармонію та розлад пробуджувати людину. Саме у цій лінії покладене існування естетичного та культурного протиставлення розваги й мистецтва. В екранній сфері дане протиставлення розпочалось на рівні масового та авторського кіно.

Авторське, згідно з режисером та теоретиком кіно Франсуа Трюффо, являє собою кінематограф «авторів», що виражають в своїх сценаріях і фільмах власну «індивідуальність» [62, с. 66]. На межі 1960-1980-х років теорія авторського кіно втратила своє провідне становище в кінотеорії. Внаслідок висунутої філософами Роланом Бартом та Мішелем Фуко ідеї «смерті автора», постструктуралісти почали трактували творця як

«сполучний матеріал» [див. 5]. Постать автора втратила своє значення, і тому замість терміну «авторське кіно» став вживатись термін «артхаус», який апелював не до індивідуальностей, а до місця перегляду.

Термін «артхаус» з'явився ще у другій половині 1940-х років у США, і називали їм кінотеатри, які показували фільми, що відрізнялись від популярних голлівудських [97, с. 178]. Як зазначає кінознавець Майкл Ньюмен, дані кінотеатри виконували особливу соціальну функцію – формували особливий культурний прошарок «високочолих» кіноглядачів [91, с. 75]. У сфері кінематографічних творів артхаусом стали називати фільми, які здійснюють пошук нових форм художньої виразності й розширення кіномови. Розважальна функція фільмів категорії артхаус зведена до мінімуму, вона поступається першістю пізнавальній функції та художній цінності. Дослідник Стів Ніл визначає артхаус як інституцію, певну соціальну практику, спрямовану на боротьбу з протидією масовому кіно [90, с. 37].

Дещо в інший спосіб, порівняно з представниками Франкфуртської школи, підходять до проблеми масового впливу представники Cultural Studies, які були наступними хто звернувся до аналізу екранної культури. Cultural Studies – це неомарксистський дослідницький напрямок, витоки якого пов'язані з діяльністю групи дослідників, які об'єдналися навколо Бірмінгемського центру сучасних культурних досліджень у Великобританії у 60-і рр. XX століття [див. 76]. Представники Cultural Studies розуміли культуру, як набір практик. Так, Стюарт Холл визначав головну особливість культури у виробництві та обміні значень, передачі та сприйнятті сенсів між членами суспільства та групи [93, с. 2]. Саме тому Cultural Studies робить акцент на «участі людини», на активному створенні культури, а не на пасивному її споживанні.

Зокрема Джон Фіске стверджує, що не можна говорити про споживання культури як про автоматичну, пасивну діяльність, адже, наприклад, дані про провал на ринку чималої кількості масових фільмів

ставити під сумнів це уявлення [75, с.31]. Тому в концепції Cultural Studies мова вже йде не про масову, а про популярну культуру. Т. Лютий пояснює різницю між ними тим, що перша формується «згори», тобто владними чи комерційними структурами, а друга протистоїть цьому натиску і є варіантом народної культури [36, с. 398-399]. Масово-комерційна успішність виникає завдяки звичайним людям, внаслідок їх інтересів та смаків [36, с. 398]. Саме тому, один з представників Cultural Studies, Пол Уїліс вводить принцип «обґрунтованої естетики» – процесу, за допомогою якого звичайні люди створюють світову культуру [92, с. 22].

«Обґрунтована естетика» є креативним процесом, в якому практики та символи використовують на основі зіставлення цих практик та символів з їх значенням [92, с. 21]. П. Уїліс наголошує, що «обґрунтована естетика» не є універсальною формою, яка характеризує певну культурну практику чи культурний текст, а належить самому акту споживання, адже він завжди враховує чуттєвий, емотивний чи когнітивний аспект [92, с. 24]. Тому П. Уїліс стверджує, що споживання – це символічний акт творчості. На його думку, головним є не те, що культурні ідеї передають та отримують, а те, що їх формують у процесі сприйняття [92, с. 135].

Тобто, у цьому принципі відбувається заміна спілкування за допомогою ідей на створення ідей у процесі спілкування. Культурне спілкування припиняє бути лише процесом дослухування до інших. В «обґрунтованій естетиці» значення та задоволення не визначається заздалегідь, до практичної діяльності – виробництва через споживання. П. Уїліс стверджує, що культурне споживання ніколи не являє собою просте механічне повторення, а, також, не є прямою реалізацією семіотичних моделей [92, с. 21].

Люди привносять свій досвід, свої почуття та свою суспільну позицію у процеси культурних взаємодій, навіть якщо це взаємодії з певними культурними інституціями. Тобто, вони здійснюють власний символічний тиск, який зводиться не тільки до сприйняття сенсу культурних продуктів, а



й до створення сенсу з урахуванням структур та суперечностей, з якими вони стикаються під час взаємодії з культурними інституціями. Тому П. Уїліс зазначає, що результати цієї практики можуть повністю відрізнитися від тих, які спочатку було закладено в культурні продукти [92, с. 21]. Щось подібне до теорії П. Уїліса зазначають Стюарт Гол та Педі Веннелль. На основі аналізу творів популярної культури вони приходять до висновку, що ці твори сприяють становленню особистості молодих людей, оскільки функціонують як емоційні тренажери [77, с. 276].

Позицію Cultural Studies, таким чином, можна окреслити через гасло: «Головна суть не в об'єкті, а у тому, як людина його використовує». Цей принцип є справедливим, але у випадку коли об'єктом є лише зміст, а не форма, через яку він передається. Цю проблему докладно аналізує Маршал Маклюен, який є засновником Media Studies. Під «медіа» М. Маклюен розуміє не лише засоби масової інформації, як часто вважають. До них він відносить також такі технології як мовлення, письмо, годинник, комікси, книги, фотографія, телефон, кіно тощо. Фактором, який їх об'єднує, є те, що вони вносять істотні зміни у спосіб життя та світосприйняття людини.

М. Маклюен у своїх роботах здійснив аналіз різних медіа, у тому числі й екранних (кінематограф та телебачення), і визначив, що кожен з них функціонує (здійснює вплив) різним чином. Так, кінематограф М. Маклюен відносить до гарячих медіа, а це означає, що він володіє здатністю розширювати почуття людини «до ступеня високої визначеності» – стану наповненості даними [37, с. 27]. З одного боку, це момент того, що кіно здатне передавати значну кількість інформації, і з іншого – мова йде про феномен «входження в іншу реальність».

Багато засобів культури характеризувались цікавим феноменом: існуванням іншого віртуального простору, іншого світу, укладеного в рамку, який знаходиться всередині нашого реального світу. З усіх видів мистецтва кіно вдалося найкраще подолати рамки, які розподіляли два абсолютно різних простори. М. Маклюен вважає, що кіно найкраще, поміж інших медіа,

пробуджує фантазію і переносить глядачів в інший світ, який вони приймають без крупиці критичної свідомості [37, с. 325]. Саме це дозволяє кінематографу функціонувати як світ мрій [37, с. 332].

І зовсім по іншому функціонує, з точки зору М. Маклюена, інший екранний медіа – телебачення. Якщо кіно, на думку М. Маклюена, є агресивною імперською формою, що володіє вибуховою силою, то телебачення – ні [37, с. 337]. Телебачення є холодним медіа, а тому вимагає соціального добування і діалогу [37, с. 333]. Тому, якщо кіноглядач із готовністю сидить в психологічній самоті, то телевізор не приємно включати для себе одного [37, с. 333]. І саме тому найефективнішими є ті програми, які вимагають завершення – участі аудиторії [37, с. 366]. За своєю суттю телебачення найбільш співвідноситься із концепцією М. Маклюена, що всі види медіа є технологічним «продовженням» різних людських органів [37, с. 5]. У цьому разі, телебачення – це розширення нашого дотику, що містить у собі максимальну взаємодію усіх почуттів [37, с. 384].

Головний принцип теорії М. Маклюена – медіа є повідомленням [37, с. 10]. Для М. Маклюена сказати, що медіа є поганим чи добрим в залежності від того, як ви його використовуєте, це теж саме, що сказати, «що яблучний пиріг сам по собі не поганий і не добрий, його цінність залежить від того, як його використовують» [37, с. 14]. З операційної, практичної точки зору сутність медіа буде створювати свій власний вплив [37, с. 10]. М. Маклюен стверджує, що доволі типово, що ми не звертаємо на цей момент увагу, адже зміст будь-якого медіа часто приховує від нас характер цього медіа [37, с. 12]. Проте, при цьому не позбавляється характер впливу цього медіа. Тому позиція Cultural Studies у контексті екранної культури буде правдивою лише частково, адже медіальні особливості екранних засобів, незалежно від «творчих дій» споживачів, будуть, по перше, створювати свій власний вплив, а, по друге, формувати рамки, тобто певним чином обмежувати чи визначати можливі формати цих «творчих дій». Так само й теорія М. Маклюена в контексті екранної культури має певні обмеження, адже у ній фактично

немає людини, вона є пасивною й повністю залежить від дії медіа. У цьому його позиція більш близька до ідей Франкфуртської школи, тільки якщо у ній головним був стиль, то у М. Маклюена – техніка.

Слід зауважити, що М. Маклюен здійснив свій аналіз медіа у другій половині ХХ століття, а отже, він стосувався лише аналогових медіа. Сучасні екранні медіа у своїй більшості є цифровими, тобто такими, що використовують цифрові технології, а отже, мають додаткові характеристики та особливості, які потрібно враховувати. Сучасний представник Media Studies Лев Манович стверджує, що перехід на цифрові технології, який розпочався з кінця ХХ століття, ввів у процес взаємодії медіа та людини, нового посередника – програмне забезпечення. Наслідком цього є те, що всі властивості цифрових медіа тепер визначаються конкретним програмним забезпеченням на відміну від того, що містяться у фактичному вмісті, тобто в цифрових файлах [81, с. 12].

Перенесення центральної уваги на програмне забезпечення ставить під сумнів фундаментальне значення теорії медіа – властивості медіа. Властивості медіа тепер постачаються з програмного забезпечення, яке використовується для створення, редагування, подання та доступу до його вмісту [81, с. 4]. Це приводить до того, що властивості вже не містяться тільки у даних чи техніці, але тепер залежать від інтерфейсів, які надають виробники технологій. Результатом є властивості цифрових носіїв, які тепер визначається конкретним програмним забезпеченням [81, с. 1]. А отже, у сфері дослідження екранних медіа важливою стає не тільки техніка, а й технологія. Тобто, тепер при аналізі медіа та їх впливу на людину, потрібно враховувати одразу декілька функціональних аспектів. Технології завжди були важливою частиною сутностей медіа, але сьогодні вони вийшли на перше місце. Екранні медіа розробили свою власну візуальну мову, набір певних художніх технологій і сьогодні завдяки розвитку та розповсюдженню цифрових технологій ці художні методи отримали нову роль та нову форму.

Інший важливий аспект екранної культури, на який потрібно звернути увагу, пов'язаний із терміном «візуальність». Він є ключовим поняттям такого наукового напрямлення як Visual Studies, у якому він розуміється як соціальний феномен. Представник Visual Studies Хел Фостер говорить, що якщо погляд є фізичною дією, то візуальність – соціальною [див. 68]. Інший представник Visual Studies Джиллиан Роуз, пояснює, що бачення зображення завжди відбувається у певному соціальному контексті, який опосередковує його вплив [94, с. 11]. Різні місця мають власні соціально-економічні принципи, власні правила щодо того, як повинен поводитися особливий вид глядача, і все це впливає на те, як конкретне зображення виглядає й сприймається. Д. Роуз звертає увагу, що ці особливі практики мають вирішальне значення для розуміння того, як зображення здійснює вплив на людину [94, с. 11]. Тому місце простору є важливою формою для розуміння того, як функціонує екранна культура і як це впливає на людину. Частково це питання про різні соціальні практики, які структурують перегляд певних зображень у певних місцях. Візуальні образи завжди практикуються певними способами, різні практики часто пов'язані з різними видами зображень у різних просторах. Кінотеатр, телевізор у вітальні та полотно в сучасній художній галереї не формують однакового способу бачення, все це є певними візуальними технологіями.

Візуальні технології не завжди мають експліцитні правила, яким явно навчають. Ті, хто відтворюють ці практики, можуть навіть не усвідомлювати, що є деяка впорядкованість в тому, що вони роблять. Це пов'язано з тим, що як і в концепції влади М. Фуко певні соціальні та культурні практики групуються у формації та конфігурації не завдяки суб'єкту [63, с. 43]. М. Фуко стверджує, що найчастіше влада точно є не суб'єктом, а складною конфігурацією сил, яку можна позначити як стратегія без стратега [63, с. 41]. Теж саме стосується й візуальних технологій характерних для екранної культури. На практичному рівні вони мають певні інструкції, які описують їх функціонування, проте на культурному рівні процеси їх застосування

визначаються не владним рішенням певного суб'єкта, а тенденціями та потребами людини певної епохи.

Отже, історіографія проблеми показує, що екранна культура є складним феноменом, дослідження якого потребує міждисциплінарного підходу. Тільки підхід, який звертає увагу на різні аспекти екранної культури може дати розуміння їх сутності. Характеристики екранної культури детермінуються через технічний рівень, основою якого є екранні медіа. Тому базовим рівнем дослідження екранної культури є *Media Studies*, яка отримує нове значення внаслідок розвитку цифрових технологій. Вони впливають на те, що сьогодні більш важливим є не технічна (фізична) сторона медіа, а технологічна (цифрова). Крім того, оскільки екранні медіа функціонують у різних просторах та при різних обставинах, то важливим для дослідження екранної культури є підхід *Visual Studies*, який звертає увагу на соціальні аспекти візуального досвіду. Те, що екранна культура здійснює масовий вплив, робить необхідним включення у методологію дослідження методів критичної теорії Франкфуртської школи.

Важливим є підхід *Cultural Studies*, який робить акцент на людині як активному учаснику (творці) культури. Отже, для методології дослідження використовуються напрацювання Франкфуртської школи, *Cultural Studies*, *Media Studies* та *Visual Studies*. Загальна сутність дослідження, у такому випадку, буде складатися із різних рівнів (медіальних, соціальних та культурних). Ці рівні, на нашу думку, найкраще описати терміном «візуальні стратегії».

Візуальні стратегії є складними конфігураціями засобів (технічних та технологічних) та принципів (ідейних, естетичних та соціальних) для формування простору екрану і способів взаємодії з ним. Вони об'єднані на основі певної ідеї – культурної тенденції, яка існує у певний період часу. Таким чином, дослідження візуальних стратегій екранної культури є дослідженням особливостей культури певного періоду – моделей та принципів, у яких існує, живе та діє людина.

## **1.2. Технологічні способи взаємодії людини та екрану як основа візуальних стратегій екранної культури**

Екранні медіа є базовим рівнем, який детермінує екранну культуру й, так само, вони є базовим рівнем візуальних стратегій, адже вони формують простір та визначають можливі вектори взаємодії людини та екрану. Тому необхідним є звернутися до розгляду особливостей та характеристик екранних медіа. У цьому аспекті, наш аналіз буде включати розгляд медіальних особливостей основних на даний момент екранних засобів (кінематограф, телебачення, відео-арт, відеоігри, комп'ютер, смартфон) до розвитку цифрових технологій та після них. Тобто йдеться про аналіз технічних медіальних особливостей екранних засобів та розгляд технологічних особливостей нового (цифрового) середовища.

Кінематограф був першим екранним медіа, в момент його виникнення одразу реалізувалася одна з його головних особливостей. Так, О. Аронсон зазначає, що важливим моментом є те, що датою народження кіно вважається 28 грудня 1895 року, а саме перший колективний перегляд, організований братами Люм'єр, а не дата, коли фотографія вперше була приведена в рух, і навіть не дата, коли брати Люм'єр запатентували кіноапарат як пристрій [3, с. 147]. Оптичний ефект, який використовував кінематограф, був реалізований Томасом Едісоном до 1895 року. Єдина відмінність полягала в тому, що оптичний пристрій Т. Едісона був призначений для очей одного глядача, в той час як пристрій Люм'єрів – для колективного сприйняття [3, с. 147]. Ця відмінність виявилась фундаментальною як для розробницької конкуренції між винахідниками, так і для виникнення екранної культури.

О. Аронсон стверджує, що технологія братів Люм'єр отримала популярність тому, що виявила культовий і архаїчний момент масового видовища, в якому спільність важливіша за уявлення [3, с. 149]. У цьому контексті є важливим момент, що перший кіносеанс сформував міф – історію про те, що частина глядачів настільки повірила у реальність екранного

зображення під час перегляду «Прибуття потягу на вокзал Ла-Сьота», що вибігли з приміщення [3, с. 149]. Екранна культура, в першу чергу, виникла саме завдяки появі цього міфу, ніж самому факту першого перегляду. Можливо, що перший глядач Т. Едісона також був шокований, проте цей момент не отримав значного культурного розголосу, оскільки був індивідуальною, а не колективною реакцією. Перший кіносеанс братів Люм'єр був не просто переглядом, а суспільно-важливою подією.

Оскільки кінематограф виник у формі суспільної події, то він поступово сформував і певні обставини та правила перегляду, тобто сформував певну культурну практику. Мистецтвознавець Б. Гройс стверджує, що у цій практиці була компенсована споглядальна настанова, яка була втрачена у епоху Модерну [17, с. 158]. У домодерних культурах шар суспільства, який мав споглядальний спосіб життя (шамани, філософи, монахи) мав привілейований статус у суспільстві. В епоху Модерну головним став діяльний спосіб життя – модель людини, яка прагне до суспільного визнання. Б. Гройс стверджує, що ця девальвація споглядання була однією з передумов виникнення системи кіно [17, с. 158].

Проте відновлення статусності споглядальної настанови не відбулося, оскільки, за словами Б. Гройса, кінематограф тематизував те, що відповідно до традиційної точки зору, було негідно споглядання (історії про злочинців та полісменів, нудні життєві історії, дурнувятий гумор тощо) [17, с. 159]. Крім того, на це вплинув момент фізичної пасивності глядача під час перегляду фільму. Так Б. Гройс стверджує, що можливість тілесно вільного просування в просторі є необхідною умовою для виникнення і для «підтримки» мислення [17, с. 157]. Саме тому грецька філософія розвивалась у формі прогулянок, при збереженні можливості відвести погляд від предмета обговорення, дистанціюватися від нього з тим, щоб пізніше наблизитися до нього в новій перспективі і т.д. [17, с. 156].

Тому кіноглядач застигає не тільки фізично, а й духовно, тобто стає пасивним споживачем [17, с. 157]. Про це говорить і дослідник Яков Іоскевіч,

який веде мову про те, що у кіно за відсутності фізичної участі традиційно нерухомий, занурений в темряву залу кіноглядач компенсує свою неучасть тіла інтенсивною афективною участю [27, с. 256]. Всі принципи кіноперегляду, роблять кіно, з точки зору кіно теоретика Жан-Луї Бодрі, прототипом печери Платона [71, с. 45].

На противагу живописному полотну, яке запрошує глядача до дистанційного споглядання, екран кіно, з точки зору філософа Вальтера Беньяміна, цього не дає: ледь охопиш його поглядом, як він уже змінився [7, с. 225]. Глядач не може думати, про що хоче, місце його думок займають рухомі образи. Ланцюг асоціацій глядача тут же переривається зміною образів. У цьому, з точки зору В. Беньяміна, шокова дія екрану [7, с. 225]. На думку філософа Жюльєн Дельоза, саме за допомогою неї реалізується художня суть екранного образу: коли рух робиться автоматичним, думка зазнає шоку, у корі мозку починаються вібрації, нервова і церебральна система зачіпаються безпосередньо [19, с. 469].

Екранний образ «робить» рух сам, і цим автоматичний рух пробуджує, з точки зору Ж. Дельоза, у нас «духовний автомат» [19, с. 469]. Під «духовним автоматом» Ж. Дельоз розуміє не логічну чи абстрактну можливість формально виводити одні думки з інших, але кругову схему, в яку вони входять разом з екранним рухом, загальною потенцією того, що змушує думати, і того, що мислить під впливом шоку [19, с. 470].

Л. Манович звертає увагу на цю особливість кінематографу, говорячи про неї, як про динамічність екранного зображення. Ця динамічність екранного зображення прагне до створення повної ілюзії й візуальної повноти. І тому йому краще ніж статичному образу вдається відкинути недовіру глядача й ідентифікувати його із зображенням [38, с. 56]. Саме тому, відбувається те, про що говорить дослідник Ігор Смирнов – фільм надходить у свідомість глядача, як еквівалент реальної дійсності [55, 7].

Представники Media Studies Девід Болтер та Річард Грусін називають цей ефект «безпосередністю» (immediacy). Безпосередність – це здатність



медіа надати глядачу чи користувачу можливість забути про наявність медіа та про сам акт посередництва [73, с. 11]. У гносеологічному сенсі безпосередність є прозорістю: відсутність посередництва чи представництва. Це поняття свідчить про те, що медіа може «стерти» себе й залишити глядача в присутності об'єктів, представлених, так, щоб вони могли сприймати їх безпосередньо. У психологічному сенсі, завдяки безпосередності глядач сприймає свій досвід, як справжній [73, с. 69].

Мистецтвознавець Валентин Михалкович зазначає, що позицію глядача в кіно можна назвати «внутрішньою», оскільки глядач розташований між полюсами комунікативного ланцюга [44, с. 356]. Один полюс – проектор (джерело інформації), інший – екран (приймач інформації). В силу свого внутрішнього, центрального положення глядач немов включений в рух інформації за комунікативним ланцюгом: оскільки темрява відсікла повсякденне його буття, то тепер глядач психічно переміщається в світ екрану [44, с. 357].

І як результат цього процесу людина опиняється у іншому просторі, з іншими, ніж у реальності, часовими характеристиками. Ця локалізація глядача всередині фільму виявляється можливою завдяки камері: глядач ототожнює її «погляд» зі своїм власним [44, с. 360]. А значить ототожнює свій час сприйняття з динамічністю часу фільму. Тобто людина приймає концептуальний час фільму за свій власний. І це ототожнення виникало у всієї сукупності глядачів, що перетворювало їх у єдину спільність, єдину свідомість.

Об'єднання у спільність відбувалось і в іншому екранному медіа – телебаченні. Телебачення не передбачало, як кіно, об'єднання людей на основі просторового чинника (спільного приміщення для перегляду). Але воно об'єднувало його за допомогою часової синхронізації. Яскраво ілюструє цей момент відеовставка, яка використовувалась і використовується деякими каналами зараз перед випуском інформаційних новин. Перед новинами на екрані показують циферблат, який немов перетворював телевізор на

годинниковий механізм. Секундна стрілка здійснює рух по колу – готує глядачів до моменту початку передачі. На основі перетворення телевізора на годинник здійснюється синхронізація приватних тривалостей всієї аудиторії телеканалу відповідно до астрономічного часу. Подібним чином годинник у повсякденному житті служить для синхронізації окремих діяльностей для виконання спільної роботи.

Часова спільність для телебачення є важливим моментом, адже медіально воно є продовженням наших органів сприйняття. За своєю функціональною суттю воно є транслятором подій, які відбуваються зараз. Тому на противагу кінематографу, телебачення розповідає не про минуле, а про сьогоднішнє. З цим пов'язаний той ефект, який кінотеоретик Анрі Базен називає «псевдоприсутністю» [4, с. 168]. А. Базен стверджує, що телебачення моделює для глядача ефект присутності внаслідок симулятивності (тобто тимчасового чинника), транслює що подія відбувається одночасно з тим моментом, коли глядач сприймає її.

В. Михалкович зазначає, що якщо кінематограф скерований на те, щоб занурити глядача у єдину реальність – екранний світ, то телебачення, навпаки, занурює «заекранний світ» у повсякденне буття глядача [44, с. 373]. В. Михалкович наголошує, що екран телебачення стає ніби двійником (ерзацом) буття, рівнозначним справжньому: «телеглядач, знову й знову сприймає потік повідомлень, настільки зживається з ним у результаті тривалого і постійного «масування», що світ інформації стає більш близьким і знайомим, ніж безпосереднє побутове оточення» [45, с. 6].

В. Михалкович говорить, що в силу всіх цих синхронізацій, глядач опиняється у складному потоці часу [43, с. 175]. З одного боку, глядач існує у тому, що Р. Зобов та О. Мостепаненко визначають, як перцептуальний час – умова зовнішнього та внутрішнього досвіду [23, с. 13]. З іншого, цей перцептивний час поєднується з об'єктивним часом реальних процесів і як результат ми маємо справу з часом інтерсуб'єктивності [43, с. 175]. Ця інтерсуб'єктивність формує особливу просторову позицію, в якій глядач не

отримує «твердого» місця [44, с. 363]. Він одночасно існує у просторі своєї квартири та просторі подій, про які розповідає телевізійний екран. У цьому особливість телебачення – у тому, що ти перебуваєш дома, але можеш бачити події, які відбуваються у різних куточках світу, а значить ніби перебуваєш і там.

І цей аспект, певного просторового та часового розколу, хоча у порівнянні з кіно дав людині більше свободи та можливостей під час перегляду, але сформував й більшу залежність. Перемішування різного часу та простору у телевізійній практиці перегляду, разом із поширенням масових розважальних телепередач (шоу, серіали, вікторин тощо) вплинули на те, що у багатьох глядачів у свідомості змішався реальний та віртуальний світ. І тому телебачення стало, ще більш ефективним засобом масового впливу ніж кінематограф. Фактично відповіддю на використання кінематографу та телебачення як масових засобів впливу, було виникнення іншого екранного медіа – відео-арту.

Відео-арт (від англ. video art – відео мистецтво) є напрямком візуального мистецтва, який використовує можливості відеотехніки. Екран відео-арту являє собою новий вид художнього полотна, яке виставляється у спеціальних виставкових просторах.

Екран відео-арту виник, як авангардне мистецьке полотно і тому був скерований на створення комунікативних процесів, які відрізняються від масового екранного рецептивного досвіду. Сенси і значення, передані у роботах відеохудожників часто пов'язані з актуалізацією соціальних та культурних питань сучасності. І якраз у момент його виникнення однієї з таких проблем було перетворення екрану на «царство ілюзії». Дослідник Яків Іоскевіч вважає, що екран для відео-артистів є знаком їх головного противника [26, с. 463]. Він стверджує, що відео-арт головним чином протидіє масовим екранним засобам та виділяє із таких телебачення [26, с. 449]. Але до телебачення можна додати й масове кіно. Тобто, відео-арт

можна віднести до сфери, в яку входить артхаус, сфери протилежної масовому споживанню.

У США та Європі 1960-ті роки, коли виник відео-арт, були десятиліттям радикальних соціальних змін, викликаних творчою та ідеологічною активністю натхненних руху за громадянські права. Представники нового покоління почали розуміти важливі ідеї та засоби виробництва, які могли б бути використані для розробки нового й більш інклюзивного суспільства, альтернативні настанови та доступні види культурного виробництва, які б відповідали їх соціальним цінностям. У цей час М. Маклюен розробив свою теорію, згідно якої медіа змінюють суспільство, а компанія «Sony» випустила на ринок першу портативну відеокамеру. Камера відразу привернула увагу художників, які бачили у ній потенціал творчого інструменту. А соціальні активісти бачили у камері «зброю та свідка», які будуть використовуватися для створення нових типів уявлення, що виступали проти повсюдного меркантилізму у телевізійній індустрії.

Відео-арт часто сприймається непрофесійною аудиторією як молодший брат кіно, проте насправді існує в абсолютно іншій системі координат. Як і кіно, відео-арт представляється у певному просторі, тобто формує певну просторову спільність перегляду й як і кіно, відео-арт формує концептуальний час – час відеотвору. Проте позиція глядача відео-арту визначає зовсім інші відношення з екраном, ніж у кіно. Принцип сприйняття відео-арту доволі близький до принципу сприйняття живопису.

Особливість сприйняття картини у традиційному музеї, з точки зору Б. Гройса, визначається здатністю глядача самостійно контролювати час споглядання [17, с. 148]. У будь-який момент він може припинити споглядання образу, пізніше повернутися до нього й продовжити його розгляд з того місця, на якому воно було перервано [17, с. 148]. Тобто, хоча музейний та галерейний простір й формує певну суспільну практику, початок та кінець сприйняття твору є індивідуальним.

У випадку відео-арту музейні принципи змінюються. Хоча індивідуальна свобода залишається, проте рухомі образи самі починають диктувати глядачеві час їх розгляду. Якщо під час відвідування музею ми перервемо споглядання відеороботи, а пізніше повернемось до неї, то неминуче виявиться, що ми щось пропустили. Такого почуття не виникає в кінозалі, так як глядач зазвичай повністю позбавлений свободи й автономії – він з самого початку повинен примиритися з тим, що проведе певний час нерухомо в темряві. В системі кіно рухливість образів компенсується нерухомістю глядача [17, с. 149].

У випадку відео-арту і глядач та образ отримують здатність рухатися одночасно [17, с. 150]. І це протиставлення рухів приводить до того, що глядач є активним споживачем. Дистанція внаслідок розсинхронізування моменту початку та кінця твору та моменту початку й кінця перегляду робить музейну відеоінсталяцію, на противагу кінематографічній практиці, простором для аналітичного використання відеообразів [17, с. 161]. Можна сказати, що практика сприймання творів відео-арту, на противагу кінематографу, не формує, а руйнує принцип безпосередності.

Так Д. Болтер та Р. Грусін визначають протилежним до принципу безпосередності принцип гіпермедіації (hypermediacy). Вони стверджують, що гіпермедіація виникає тоді, коли технології безпосередності зазнають невдачі й тому основною стратегією є зачарованість від самого акту посередництва [73, с. 224]. У гносеологічному сенсі гіпермедіація є непрозорістю, знанням, що інформація приходить до нас через медіа. Глядач визнає, що він знаходиться у присутності середовища і знає про акти посередництва.

Психологічне відчуття гіпермедіації – це той досвід, який людина має в присутності медіа, це твердження, що досвід використання медіа сам по собі є переживанням реального [73, с. 70]. Кожний перший досвід із певним медіа дає гіпермедіацію. Коли ми говоримо по телефону, ми знаємо, що використовуємо телефон, але ми не звертаємо на це увагу, ми захоплені

самою розмовою. Проте у перший раз коли ми використали телефон ми були захоплені самим актом того, що він надає можливість розмовляти із тим хто знаходиться в іншій частині міста чи світу.

Фактично гіпермедіація – це захоплення медіальним атракціоном. Проте цей принцип може бути використаний протилежним чином. Зокрема, він був використаний відеохудожниками на початку розвитку відео-арту. Використання телевізорів у просторі галерей, створювало ефект «розриву» звичайного екранного досвіду для людей, які звикли з тим, що цей екран асоціюється ними, як засіб розваги. Це якраз формувало принцип гіпермедіації, який вказував на проблему медіального посередництва.

Інший екранний медіа, який дає людині певну активність – це відеоігри. Останні формують просторову та часову спільність лише в окремих випадках (а саме у випадках використання режиму гри розрахованого на багато гравців, ігрових турнірах тощо). Тому, головним чином, відеоігри є індивідуальним екранним засобом, у цьому вони протилежні до кінематографу, та більш близькі до телебачення та відео-арту. Проте, відеоігри, як і кінематограф, прагнуть залучити людину у віртуальний простір, але здійснюють вони це на основі принципу інтерактивності. Дослідник Александр Геллоувей звертає увагу, що відеоігри виступають активним середовищем, яке базується на постійному фізичному контакті з гравцем: дії, натиснення кнопок, контролювання, і так далі [див. 18]. Тобто відеоігри вимагають від людини індивідуальної реакції у реальному часі.

Відеоігри завжди діють у реальному часі. У початковий період використання персональних комп'ютерів необхідний час прорахунку не дозволяв виводити результат у реальному часі. Тільки коли це стало можливим, інтерактивність змогла розвиватися так, як це відбувається сьогодні. Я. Іоскевіч стверджує, що реальний час – це не що інше, як факт того, що візуалізація чи актуалізація інформації відбувається протягом часу, прожитого нашою системою сприйняття якби без розбіжностей по відношенню до початкової дії [27, с. 253]. Інакше кажучи, поняття реального

часу віднесене до людини, тобто людина у цьому контексті є головною – вона формує часову тривалість, а не просто приймає часовий ритм екрану як, наприклад, це відбувається у кіно.

Процес відеоігри, з точки зору дослідниці Марі-Лор Райан створює можливість внутрішньої чи зовнішньої інтерактивності [див. 52]. У «внутрішньому» режимі, користувач виступає як мешканець вигаданого світу, ідентифікує себе з аватаром, або сприймає віртуальний світ від першої особи. У «зовнішньому» режимі гравець поміщає себе поза віртуальним світом. Він або грає роль бога, який керує вигаданим світом, або направляє свою діяльність на вивчення масиву інформації.

Крім того, інтерактивність впливає на можливості маніпуляцій із часом. Темпоральність, характерна для віртуальної реальності, виражається в іграх за допомогою опції save/load (у перекладі з англ. збереження/завантаження). Вона являє собою можливість заново переграти, «пережити» ту чи іншу ситуацію, явище неможливе (але часто бажане) у повсякденному житті, однак можливе в екранному переживанні.

Отже, відеоігри привнесли в екранну культуру нову, більш активну позицію для людини у сфері екранної культури. Активна позиція, у середині ХХ століття, з'явилась й у практиці використання телебачення. Внаслідок збільшення телеканалів та появи пульта дистанційного керування, людина отримала здатність частково самостійно формувати екранний простір свого телевізора. Але найбільше активна позиція людини у сфері екранної культури реалізувалась засобами комп'ютера та мобільних екранних пристроїв (смартфонів та планшетів) – саме вони сформували позицію користувача, а не глядача чи гравця.

Головна особливість комп'ютера у тому, що він може приймати роль будь-якого екранного медіа. У цьому багатогранність цифрових технологій та комп'ютера як «універсальної машини». Завдяки варіації матеріалів і компонентів, з яких він може складатися, комп'ютер володіє унікальною функціональністю і здатний виконувати найрізноманітніші завдання. Так, ще

на початку розвитку комп'ютерної індустрії, монітор фірми «Apple» показував цю універсальність наочним чином. Монітор компанії «Apple» можна було повертати із горизонтального положення у вертикальне, при цьому дані на екрані перебудовувалися із «пейзажного» у «портретний» формат. Тобто ідея була у тому, що комп'ютерний монітор може з однаковим успіхом бути аркушем паперу і телевізором.

Фактичною сутністю цього процесу є те, що сучасні медіа внутрішньо є мультимедіальними [83, с. 61], тобто вони одночасно можуть використовувати принципи дії різних медіа. Процес використання, трансформування та вдосконалення одним медіа іншого Д. Болтер та Р. Грусін називають ремедіацією (remediation) [73, с. 55]. Принципи безпосередності та гіпермедіації якраз і реалізуються у процесі ремедіації медіа. Термін ремедіація дослідники взяли з педагогіки та екології, де він відповідно використовується для позначення процесу покращення рівня студентів, які відстають та для процесу відновлення пошкодженої екосистеми [73, с. 55].

Фактично, акт ремедіації є еволюційним законом розвитку медіа. Ремедіація є конкурентною боротьбою, природним відбором серед медіа. Щоб залишатись актуальним у певний період часу медіа повинні відповідати культурним потребам, або створювати нові запити у суспільстві. Д. Болтер та Р. Грусін стверджують, що оскільки медіа в нашій культурі ніколи не може працювати в ізоляції, тому вони повинні вступити у відносини і суперництво з іншими медіа, засвоювати методика, форми й соціальну роль інших медіа та намагається конкурувати із ними [73, с. 64].

Д. Болтер та Р. Грусін вважають, що принцип ремедіації співвідноситься з вірою західної культури у реформи, у шляху постійного покращення чи вдосконалення [73, с. 59]. Але, разом з тим, можна зазначити, що цей принцип співвідноситься з вірою у те, що все можна використати, що при правильному застосуванні старі засоби можуть знову отримати свою актуальність у новій формі. Тому ремедіація не є процесом у якому нові



медіа повністю «стирають» старі. Навіть у випадку агресивної ремедіації новий медіа залишає щось від старого медіа, якого він використовує [73, с. 48]. Тому в акті принципів ремедіації скоріш проявляється сутність того, що прогрес не має нескінченної кількості кінцевих варіацій.

Медіа здійснювали процес ремедіації завжди, але виникнення та розвиток комп'ютерних технологій найкраще показав наочність цього процесу. Так, екран комп'ютера є розколотим екраном, тобто екраном різних медіа. Л. Манович стверджує, що комп'ютерний екран не відповідає єдиному екранному простору, а складається із безлічі вікон у віконному інтерфейсі [38, с. 58]. У сучасних комп'ютерних інтерфейсах, вікна множаться на екрані: у багатьох користувачів часто одночасно відкриті десять і більше вікон. Множині потоки інформації всередині вікон (текст, графіка, відео) створюють гетерогенний простір, оскільки вони конкурують за увагу глядача.

На відміну від перспективного живопису чи тривимірної комп'ютерної графіки, цей віконний інтерфейс не намагається уніфікувати простір навколо якої-небудь однієї точки зору. Замість цього, кожне вікно визначає самостійну словесну чи візуальну точку зору. Простір сучасного комп'ютеру – це зовсім не вікно у світ, а вікно із безліччю вікон різних медіа, кількість яких часто навіть не обмежується. А за комбінування цих вікон, формування руху переходу відповідає людина – користувач. Взаємодія з екраном комп'ютера – це постійний рух, перехід між віконними екранами різного програмного забезпечення. Простір мережі Інтернет є фактично квінтесенцією комп'ютерного екрана зі своїми самостійними блоками інформації, рекламними банерами й посиланнями.

Комп'ютер пропонує людині приватний досвід, оскільки людина часто знаходиться наодинці з ним, і в будь-якому випадку тільки одна людина може провести взаємодію. Тобто, так само, як й у відеоіграх, тут, перш за все, працює реальний час. Але мультифункціональність комп'ютера дозволяє йому активувати часові формати інших медіа: концептуальний час кіно чи

інтерсуб'єктивний час телебачення. Проте взаємодія людини та комп'ютера є приватною практикою. Ця приватність, ще більше проявляється у мобільних екранних пристроях (смартфоні та планшеті), розмір екрану яких співвідноситься саме з індивідуальним сприйняттям.

Сучасні технології дозволили створювати компактні комп'ютерні засоби, які за своїми обчислювальними потужностями та можливостями не поступаються стандартному комп'ютеру, а часто навіть перевершують його. Мобільний екран – це трансформований тип комп'ютерного екрана. Сучасні мобільні пристрої є ремедіацією різних видів медіа: телефона, газети, телевізора, кінематографа, відеоігор тощо. Ключове слово «мобільний» вказує на компактність та швидкість і відкриває важливий принцип взаємодії мобільного екрану із сучасною людиною.

Мобільний екран – це екран повсякденного життя, інформаційний простір з яким людина взаємодіє майже протягом всього дня. Базовою реальністю, з якою має справу кожна людина, є світ повсякденного життя. І мобільний екран активно бере участь у ньому. Він перетворюється на найважливіший засіб пізнання і комунікації. Екран смартфона та планшета поєднується із користувачем, адже його головною функцією є передача інформації. З одного боку, мобільний екран поєднує людину зі світом, а з іншого, дозволяє їй існувати індивідуально – наодинці із собою (з екраном) та окремо від інших людей.

До цих технічних характеристик екранних медіа сьогодні додаються технологічні, які пов'язані з новим цифровим середовищем. Так Л. Манович визначив наступні принципи нових (цифрових) медіа: числове представлення, модульність, автоматизація, змінність, транскодинг. Усі ці принципи призводять до того, що всі медіа у цифровому середовищі є однаковими у способі збереження. Саме це сприяє тому, що ремедіація є сьогодні значно поширеною у сфері цифрових медіа. Внаслідок цього ми вже говоримо про появу медіа, не стільки у контексті появи нових технічних

пристроїв, скільки контексті програм, візуальних екранних форм, інтерфейсів та мобільних додатків.

Відбувається ремедіація у контексті запозичення методів функціонування одного медіа іншим. Ремедіація не тільки розширює мову медіа, але, що важливо – збільшує його вплив. Також, відбувається об'єднання декількох медіа в один (гіпермедіа) чи формування гібридів – форм у яких на поверхневому, а, також, прихованому рівні поєднуються різні медіальні основи, при тому не тільки цифрові [84, с. 10]. Серед видів гібридів Л. Манович виділяє метод «universal capture» (дослівний переклад з англ. – універсальне захоплення), який розробили Джон Гаета, та інші спеціалісти по спецефектам спеціально для кінотрилогії «Матриця».

Цей метод вбирає в себе найкраще з двох світів: фізичну реальність, оцифровану оптичними камерами і синтезовану тривимірну комп'ютерну графіку [79, с. 11]. Метод «Універсального Захоплення» систематизовано «розбирає» фізичну реальність на частини, а потім збирає її заново у віртуальному комп'ютерному просторі. У випадку захоплення людського зображення ми отримуємо те, що Д. Гаета називає «віртуальною людиною» [79, с. 12]. Це високоточна реконструкція людського образу, доступного тепер у цифровому трьох вимірному форматі, а отже придатна до різних візуальних маніпуляцій. Це вже не просто візуальна копія людини, а її цифрова симуляція з реальними характеристиками та особливостями.

Важливою характеристикою нових медіа є їх змінність. Продукт нових медіа не є чимось фіксованим, але може існувати в різних (потенційно нескінченних) версіях. Якщо послідовність об'єктів, що формувалась у «старих» медіа, зберігалась в якомусь матеріалі, а отже, їх порядок визначався раз і назавжди. То нові медіа, навпаки, характеризуються змінністю – зберігаються в цифровому форматі, а не в певних постійних матеріалах, медіа-елементи зберігають свою самостійність і можуть бути зібрані в численні послідовності [82, с. 13].

Л. Манович вважає, що змінність нових медіа співвідноситься з логікою постіндустріального суспільства, орієнтованого на особистість. У промисловому суспільстві всі отримують один і той самий товар. Трансляція, розповсюдження фільмів, друковані технології дотримуються цієї логіки. У постіндустріальному суспільстві кожен громадянин може побудувати свій власний спосіб життя і «вибрати» свою ідеологію з великої (але не нескінченної) кількості можливих. У цьому принцип функціонування нових медіа виступає як найбільш досконала реалізація утопії ідеального суспільства, яке складається з унікальних індивідів [82, с. 15].

Отже, на основі розглянутої інформації ми можемо побачити, що різниця між екранними медіа реалізується через принципи їх функціонування, головним чином, через їх просторово часові характеристики. Кінематограф, телебачення та відео-арт формують певну культурну практику, у більшому чи меншому плані спільність рецептивного досвіду. Кінематограф та відео-арт це здійснюють на основі просторової спільності, а телебачення на основі часової. Темпоральні характеристики цих медіа визначають різні принципи сприйняття творів. Концептуальний динамічний час кіно включає людину у віртуальний простір екрану (принцип безпосередності), проте робить її пасивним глядачем.

Телебачення формує пасивне сприйняття та через інтерсуб'єктивний часовий характер формує позицію між реальністю та віртуальним світом. Відео-арт через часову розсинхронізацію дає людині розуміння акту посередництва (принцип гіпермедіації) і, тим самим, створює можливість аналітичного використання відеообразів. Відеоігри, комп'ютер та мобільні екранні засоби за просторовими та часовими характеристиками є приватними, тобто базуються на індивідуальному рецептивному сприйнятті. А крім того, вони є інтерактивними, а тому надають людині не тільки позицію глядача, але, також, гравця чи користувача. Технічні характеристики екранних медіа сьогодні доповнюються характеристиками нового цифрового середовища, внаслідок чого здійснюються процеси гібридизації (поєднання

різних медіальних основ), ремедіація (використання одним медіа принципів функціонування іншого) та індивідуалізації екранних продуктів (підстроювання під бажання та потреби кожного користувача).

### **1.3. Філософсько-антропологічний контекст художніх екранних засобів – складових елементів візуальних стратегій екранної культури**

У функціональному плані візуальні стратегії, крім рівня екранних медіа містять у собі також рівень художніх екранних засобів. Останні є тим, що у семіотиці називають кодом – формою, через яку здійснюється передача інформації. У. Еко на основі розгляду проблеми коду у сучасній семіології, визначив код як структуру у вигляді моделі, яка виступає основним правилом для формування ряду конкретних повідомлень і саме завдяки цьому надає їм здатність повідомлятися [70, с. 66]. Екранний код – це рівень художніх екранних засобів. Саме вони реалізують медіальні особливості екранних засобів – вони підсилюють, доповнюють та направляють впливи, які здійснює екран на життя людини.

Екранні художні засоби були тим аспектом, який М. Маклюен не враховував у своїй медіа теорії. Проте, саме через них здійснюється варіація функціонування медіа, що особливо помітно сьогодні у контексті нових медіа. Але для «старих» медіа теж є характерною наявність екранних художніх засобів. Сьогодні ці засоби досі використовуються. Отже, необхідно проаналізувати, як художні засоби «старих» медіа, так і «нових» медіа.

Перші художні екранні засоби були пов'язанні з тим як діє і як може діяти камера. В. Беньямін наголошує, що медіальна природа камери дала можливість кіно відкрити такий погляд на світ, який до цього був немислимий [7, с. 222]. Він порівнює художника й оператора як знахаря й хірурга. Якщо художник працює на основі фізичної дистанції стосовно реальності, то оператор, навпаки, здійснює рух глибоко в середину [7, с. 217].

За допомогою великого плану він розкладає простір, а за допомогою прискореного фільмування – час.

В. Беньямін стверджує, що великий план розкриває абсолютно нові структури організації матерії, а прискорене фільмування показує не тільки відомі мотиви руху, але і відкриває в цих знайомих рухах абсолютно незнайомі, усвідомлено не пізнанні моменти [7, с. 222]. Природа, яка відкривається камері, – інша, ніж та, що відкривається оку, через те, що місце простору, опрацьованого людською свідомістю, займає несвідомо освоєний простір. Камера зі своїми допоміжними засобами, спусками й підйомами, здатністю переривати й ізолювати, розтягувати й стискати дію, збільшувати й зменшувати зображення відкриває нам те, на що ми не звертаємо увагу, або не здатні звернути увагу [7, с. 222]. Ця здатність камери, з точки зору теоретика кіно Зігфріда Кракауера, допомагає їй показувати психологічні настрої колективної душі [31, с. 15]. Це відбувається через «фотографічну» природу кінематографу, яка дозволяє, як документальним, так і художнім фільмам записувати незліченні компоненти реального світу [31, с. 16].

Візуалізація допомагає кіно актуалізувати те, що перестало помічатися і стало якби незнайомим. В цьому особливість саме технічного апарату – камери, а не оператора. Тому Р. Барт, коли аналізує медіальну сутність фотографії, говорить, що ясновидіння фотографа полягає не в тому, щоб «бачити», а в тому, щоб опинитися в потрібному місці [6, с. 76]. Це є справедливим і стосовно кінематографа. Бачить сама камера, бачить те, на що фотограф чи оператор можуть не звернути увагу.

Саме випадкове захоплення дрібної деталі, неважливої на перший погляд, виявляється сутнісним моментом, адже ця деталь складає частину реальності такою, як вона є, і без неї розуміння цієї реальності не відбувається. Саме ці дрібні деталі, схоплені камерою, створюють те, що Р. Барт називає «*punctum*» – візуальним уколом, який націлюється на глядача, емоційно робить йому боляче, вдаряє його [6, с. 45]. *Punctum* є протилежним до *stadium*, іншого візуального аспекту, завдяки якому глядач

бере участь як людина культури [6, с. 44]. Stadium – це стиль візуалізації, розповіді, спосіб організації інформації, характерний для певного часу та культури. Punctum – це те, що «оживляє» цей стиль, це той момент реальності на який фотограф чи оператор не звернув увагу, але камера його захопила і виявилось, що він є сутнісним способом переживання цієї реальності.

З реалістичною здатністю кінематографа як медіа пов'язаний ефект, який В. Беньямін називає втратою аури. Дослідник стверджує, що класичні види мистецтва мають ауру, а у випадку технічно репродукційних образів (фотографія, кінематограф) аура зникає. Аура є моментом реального контакту, а оскільки у кінематографі під час формування твору на місці публіки виявляється апарат, то аура зникає [7, с. 210]. Дослідник Ілля Інішев наголошує, що деформацію та зникнення аури В. Беньямін розглядає як виключно позитивну ознаку – ознаку процесу деідеологізації мистецтва, адже замість «культової цінності» образа важливим стає «експозиційна цінність» [25, с. 192].

Твір мистецтва втрачає міфічний аспект, естетичну якість, пов'язану з матеріальною предметністю, і на перше місце виходить сама суть твору. Втрачається ритуальний аспект, адже твори класичних видів мистецтва базувались на ритуалі – особливій не природній дії [7, с. 200]. І найбільш важливою стає реальність – В. Беньямін вважає, що кіноактор, на противагу театральному актору, досягає найбільшого ефекту тоді, коли якомога менше «грає» [7, с. 210]. Отже, одним з головних екранних художніх засобів є реалізм, який закладений в медіальну основу процесу фільмування.

Важливим аспектом реальності, її передачі камерою та представленні на екрані є час. Візуальне представлення часу розпочалось із кінематографа, технологія фільмування якого, вперше в історії мистецтва надала людині спосіб безпосередньо закарбувати час. Естетика фільмування бере час у нерозривному зв'язку із тривалістю реальної дійсності. Філософ Анрі Бергсон вважав тривалість найбільш адекватним вираженням життя [9, с. 40].

Тривалість він розглядав як існування постійної якісної зміни, або, іншими словами, безлічі взаємопов'язаних рухів, які роблять світ вічно мінливим явищем. Тривалість для нього – це невимовний феномен, оскільки його одночасність укладена у безперервну якісну зміну [9, с. 39].

Згідно з А. Бергсоном, час – це не зовнішня характеристика життя, не байдужа до її змісту форма протікання, а найбільш істотне визначення живої істоти. Життя, рух, творчий розвиток незбагненні за допомогою інтелекту, адже інтелект не в змозі схопити безперервність часу, цілісність тимчасової структури, але інтуїція, яка споріднена до цієї структури може допомогти адекватно сприйняти вічну неподільну стихію [9, с. 185]. Для А. Бергсона критерієм розрізнення реального часу від розумової конструкції виступає внутрішній досвід [8, с. 57].

Важливим моментом є те, що А. Бергсона не відносить кінематографічний досвід до реального відчуття тривалості. Кінознавець Віктор Шкловський пояснює думку А. Бергсона так: «Світ безперервний – світ бачення. Світ переривчастий – світ впізнавання» [67, с. 24]. Кінострічка складається з ряду моментальних знімків, які йдуть один за одним із такою швидкістю, що людське око сприймає їх цілісність – із ряду нерухомих елементів виникає ілюзія руху [67, с. 25]. Кіно не рухається, а як би рухається: чистий рух, рух, як такий, ніколи не буде відтворено кінематографом.

Ж. Дельоз не був згоден із такою оцінкою кінематографічної здатності. Те, до чого А. Бергсон вважав кіно абсолютно нездатним, оскільки брав до уваги лише те, що відбувається всередині апарату (однорідний і абстрактний рух низки образів), для Ж. Дельоза виявилось сильною стороною апарату, його чудовою здатністю: створення образу-руху – руху, відстороненого від тіл і власних причин [19, с. 67]. Ж. Дельоз стверджує, що екранний художній засіб образ-рух виявляє рух окремих тіл, сутність їхньої рухливості [19, с. 67].



Екранний план оперує рухливими зрізами руху, постійно варіює тіла, частини, точки зору, розміри, дистанції, відповідні позиції тіл, які утворюють різні частини образу. Кожен із зазначених елементів доповнюється іншим. Чистий рух сам по собі є варіюванням елементів. Він існує у частинах, але, також, у їх цілісному об'єднанні. У цьому він є і подібним до образу-руху, який розкладає і знов об'єднує рухомі елементи, співвідносячи їх із постійною зміною загального цілого [19, с. 67].

Ціле формується самим монтажем, який дає нам образ часу. Час цей, безсумнівно, є непрямую репрезентацією, бо виникає він із монтажу, який зв'язує один образ-рух з іншим. Проте Ж. Дельоз стверджує, що цей зв'язок не є звичайним підстановкою: ціле так само не є результатом складання, як час не є послідовністю теперішніх моментів [19, с. 330]. Синтезу образів-рухів необхідно спиратися на внутрішні властивості кожного з них. Тому Ж. Дельоз вважає, що кожний образ-рух висловлює зміни цілого, в залежності від об'єктів, між якими виникає рух [19, с. 331]. Образ-рух не відтворює світу, а будує свій, автономний світ, але спирається у цьому на сам принцип руху взятий з реальності.

У кінематографічній системі художніх екранних засобів Ж. Дельоза є образ, який здатен відтворити «чисту» тривалість. Це образ-час, який виник у кінематографі після Другої світової війни (неореалізм, французька нова хвиля, нове американське кіно тощо), і який є здатним показати час у його реальній тривалості [19, с. 338]. Ж. Дельоз наголошує, що в образ-часі вже не час підпорядкований руху, а рух підпорядковується часу [19, с. 606].

Кінематограф, у якому основним художнім екранним засобом став образ-час, показав зміну сенсомоторної схеми світосприйняття. Збільшилась кількість ситуацій, на які складно реагувати, адже всі середовища формують лише ризикові відносини. І тому, на протиположні вимогам образу-руху, ситуації вже не формуються у дії чи реакції. Виникають чисто оптичні чи звукові ситуації, і кінематографічний персонаж, як і людина у той період часу, не знає, як реагувати. Тому, з точки зору Ж. Дельоза, вона перестає переживати

і діяти, звертається до втечі, починає безцільні прогулянки, маятникові рухи, із байдужим ставленням до того, що відбувається, і нерішучості щодо того, що слід зробити [19, с. 607].

Але те, що персонаж (людина) втратив у сфері дії чи реакції, він компенсував здатністю бачити. Ситуація вже не переходить у дію за посередництвом емоцій. Ж. Дельоз стверджує, що це вже не сенсомоторна, а суто оптична та звукова ситуація, де ясновидець замінив діяча [19, с. 607]. У художньому плані замість класичного аналітичного монтажу (образу-руху), який використовував лише найважливіші візуальні елементи історії, головними стають довгі плани, що фіксують поступові зміни реальності.

Суть художнього екранного засобу образу-часу можна пояснити на основі теорії монтажу режисера Андрія Тарковського. Його концепт монтажу базувався на внутрішньому ритмі зображень. Внутрішній ритм проявлявся через потік часу, його сприйняття в реальності і передачі цього сприйняття в кадрах. Як будь-яка динамічна маса, потік часу здатний висловити себе через імпульс, який визначається так званим «тиском часу» [див. 85]. Саме цей тиск і диктував А. Тарковському спосіб «нарізки» кадрів.

Функція редагування у теорії А. Тарковського мала організувати образи, вже закарбовані в часі, у структурну хвилю, притаманну самому фільму, тобто в хвилю, яка визначається тиском часу. Поняття А. Тарковського «тиск часу» схоже із «метеорологічним фронтом», який поширюється від кадру до кадру й проходить через весь фільм, або аналогічно серцево-судинному пульсу, який робить життєздатними всі кадри фільму, насичує їх необхідним для існування «киснем» і створює повну сенсу форму фільму [див. 85].

Дослідник Донато Татаро стверджує, що кінематографічна фізика – це використання природи у кіно шляхом оцінки та вимірювання ступеня часу аудіовізуальних явищ природи (вода, вогонь, дощ, бруд, сніг, вітер тощо). Всі вони стають носіями тимчасових образів, в яких потік часу сприймається безпосередньо через поштовх часу чи тиск часу [96, с. 23]. Час диктує свою

специфічну стратегію підбору епізодів, оскільки він відбивається в них. Кадри, які не можуть бути відредаговані чи не можуть бути з'єднані разом, мають такі темпоральні параметрами, які органічно не дозволяють з'єднати один кадр з іншим. Можна сказати, що час матеріалізується тоді, коли є почуття чогось значного й правдивого. Тиск часу робить яскравим те, що існує в самих кадрах і природно для них через проявлення у різних ритмічних формах при прямому сприйнятті часу [див. 85].

Використання образу-часу реалізувалось і у відео-арті, на початку його розвитку. Прикладом цьому можуть слугувати відеороботи Енді Уорхола: «Їжа» (1963 р.), «Сон» (1963 р.) «Емпайр» (1964 р.). У всіх них присутній статичний відеопогляд: в «Їжі» 45-хвилинний на людину, яка їсть гриби; у «Сні» 6-годинний на сплячу людину; в «Емпайр» 8-годинний на «Емпайр Стейт Білдінг». Е. Уорхол здійснював механічні записи реальності, яка знаходиться перед відеокамерою. Він підкреслював досвід часу – образу-часу, при цьому не застосовував ілюзію монтажних трюків – образу-руху. Застосування різними медіа екранної динаміки чи тривалості, як образу-руху чи образу-часу було одним із факторів, які привели до того, що сьогодні поняття часу й швидкості стають чинниками, більш значущими, ніж простір та місце у сприйнятті реальності сучасною людиною.

Дослідник Бенджамін Коуп стверджує, що сьогодні рух інкорпорований у всі візуальні засоби інформації [30, с. 39]. Тому Л. Манович використовує саме термін «процес», коли говорить про досвід використання програмного забезпечення комп'ютера та мобільних засобів у режимі реального часу [39, с. 193]. Він стверджує, що у всіх випадках взаємодії з екраном ми взаємодіємо не зі заздалегідь визначеними статичними документами, а з динамічними продуктами обчислювального процесу, у режимі реального часу, що відбувається в наших пристроях чи на сервері [39, с. 193]. Крім того, якщо говорити про Інтернет-мережу, то там взаємодія інформації здійснюється через гіпертекст, який фактично являє

собою потік інформації, який вільно вміщає в себе письмову й усну мови, графічні зображення, анімаційне моделювання та багато іншого.

Гіпертекст – це особлива форма організації й представлення текстового матеріалу, який освоюється з урахуванням безлічі взаємозв'язків між його елементами й характеризується нелінійністю, дисперсністю, інтерактивністю, нескінченністю, різноманітністю [58, с. 72]. Гіпертекст є формою ризоматичного мислення, акцент на якому у культурі набув особливого значення з другої половини ХХ століття. Ризоматичне мислення базується на принципі кореневої системи, у якій не можна виділити ні початку, ні кінця, ні центру («генетичної осі»), ні єдиного коду – кожна точка кореневища може бути з'єднана з будь-якої іншою [20, с. 12].

Дослідники Андрій Горних та Альміра Усманова стверджують, що естетика гіпертексту показує нову пост-нарративну активність споживача інформації [15, с. 12]. Для нього цінність відкритої сторінки полягає не в тому, щоб прочитати, переглянути її до кінця. А у тому, щоб зачепитися за яке-небудь гіпертекстове посилання, заглянути у нове «вікно» та внаслідок інерції, підключитись до чогось «нового». Жодна розкрита новина чи картинка вже не представляють інтересу самі по собі, але тільки як відсилання до чогось «іншого». А. Горних та А. Усманова вважають, що на цьому заснована естетика «передпроглядання» (thumbnails – у перекладі з англ. ескізи) [15, с. 12]. У даній ситуації працює не монтажний стик, як у кіно чи телебаченні, який зберігає синтагматичну структуру між кадрами, а через наслоювання одного кадру на інший – відкриття все нових вікон (кадрів) у «тому ж самому» просторі [15, с. 11].

Візуальний аспект набирає особливого значення при роботі із гіпертекстом. Адже, контакт з будь-яким візуальним зображенням відбувається швидше, ніж контакт із вербальною інформацією, оскільки сприйняття ілюстрації та її фіксація в пам'яті займає менше часу, ніж сприйняття літературного слова. Коли мова йде про створення екранного тексту, то стає зрозуміло, що нелінійний (ризоматичний) характер інформації

вимагає певної структури, яка дозволила б передати цю інформацію найкраще. Цю структуру сьогодні в мережі Інтернет та мобільних додатках виконує дизайн форм. Щоб відрізнити ці види форм від матеріальних, Л. Манович називає їх екранними формами [80, с. 4].

В інформаційному суспільстві конструкція екранних форм стає нерозривно пов'язаною з поняттям інтерфейсу. Інтерфейси, які включають набір візуальних елементів, такі як папки, іконки й меню, стають новими художніми екранними засобами. Особлива важливість інтерфейсу сьогодні проявляється у тому, що він є визначальним. Так Л. Манович наголошує, що сьогодні «форма слідує інтерфейсу» [80, с. 3]. Це пов'язано із тим, що інтерфейс є вираженням інформації і саме вона сьогодні значним чином визначає форму і не лише екрану, а й фізичну. Л. Манович звертає увагу, що завдяки інтерфейсам сьогодні користувачі не просто отримують повідомлення і користуються ним, але й активно управляють – визначають, яку інформацію і як отримувати [39, с. 195]. Інтерфейс виявляється посередником між технічним, духовним і тактильним відчуттям світу для сучасної людини. Положення людини у сучасному техногенному світі вибудовується особливим чином, відносини «віч-на-віч» замінюються маніпуляціями з інтерфейсом. Інтерфейс покладається як «дружній» або «недружній», але в будь-якому випадку такий, що встановлює ключові комунікативні зв'язки у будь-якій життєвій ситуації.

Сучасні технології вплинули й на принципи монтажу – компоювання візуальних послідовностей. Завдяки особливостям цифрових медіа, екранні медіа отримали можливості конструювати ілюзорну реальність як у поступально-тимчасовому розвитку, так і в рамках єдиної складеної композиції. Цей художній екранний процес називається композитингом (від англ. compositing – компоювання). Він являє собою комбінування зображень різного походження разом, органічно з'єднаних воєдино [83, с. 143].

Саме ця технологія дозволяє створювати «незвичні» об'єкти у кіно та гармонійно поєднувати їх із реальним пейзажем [83, с. 135]. Цифровий

композитинг передбачає безперервність і рівність між його елементами. Науковець Стівен Шавіро стверджує, що якщо класичний монтаж спрямований на створення дисонансу (візуального, стилістичного, семантичного чи емоційного) між різними елементами, то композитинг прагне змішати їх в безшовне ціле [95, с. 79]. Тому, якщо класичний кінематограф є аналоговим та індексальним, то цифрове відео є процесуальним та комбінаторним [95, с. 18]. Тобто, поєднання кадрів у цифровому відео не стільки залежить від реальних зав'язків між кадрами та подіями, скільки формується у процесі самого монтажу, спроб різних комбінацій. Отже технологічні принципи цифрового монтажу є не відображенням реальності, а її конструюванням – симуляцією.

У філософському дискурсі поняття «симуляції» заведено вживати для позначення феномену зміщення статусу головної реальності з буття на знакову сферу. Симулякр є копією, яка втрачає зв'язок з оригіналом. Симулякр хоч і виник разом із першими технологіями фотографічного відтворення дійсності, більш пов'язаний із сучасним екраном. Все ж таки, кінематографічне зображення спочатку було ілюзією, ніж симулякром. Симулякр, як би не був він схожий на реальність, не претендує на те, щоб видавати себе за неї. Він не претендує навіть на те, щоб вислизнути за її межі. Французький дослідник Терез Жиро стверджує, що симулякр – це чистий артефакт [22, с. 333]. Він обман, який цього й не приховує, в той час як ілюзія завжди припускає існування істинної реальності, прихованої під поверхнею оманливої видимості реальності [22, с. 333].

У науковий обіг поняття «симулякр» вів філософ Жан Бодрійяр. Він застосував це поняття для того, щоб пояснити, що у сучасному суспільстві поза екранним простором ні товари, ні соціальні явища не існують у смислового аспекті. Ж. Бодрійяр вважає, що сукупність симулякрів створює надлишкову реальність, яка наповнена більшою інтенсивністю, ніж реальність поза екраном [12, с. 121]. Дослідник стверджує, що симуляція є творінням реального за допомогою моделей, що не мають зв'язку із

реальністю, і як результат, нереальність поглинає реальність справжню [10, с. 164]. Одну із головних ролей у формуванні цієї нереальності, на думку Ж. Бодрійяра, відіграє телебачення, яке нас інформує, але також відчужує та маніпулює [11, с. 48].

Телебачення є підсилювачем нашої здатності бачення, а це означає, з точки зору дослідника Жан-Жака Вуненбургера, що телевізійне зображення дозволяє спостерігати, при цьому перебувати у безпеці, стежити без найменших ризиків за ходом війни й бачити все навіть краще, ніж якби ми самі там були [14, с. 598]. Це означає, що це зовсім інший спосіб бачення ніж у реальності, а разом із тим й інший спосіб сприйняття побаченого та реакції на нього. Телевізійне зображення долає простір і час, а також страхи, страждання і скорботи, властиві реальному життю й неминучі для нас, якби ми самі опинились у самому «серці» подій.

Через екранну симуляцію, занурення у віртуальний світ людина все менше стає здатною проводити чітку грань між «реальним» і «віртуальним». І у цьому контексті важливого значення набувають екранні художні засоби, пов'язані із зображенням образів насилля та жорстокості. Насильству завжди був притаманний високий ступінь технологічності, але у наш час медіатизація й видовищність виявляються його першорядними характеристиками. Досвід візуальної культури ХХ ст. (від авангардистського мистецтва до телевізійного репортажу) радикально відрізняється від досвіду попередніх епох. Так А. Усманова стверджує, що сцену публічної страти у ХVІІ ст. не можна порівняти з телевізійним видовищем терористичного акту на початку ХХІ ст. – за своїми цілями, масштабами, впливом і розмірами «аудиторії» [60, с. 5].

Феномен візуального насильства, насправді, є складнішим, ніж показ крові й сцен вбивства чи зґвалтування. Візуальне насильство у сфері екранних медіа є технологією. Воно охоплює й сукупність технік примусу (до споглядання) і придушення (погляду), які використовуються у будь-якому виді мистецтва, але найбільш характерні для «кінематографічного

апарату» (термін Ж.-Л. Бодрі). А. Усманова стверджує, що цей тип насильства надзвичайно ефективний у впливі на глядача – ефективність його обумовлена несвідомим характером такого впливу [60, с. 15]. Вплив на глядача планується автором твору, але є до кінця непередбачуваним. Дослідник Александр Сарна акцентує, що у цьому випадку засобом стає сама технологія, що включає в себе форму побудови та організації простору фільму, де засобами насильницьких дій можна вважати стиль, композицію, темп, ритм тощо [54, с. 148].

Особливу специфіку візуальне насильство приймає у сфері відеоігр. Відеогра надає можливість переступати кордони смерті як незворотності, гравець отримує нові відчуття від суб'єктивно пережитих травм і смерті, проте відроджується знову на наступному рівні гри. Вдосконалені ігри пропонують ряд додаткових виборів: гравець може побачити вбитого ворога з різних ракурсів, подивитися йому в очі перед вбивством, обійти навколо мертвого тіла. Відеоігри стають легальним способом різних методів вбивства та отримання задоволення від процесу знищення.

Внаслідок того, що екранне насильство створюється не через тілесні відчуття, а через візуальне сприйняття, головною проблемою стає проблема відчуття болю іншого. Фізичний біль не передається від однієї людини до іншої. Дослідник Петро Дениско стверджує, що процес конструювання насильства формується за рахунок механізму ідентифікації із суб'єктом, який виступає пасивним об'єктом для насильницьких дій (жертвою) [21, с. 99]. Тому, процес ідентифікації з активним суб'єктом, агресором насильницьких дій не призводить до тематизації феномену насильства, його конструктивного розуміння. Лише ідентифікація з жертвою формує можливість зрозуміти певну ступінь реальності візуального факту насильства. Через це сприйняття певних дій як насильницьких тісно пов'язано з цими ідентифікаціями і разом із тими екранними художніми засобами, які здатні дати ці ідентифікації.



Дослідник Євген Плюснин виділяє декілька різновидів візуального насилля: романтичне, карнавалізоване, абсурдиське та іглітизоване [50, с. 109]. Романтичне насильство – це приємне для сприйняття видовище, яке не доставляє дискомфорту. Від такого насильства індивід може отримати візуальне задоволення. Карнавалізоване насильство – це спосіб естетизації, який викликає легку напруженість, але разом з тим і відчуття свята. Цей спосіб естетизації підміняє біль видовищністю, пропагує індиферентність до страждань і смерті. Абсурдиське насильство – абсолютно цинічний неправдоподібний спосіб естетизації екранного насильства, який доходить до рівня вульгарності. Аглітизоване насильство – це навмисно натуралізований спосіб естетизації, що представляє насильство в його найбільш огидних формах. Це насильство служить шоковою терапією від забуття жаху і больових відчуттів.

Таким чином, естетика візуалізації насильства є спекулятивною, вона апелює, в першу чергу, до емоцій, а не до розуму, може створювати різні приховані догматичні настанови. Візуальне насильство може слугувати засобом «зсування» реальної якості смерті. Але воно може використовуватись і для формування важливих суспільних питань. У такому разі естетика візуального насильства стає однією з форм вираження протесту, бунту проти певної ідеї, суспільства, культури, цивілізації.

Отже, на основі розглянутої інформації ми можемо виділити ключові художні екранні засоби: образ-рух, образ-час, екранні форми, композитинг, *punctum*, *stadium* та види візуального насилля (романтичне, карнавалізоване, абсурдиське та іглітизоване). Важливим моментом є те, що вони доповнюються до різних принципів взаємодії людини та екранних медіа, тобто формують візуальні стратегії екранної культури й, у такий спосіб, здійснюють чи відображають культурні зміни та процеси. Наприклад, зміна образу-руху на образ-час фактично проявила дестабілізацію правил сприйняття і розуміння світу у культурі ХХ ст.

Адже, метафізична філософія, яка розпочалась з античності й характеризувала світ як щось тотожне собі й незмінне, змінилась на радикальну переоцінку цінностей: позачасове й незмінне стало розглядатися як щось несправжнє та нереальне, як статичне і відстале, мертве, а не живе. Лише спосіб, що осягає зсередини потік змін, став здатним відкривати нам сутність життя. Тимчасовість, тривалість, становлення, процес, зміна – ось ключові визначення реальності у постметафізичній філософії та ключові елементи образу-часу.

Так само, важливим стає світ повсякденності – на перший погляд незначні, проте сутнісно визначальні деталі реальності, які у візуальних стратегіях відкриваються через *punctum*. Ідея про єдину структуру у філософії у другій половині ХХ століття замінюється на модель без чіткого початку і кінця. Лінійне мислення та сприйняття замінюється на ризоматичне, важливу роль у якому відіграє асоціативне візуальне сприйняття, те саме, що є основою сприйняття інформації за допомогою екранних форм. А тотальна екранна медіатизація формує симулякри і, як результат, гіпперреальність – віртуальний світ образів, відокремлений від фізичної реальності, який зокрема змінює технологію та характер сприйняття насилля.

### **Висновки до першого розділу**

Аналіз теоретико-методологічних витоків дослідження візуальних стратегій екранної культури приводить нас до наступних тверджень.

Філософсько-антропологічне дослідження екранної культури необхідно здійснювати на основі міждисциплінарного підходу, який включає напрацювання Франкфуртської школи, Cultural Studies, Media Studies та Visual Studies. Саме такий підхід надає можливість проаналізувати різні аспекти екранної культури (процес масового впливу, соціальні моменти екранного досвіду, медіальні особливості екранних медіа). Ці аспекти у собі

об'єднують візуальні стратегії екранної культури. Вони є конфігураціями технічних засобів та ідейних принципів, що співвідносяться з культурними особливостями певного історичного періоду (світосприйняттям людини, ціннісною сферою та стандартизованими моделями поведінки). Тому дослідження візуальних стратегій екранної культури є дослідженням людини певного культурного періоду.

Функціонально візуальні стратегії складаються з принципів взаємодії людини та екрану, які формують екранні медіа (кінематограф, телебачення, відео-арт, відеоігри, комп'ютер, мобільні екранні засоби) й художніх екранних засобів, які підсилюють, доповнюють та направляють впливи, які здійснює екран на життя людини. Принципи взаємодії людини та екрану реалізуються через просторово-часові характеристики медіа, функціональні можливості участі людини у процесі взаємодії та відчуття акту медіа посередництва (принцип безпосередності та гіпермедіації). Кінематограф та телебачення формують спільний пасивний рецептивний досвід. Відео-арт формує певну спільність (культурну практику), проте дає людині більше активну позицію у сприйнятті екранних творів. Відеоігри, комп'ютер та мобільні екранні формують індивідуальне рецептивне сприйняття, а також активну позицію гравця чи глядача.

Основними художніми екранними засобами є образ-рух, образ-час, екранні форми, композитинг, *punctum*, *stadium* та види візуального насилля (романтичне, карнавалізоване, абсурдиське та іглітизоване). Вони доповнюють принципи функціонування екранних медіа і, як результат, здійснюють чи відображають культурні зміни та процеси. Образ-час співвідноситься з постметафізичною філософією, принцип функціонування екранних форм з ризоматичним мисленням та сприйняттям, *punctum* з життєвою актуальністю світу повсякденності, а композитинг та візуальне насилля з формуванням гіпперреальності – віртуального світу образів, відокремленого від фізичної реальності.

### Список використаних джерел до першого розділу

1. Аристотель. Метафизика. Сочинения в 4 т. Москва, 1976. Т. 1. С. 550.
2. Арнхейм Р. В Защиту Визуального Мышления. *Kinovoid*. 2016. URL: <http://www.kinovoid.com/2016/02/rudolf-arnheim-v-zashitu-vizualnogo-mishleniya.html> (дата звернення: 15.06.2017).
3. Аронсон О. Кинематографический образ: переизобретение чуда. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей / ред. К. Э. Разлогов*. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 146–166.
4. Базен А. Что такое кино? Москва : Искусство, 1972. 382 с.
5. Барт Р. Смерть автора. *Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика*. Москва : Прогресс, 1989. С. 384-392.
6. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2011. 272 с.
7. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. *Беньямин В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения*. Сб. статей. Москва : РГГУ, 2012. С. 190-235.
8. Бергсон А. Длительность и одновременность (По поводу теории Эйнштейна) / Санкт-Петербург : Academia, 1923. 154 с.
9. Бергсон А. Творческая эволюция. Москва : ТЕРРА-Книжный клуб; КАНОН-пресс-Ц, 2001, 384 с.
10. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва, 2006. 269 с.
11. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция. Москва : Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.
12. Бодрийяр Ж. Соблазн. Москва : Ад Маргинем, 2000. 317 с.
13. Виноградов В. В. Первая модель репрезентации пространства в кинематографе, или: окружающее глазами братьев Люмьер. Вестник МГОУ. 2009. № 4. С. 66-70.

14. Вуненбургер Ж.-Ж. Кино встречает новые медиа. *Экранная культура : теоретические проблемы* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2012. С. 597–605.
15. Горных А., Усманова А. Эстетика Интернета и визуальное потребление : к вопросу о сущности и специфике Рунета. *Belintellectuals*. URL: [http://belintellectuals.eu/media/library/Cont\\_Shift\\_Gornnykh\\_rus.pdf](http://belintellectuals.eu/media/library/Cont_Shift_Gornnykh_rus.pdf). С. 3-22 (дата звернения: 27.09.2016).
16. Горючева Т. Антология российского видеоарта. Границы определения. *MediaArtLab*. 2002. URL: <http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=64> (дата звернения: 16.08.2016).
17. Гройс Б. Комментарии к искусству. Москва : Художественный журнал, 2003. С. 342
18. Гэллоувэй А. Социальный реализм в компьютерных играх. 2004. URL: [http://samlib.ru/g/gutman\\_i\\_e/socrealizm.shtml](http://samlib.ru/g/gutman_i_e/socrealizm.shtml) (дата звернения: 20.10.2016).
19. Делез Ж. Кино. Москва : Ад Маргинем, 2004. 622 с.
20. Делёз, Ж. Тысяча плато. Капитализм и шизофрения. Екатеринбург : У-Фактория ; Москва : Астрель, 2010. 895 с.
21. Дениско П. Конструирование насилия : важность визуального компонента. *Визуальное (как) насилие. Сборник научных трудов* / ред. А. Р. Усманова. Вильнюс : ЕГУ, 2007. С. 90–110.
22. Жиро Т. Кино и технология. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 319–343.
23. Зобов Р. А., Мостепаненко А. М. О типологии пространственно-временных отношений в сфере искусства. *Ритм, пространство и время в литературе и искусстве* / ред. Б. Ф. Егоров. Ленинград : Издательство «Наука», 1974. С. 11-26.
24. Зонтаг С. Мысль как страсть. Москва : Русское феноменологическое общество. 1997. 208 с.

- 25.Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества. *Логос*. 2012. №1. С. 184–211.
- 26.Иоскевич Я. Видеоарт: между телевидением и искусством. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / Отв. ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 443-477.
- 27.Иоскевич Я. Интернет как новая среда художественной культуры. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин, 2011. С. 239-274.
- 28.Кебуладзе В. Межі, границі, кордони. *Тиждень.ua*. 2017. URL: <http://tyzhden.ua/Columns/50/204743> (дата звернення: 20.02.2018).
- 29.Колодко А. Функції екранної культури та вплив на суспільну свідомість інформаційної продукції на українському телебаченні в період незалежності. *Народознавчі зошити*. 2016. №2. С. 466–472.
- 30.Коуп Б. Визуальное и насилие: движущиеся картинки. *Визуальное (как) насилие. Сборник научных трудов* / ред. Усманова А.Р. Вильнюс : ЕГУ, 2007. С. 38–64
- 31.Кракауэр З. От Калигари до Гитлера. Психологическая история немецкого кино. Москва : Искусство, 1977. 320 с.
- 32.Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. Москва : Искусство, 1974. 386 с.
- 33.Лотман Ю. М. Семиосфера. С.-Петербург : Искусство - Санкт-Петербург, 2000. 704 с.
- 34.Лютий Т., Ярош О. Ідеологія: матриця ілюзій, дискурсів і влади. Київ : НАУКМА, 2016. 200 с.
- 35.Лютий Т. Критика ідеології : соціокультурний вимір (М. Штірнер, К. Маркс, Ф. Ніцше, З. Фройд). *Наукові записки НАУКМА*. 2016. Т. 180. С. 36-44.
- 36.Лютий Т. Модифікації ідентичності в українській масовій культурі (випадок впливу мас-медій) / *Tertium non datur : проблема культурної ідентичності в літературно-філософському дискурсі XIX-XXI ст.* :

- колективна монографія. / упоряд. В. П. Моренець. Київ, 2014. С. 395-419.
- 37.Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва : Канон-пресс, Кучково поле, 2003. 464 с.
- 38.Манович Л. Археология компьютерного экрана. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / Отв. ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин, 2011. С. 54–76.
- 39.Манович Л. Как следовать за пользователями программ? *Логос*. 2015. №2. С. 189–218.
- 40.Маркузе Г. М. Критическая теория общества : Избранные работы по философии социальной критике. Москва : АСТ: Астрель, 2011. 382 с.
- 41.Маркузе Г. Одномерный человек. Москва : «REFL-book». 1994. 368 с.
- 42.Михайлов И. А. Макс Хоркхаймер. Становление Франкфуртской школы социальных исследований. Часть 2 : 1940–1973 гг. Москва : ИФ РАН, 2010. 294 с.
- 43.Михалкович В. Время телевидения. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 166-192.
- 44.Михалкович В. Кино и телевидение, или О несходстве сходного. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 343-408.
- 45.Михалкович В. И. О сущности телевидения. Москва : ИПК работников ТВ и РВ, 1998. 49 с.
- 46.Негодаев И.А. Информатизация культуры: монография. Ростов-на-Дону : ЗАО «Книга», 2003. 320 с.
- 47.Огурчиков П. К. Экранная культура как новая мифология. *КиберЛенинка*. 2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekrannaya-kultura-kak-novaya-mifologiya> (дата звернення: 01.12.2015).
- 48.Платон. Сочинения в четырех томах. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербур. ун-та; Изд-во Олега Абышко, 2007. Т. 3. Ч. 1. 752 с

49. Павлова О. Ю. Візуальна культура як поле ліквідності Модерну. *Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство*. 2015. Вип. II (5). С. 15-19.
50. Плюснин Е. В. Модусы эстетизации экранного насилия. *Грані*. 2016. № 3 (131). С. 106-111.
51. Покулита І. К. Зорові метафори культури у візуально-смісловому сегменті медіакомунікації. *Вісник НТУУ "КПІ". Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2015. Вип. 2. С. 74-80.
52. Райан М.-Л. По ту сторону метафоры и мифа : повествование в цифровых медиа. *GameStudies.ru*. URL: <http://gamestudies.ru/post/108> (дата звернення: 28.04.2016).
53. Саенкова Л. П. Особенности новых зрелищных форм экранной культуры. *Актуальные проблемы мировой художественной культуры : материалы Междунар. науч. конф., посвящ. памяти проф. У.Д. Розенфельда (Гродно, 25-26 марта 2010 г.)*. Гродно : ГрГУ, 2011. С. 144–150.
54. Сарна А. Глаз и война. Технологии насилия в современном американском кинематографе. *Визуальное (как) насилие. Сборник научных трудов / ред. Усманова А. Р. Вильнюс : ЕГУ, 2007. С. 141–169.*
55. Смирнов И. П. Видеоряд. Историческая семантика кино. Санкт-Петербург : Петрополис, 2009. 404 с.
56. Станіславська К. І. Про стан та перспективи розвитку освіти у сучасному медіапросторі в умовах екранної культури. *Освіта дорослих : теорія, досвід, перспективи*. 2013. №7. С. 330–338.
57. Тарковский А. Запечатленное время. *Новые аудиовизуальные технологии : Сборник статей / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2011. С. 117–146.*
58. Тренева М. Г. Философское обоснование гипертекста. *Magister Dixit*. 2011. №3. С. 71–75.



59. Уайт Л. Избранное. Наука о культуре. Москва : Российская политическая энциклопедия, 2004. 960 с.
60. Усманова А. Насилие как культурная метафора : вместо введения. *Визуальное (как) насилие. Сборник научных трудов* / ред. Усманова А. Р. Вильнюс : ЕГУ, 2007. С. 5–38.
61. Фрай Н. Анатомия критики. Зарубежная эстетика и теория литературы. Москва, 1987. С. 244–245.
62. Франсуа Трюффо : Мастера зарубежного киноискусства / сост.: И. Беленький. Москва, 1985. 312 с.
63. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. Москва: Ад Маргинем, 1999. 480 с.
64. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Москва : Медиум, Ювента, 1997. 310 с.
65. Хухтамо Э. Элементы экранологии : к проблеме археологии медиа. *Экранная культура : теоретические проблемы* / ред. К. Э. Разлогов. Санкт-Петербург. : Дмитрий Буланин, 2012. С. 116–177.
66. Чміль Г. Філософсько-антропологічні інтерпретації відносин людина-екран. *Мистецтвознавство України*. 2012. Вип. 12. С. 139-145.
67. Шкловский В. Б. Литература и кинематограф. Берлини : Русское университетское издательство, 1923. 59 с.
68. Щур Е. «У зрения есть своя история» : Хэл Фостер о том, что такое визуальность. *Теории и практики*. 2015. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/10309-hal-foster-visibility> (дата звернення: 21.07.2017).
69. Эко У. От Интернета к Гутенбергу : текст и гипертекст. *Библиотека Гумер*. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Eko/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php) (дата звернення: 20.02.2018).
70. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Москва : Петрополис, 1998. 432 с.

71. Ямпольский М. Б. Пространственная история : Три текста об истории. Санкт-Петербург : Мастерская СЕАНС, 2013. 344 с.
72. Baudry J.-L. Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus. *Film Quarterly*. 1974-1975. Vol. 28. №2. P. 39-47.
73. Bolter D., Grusin R. Remediation : Understanding New Media. Cambridge : MIT Press, 2000. 312 с.
74. Böhm G. Wiederkehr der Bilder. *Was ist ein Bild* / Gottfried Boehm (Hrsg.). München: Wilhelm Fink Verlag, 1994. S. 11-39.
75. Fiske J. Understanding Popular Culture. London : Unwin Hyman. 1989. 206 p.
76. Green M. The Centre for Contemporary Cultural Studies. *What Is Cultural Studies : A Reader* / Ed. John Storey. London : Edward Arnold. 1996. P. 49-61.
77. Hall S., Whannel P. The popular arts. New York : Pantheon Books, 1965. 480 p.
78. Jay M. That visual turn. *Journal of Visual Culture*. 2002. №1. С. 87–92.
79. Manovich L. Image Future. 2006. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/048-image-future/45\\_article\\_2006.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/048-image-future/45_article_2006.pdf) (дата звернення: 31.08.2015).
80. Manovich L. Introduction to Info-Aesthetics. 2008. URL: <http://manovich.net/content/04-projects/060-introduction-to-info-aesthetics/57-article-2008.pdf> (дата звернення: 31.08.2015).
81. Manovich L. Media After Software. 2012. URL: <http://manovich.net/content/04-projects/076-article-2012/73-article-2012.pdf> (дата звернення: 31.08.2015).
82. Manovich L. New Media: a User's Guide. 1999. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/026-new-media-a-user-s-guide/23\\_article\\_1999.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/026-new-media-a-user-s-guide/23_article_1999.pdf) (дата звернення: 02.09.2015).
83. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge : MIT Press, 2001. 307 p.

84. Manovich L. Understanding Hybrid Media. 2007. 23 p. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52\\_article\\_2007.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52_article_2007.pdf) (дата звернення: 20.02.2018).
85. Menard D. A Deleuzian Analysis of Tarkovsky's Theory of Time-Pressure, Part 1. *Offscreen*. 2003. URL: <http://offscreen.com/view/tarkovsky1> (дата звернення: 21.09.2015).
86. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. London : Routledge. 1999. 292 p.
87. Mitchell T. Iconology : Image, text, ideology. Chicago: University of Chicago Press, 1986. 236 p.
88. Mitchell W. J. T. Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: The University of Chicago Press, 1994. 462 p.
89. Moxey K. Visual Studies and the Iconic Turn. *Journal of Visual Culture*. Los Angeles; London; New Delhi; Singapore : Sage, 2008. Vol. 7 (2). P. 141.
90. Neale S. Art Cinema as Institution, *Screen*. 1981. 22 (1), pp. 11-39.
91. Newman M. Z. Indie : an American film culture. New York : Columbia University Press, 2011. 304 p.
92. Paul W. Common Culture. Buckingham : Open University Press. 1990. 176 p.
93. Representation: Cultural Representations and Signifying Practice / ed. by Stuart Hall. SAGE Publications Ltd, 1997. 408 p.
94. Rose G. Visual Methodologies : An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. London : SAGE, 2007. 287 c.
95. Shaviro S. Post Cinematic Affect. London : Zero, 2010. 191 c.
96. Totaro D. Time and the Film Aesthetics of Andrei Tarkovsky. *Canadian Journal of Film Studies*. 1992. №1. P. 21-30.
97. Wilinsky B. Sure Seaters : The Emergence of Art House Cinema. Minneapolis : U of Minnesota Press, 2001. 288 p.

## РОЗДІЛ 2. МАСОВА СВІДОМІСТЬ У РАКУРСІ МАНІПУЛЯТИВНО-АДАПТАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ І РЕФЛЕКСИВНА СВІДОМІСТЬ АРТ-КУЛЬТУРИ

### 2.1. Екранний реалізм: між ілюзією та культурною критикою

Екранна культура у момент свого виникнення відразу поставила питання реалізму на перше місце. Перші екранні твори (фільми братів Люм'єр) вразили глядачів тим, що були сприйняті ними як реальна подія. Жоден інший твір мистецтва не починав із реалізму як головної естетичної якості, навіть фотографія, адже перший фотознімок мав доволі абстрактне зображення і тільки через деякий час досяг реалістичної точності.

Перший реалізмом в історії мистецтва був міметичний реалізм, що базувався на основі подоби до реальних фізичних об'єктів. Антична грецька скульптура, живопис у добу Відродження зображали фізичну дійсність, проте належали до реалізму тільки естетично, адже створювали ідеалізоване зображення. Для античних греків був важливим принцип «калокагатії» – поєднання фізичної та духовної краси, а мистецтво доби Відродження, не дивлячись на розвиток світської культури, все одно базувалося на релігійних мотивах.

Першим естетичним та ідейним реалізмом були скульптурні римські портрети епохи Античності, які брали свій початок в етруських поховальних масках, які, у свою чергу, являли собою зліпки обличь померлих людей. Перші твори екранної культури були зліпком, але не окремої людини, а реальності взагалі. Фотографічне зображення перших кінематографічних фільмів захоплювало реальність такою, як вона була, що відбувалось завдяки камері – нащадком камери-обскури, засобом побудованим відповідно до наукового розуміння оптики. Проте, технологічні принципи практики перегляду фільмів, співвідносяться з іншою, протилежною за своєю сутністю, моделлю – печерою Платона, реальність у якій замінюється на тіні,

які проектуються на стіни. Т. Мітчел акцентує, що ці тіні є вже не реальністю, а фетишами об'єктів [78, с. 162].

Фетиш протилежно до камери-обскури, є антитезою наукового образу, що втілює ірраціональність як в її грубості репрезентативних засобів, так і в її використанні у магічних ритуалах [78, с. 162]. І ця практика у сфері екранної культури отримала значне поширення, починаючи з діяльності режисера Жоржа Мельєса. Він винайшов спосіб монтажу, який дозволяв йому створювати візуальні трюки – магічні дії. Він зупиняв роботу камери у певний момент і вносив зміни у кадр, які не могли статись у реальності, а потім продовжував фільмування.

Ж. Мельєс розробив і кінематографічні жанри, зокрема жанр фантастики. Сьогодні цей жанр є одним із найбільш популярних. Більшість сьогоденних найкасовіших фільмів («Аватар» (2009 р.), «Гаррі Поттер та Дари Смерті: Частина II» (2011 р.), «Месники» (2012 р.), «Трансформери: Епоха винищення» (2014 р.), «Залізна людина 3» (2013 р.), «Пірати Карибського моря: На дивних берегах» (2011 р.) і т.д.) є картинами про супергероїв, про нереальні фантастичні світи [див. 56].

Новий вид монтажу Ж. Мельєса – композитинг – дозволяє сьогодні робити візуальні трюки більш прихованими і більш реалістичними. Будь-який кадр у сучасному кінофільмі, навіть найпростіший, може являти собою нагромадження невидимих спецефектів. Важко помітити, де закінчується реальність і починається картинка, особливо у дорогих видовищних фільмах, які на дев'яносто відсотків складаються зі спецефектів. Так, дві третини фільму «Життя Пі» (2012 р.), який отримав «Оскар» за найкращі спецефекти, – це фотореалістичний мультфільм, на тлі якого діє єдиний живий актор. Все інше, у тому числі тигр та інші тварини – малюнки.

Сучасна масова екранна культура представлена, головним чином, масовим кінематографом, телебаченням та відеоіграми, використовує візуальну стратегію, яку можна назвати ілюзорним реалізмом – через естетику реалізму продукує віртуальну реальність. Поширення цієї візуальної

стратегії визначається необхідністю надати сучасній людині того, що вона бажає – відпочинку від повсякденних проблем та турбот.

Сьогодні людина часто відчуває безпорадність перед реальним світом, який став складним через політичні та соціальні обставини. Його характеризує не тільки ослаблення релігійних чи інших обмежувальних норм і втрата конкретності мислення, тобто тих обставин, що допомагають зрозуміти причини виникнення жаги до життя, – але і те, що індивіду стає все важче й важче розбиратися в механізмах та процесах, які формують сучасний світ, у тому числі, його особисту долю.

Будь-який наслідок здається відірваним від різноманіття його можливих причин; будь-яка спроба синтезування, уніфікації світу зазнає невдачі. Звідси виникає поширене серед людей почуття безсилля перед впливами, які через їх незбагненність неможливо контролювати. Звісно, що багато з нас свідомо чи несвідомо страждають від своєї безпорадності перед цими силами. Тому ми шукаємо якоїсь компенсації, й масова екранна культура здатна дати нам тимчасове полегшення.

На противагу реальному світу, де випадковості можуть змінити ситуацію в будь-який момент, віртуальний простір масового екрана дарує людині бажану мету за затрачені зусилля. Крім того, сьогодні глядач вимагає від екрана отримати всемогутність, яка в реальному житті йому не підвладна. Сьогодні людина прагне отримати досвід фантастичного майбутнього, до якого вона не доживе, або повірити у магічний світ, від віри у можливість існування якого вона колись відмовилась.

Так І. Покулита та І. Виселко стверджують, що процес боротьби з проблемами чи втеча за допомогою екранного простору приводять до віртуалізації повсякденності, адже кожна людина намагається взяти участь у цьому процесі [13, с. 42]. У такий спосіб здійснюється конструювання реальності, проте не індивідуально-особистісне, а на основі соціального конструкту [13, с. 42]. І. Покулита та І. Виселко звертають увагу, що віртуалізація стає одним із засобів соціалізації [13, с. 41]. Через неї

формується картина світу особистості та гармонізується суспільство в очах особи. Як наслідок, процес віртуалізації стає невід’ємною практикою суспільства. Раніше віртуальний світ екрану був тим середовищем, до якого люди звертались тільки у вільний час: на вихідних, або увечері після роботи. Але сьогодні завдяки мобільним технологіям, представленим смартфонами та планшетами, люди можуть і звертаються до екрана у будь-який момент дня. Це можна побачити у громадському транспорті, під час проїзду у якому більшість людей використовують мобільні пристрої для розваги. Схожу ситуацію можна спостерігати й у сфері ділового світу, у якому екранні медіа використовуються для створення невеличких відпочинків під час роботи.

Філософ Мірча Іліаде говорив, що у кінці ХХ століття людина почала відчувати себе в’язнем своєї повсякденної роботи, в якій вона ніколи не могла піти від часу [див. 48]. І оскільки людина не може «вбити» час протягом своїх робочих годин – тобто коли вона показує свою реальну соціальну сутність – вона намагається піти від часу в години дозвілля: звідси і виникає значна кількість відволікань уваги [див. 48].

Причиною цих відволікань є цінність розваги у сучасному суспільстві. І. Покулита та О. Козубенко стверджують, що сьогодні розвага є престижною, тому і соціально необхідною – постійно формується потреба в розвагах та в ледарстві [24, с. 47]. Сьогодні ця ситуація, перш за все, завдяки екранним медіа, досягла свого максимуму. Зараз існує значна кількість екранних художніх засобів, направлених на розважання та швидкісний екранний досвід. Вони реалізують людське бажання відпочинку, але разом з тим, посилюють відчуття часу поза екраном, його емоційну та інформаційну порожнечу.

Саме тому дослідниця Олена Савенкова акцентує, що для сучасної людини важливо правильно розпорядитися своїм часом, особливо вільним, адже він є найбільш близьким до відчуття порожнього часу, оскільки принципово нікому не належить і нікому не підзвітний [38, с. 156]. Людина, яка існує більшу кількість годин у залежності від того, що від неї вимагає:

начальство, суспільство чи фізіологія; свій короткий вільний період автоматично починає із думки: «Що робити?». І саме це питання є найактуальнішим і найтрагічнішим для неї. Як стверджує філософ Еріх Фромм, вільний час для людини важливо правильно провести, не втратити дарма, взаємовигідно обміняти [43, с. 3]. І масова екранна культура намагається реалізувати цю людську потребу.

Щоб візуальна стратегія ілюзорного реалізму працювала, необхідним є не тільки надання глядачам творів певної тематики, а й формування певних принципів практики перегляду та принципів подання змісту творів. Одним із головних принципів, який дозволяє візуальній стратегії ілюзорного реалізму працювати, є принцип безпосередності, який дає можливість забути про наявність медіа та про сам акт посередництва.

Так Б. Гройс звертає увагу, що у традиційних інститутах культури, таких як музей, театр чи книга, неодмінною умовою сприйняття фікції як такої було приховування матеріального, технологічного, інституціонального обрамлення, яке дозволяло їй функціонувати. Глядач у театрі мав забути про сцену, читач про книгу, відвідувач музею про музей, щоб поринути у віртуальний світ фантазії та отримати від нього задоволення [16, с. 3]. Засоби, які допомагали це зробити, слідували саме принципу безпосередності. Одним із таких засобів, зокрема, було застосування лінійної перспективи у живописі.

Традиційно, безпосередність досягалась у кіно завдяки темряві в залах кінотеатрів, яка приглушувала свідомість глядачів. Морок автоматично послаблював контакти із діяльністю; він приховував безліч даних про оточення, необхідних для правильного судження про нього і для іншої розумової діяльності. Ці принципи сформували на значний період часу особливий соціальний ритуал перегляду. Після перших сеансів вже не стільки морок «відключав» фізичну активність глядачів та зосереджував їх на фільмі, скільки сама соціальна звичка, яка говорила, що після вимикання світла необхідно змінити свою поведінку.



З появою телебачення ця соціальна дія почала втрачати своє значення, адже екран тепер опинився у домівках людей, в їх індивідуальному користуванні. При перегляді екранного зображення, світло перестало вимикатися, зросла кількість відволікань, які у майбутньому підсилились програмними повторами, технологіями відеозапису та доступністю відеоконтенту. Вплинули також смартфони, які виконують функцію інформаційного посередника. Вони створили умовну звичку постійної перевірки мобільного екрану.

Головна мета сучасних екранних мобільних засобів – вчасно сповіщати про нову інформацію. Саме тому вони функціонують на основі принципу «фізичного подразнення». Цей принцип полягає у тому, що найбільш швидкою реакцією є фізична реакція. Тому у кожному мобільному додатку оповіщення здійснюється, як за допомогою звукового сигналу, так і за допомогою вібросигналу та візуального сигналу – блимання лампочки смартфона. Мобільні засоби функціонують на основі простого (фізіологічного) впливу і тим самим все більшим чином трансформують інформаційну потребу у несвідомий рефлекс.

Хоча сьогодні кінематографічна звичка перегляду залишилась, проте почала втрачати свою силу безпосередності. Саме тому сьогодні увага масової екранної культури зосереджується на додаткових способах збереження практики фізичного «вимикання» глядачів: зручні крісла, об'ємний звук, великий екран. Сьогодні прибутковість кінотеатрів часто можна визначити на основі розмірів їх екрану. Завдяки великому екрану «занурення» глядача в атмосферу кіно відбувається досить швидко. При значних розмірах глядач при перегляді втрачає з поля зору рамки кадру, екран стає не другим світом, а єдиною реальністю.

Особливість цього аспекту спостерігається в ІМАХ-кінотеатрах, де важливим є не тільки розміри екрану, але і його форма. Екран там не плоский, а сферичний – він особливим чином вигнутий у сторону, протилежну до глядачів. Цей сприяє тому факту, що майже всі глядацькі

місця стають рівноправними у можливостях свого кругозору і у такий спосіб глядачі менше відчувають існування екранних рамок.

Лідери ринку сучасних телевізорів та моніторів беруть участь в конкурентному змаганні не тільки у створенні великих домашніх екранів, але й на те, щоб вони передавали зображення, що «прямує за їх межі». Для цього рамки створюються у якості непомітної тонкої срібної лінії (наприклад, лінійка телевізорів «Samsung» 2011-2012 рр.), або, завдяки спеціальному динамічному підсвічуванню, яке органічно вписується у контекст відеоряду (концепція телевізорів «Philips»). У відеосервісах, для прибирання рамки кадру, у свою чергу, використовуються функції затемнення інтерфейсу. Крім того, активно використовується технологія 3D. Її роль можна проаналізувати на основі концепції «близького зору» М. Ямпольського [52, с. 17].

Зір у звичному сенсі слова передбачає відстань між глядачем і об'єктом розглядання – це відношення передбачається анатомічними особливостями ока: об'єкт повинен знаходитися на певній відстані від очей, щоб відбиті від нього промені правильно «потрапили» в око, переломились у лінзі кришталіка і сформували на сітківці «копію» предмета. «Близький зір» же, за словами М. Ямпольського, передбачає, що об'єкт переноситься безпосередньо на глядача, наближає його так, щоб між ним і об'єктом не було зовсім ніякої відстані [52, с. 17]. М. Ямпольський наголошує, що при такому граничному наближенні відбувається об'ємне сприйняття плоских фігур [52, с. 17]. А це, у свою чергу, впливає на більшу реалістичність зображуваної інформації.

У кінострічці «Нова людина-павук» (2012 р.), в одному з моментів фільму, технологія 3D поєднується із екранним художнім засобом передачі погляду через «вид першої особи» – глядач сприймає події з фізіологічної точки зору головного героя (його очей). За допомогою цього погляду глядач ніби стає головним учасником подій, йому передається досвід супергеройських можливостей головного героя. Ця сцена повністю анімована на комп'ютері, оскільки подібний досвід у реальності важко відтворити.

Сам по собі погляд від першої особи є характерним способом подачі екранних подій у відеоіграх. Іноді цей засіб поєднується з іншим для збереження принципу безпосередності – уникнення «розривів», які вказали на ілюзію екранного світу. Наприклад, у грі «F.E.A.R.» (2005 р.) не можна побачити зображення головного героя. Подібний художній засіб зближає відеоігри із природою сну, у якому людина не може побачити своє зображення. Тобто, даний засіб скерований на уникнення пробудження від віртуальності, подібного до того, яке це часто остаточно відбувається у ранці при баченні свого зображення у дзеркалі. Отже, масова екранна культура функціонує за принципами міфу Платона про печеру, і тому її головним завданням є те, щоб людина не вийшла з цієї печери і продовжувала дивитися на тіні замість реальності.

Хоч сьогодні люди прагнуть фантастичних пригод, проте коли мова йде про візуальні образи (тіні), люди готові сприймати їх як реальні тільки якщо у цих образах є щось реальне. У цьому особливість людського сприйняття: щоб людина забула про реальність, їй потрібно дати реальність – екрану люди вірять тільки тоді, коли у ньому є щось від реальності. У інформаційному плані – це момент того, що брехня сприймається лише у контексті правди. У сучасних масових фільмах, серіалах, відеоіграх існує маса фантастичних персонажів, яких створюють, головним чином, завдяки анімаційному моделюванню на комп'ютері.

Не дивлячись на те, що сучасне програмне забезпечення містить різні функції для створення реальних фізичних особливостей об'єктів, воно не здатне саме передати реальний рух живих істот. Можна задати комп'ютеру різні фізичні параметри, такі як маса, прискорення, сила вітру, але не можливо йому задати чітку формулу, яка б визначала рух людини чи тварини. Живі істоти рухаються не по чіткій формулі, а довільно. Рух кожної живої істоти є індивідуально особливим, саме тому вона і є живою.

Для того, щоб передати цю унікальність, сьогодні використовується метод «motion capture» (дослівний переклад з англ. – захоплення руху), який

є технологічним нащадком методу «universal capture». Цей метод є гібридом, який вбирає в себе динаміку фізичної реальності. За допомогою спеціальних датчиків та програмного забезпечення захоплюються фізичні принципи руху актора, який здійснює певні дії чи формує певну міміку. Дані про ці дії надходять у комп'ютер, де зводяться в єдину тривимірну модель, на основі якої пізніше створюється анімація персонажа. У результаті ми отримуємо те, що художник по спецефектам Д. Гаєта називає «віртуальною людиною», – високоточну реконструкцію людського образу, доступну у цифровому трьохвимірному форматі для різних маніпуляцій та вдосконалень [73, с. 11].

У контексті використання цього методу для супергеройських персонажів, ми отримуємо певний приклад того, що філософ Михайло Епштейн називає «вселюдиною», – цілісну природно-штучну істоту, що поєднує в собі властивості універсальної машини з властивостями людини [51, с. 124]. Це те, що не є доступним у реальному світі, проте сучасний екран може цю ідею реалізувати. Важливим моментом є те, що ця людина з'явилась у той самий момент, коли у суспільстві виник запит саме на таких героїв.

Якщо приблизно подивитися на головних персонажів у масовому кіно до 2001 року та після нього, то можна побачити, як образ простого героя (прикладом йому може слугувати персонаж Джон Макклейн з фільму «Міцний горішок» (1988 р.)) змінив образ героя з надзвичайними здібностями (у 2002 році виходить фільм «Людина-павук», який вже використовує технологію створення віртуальної людини). На цю зміну вказує дослідниця Вселена Крилова. Вона вважає, що розвиток графічних ефектів, який популяризував образ надлюдини, підкреслив бажання людей до розширення своїх можливостей за межі матеріального [26, с. 211].

На нашу думку, період цієї зміни можна пов'язати з терористичним актом 11 вересня 2001 року у США, оскільки саме США є тією країною, яка створює тенденції та більшість масової екранної продукції. Наслідком цієї події була дестабілізація людського світосприйняття, що реалізувалася й у зміні моделі героя. На масовому рівні зникла віра у просту людину –

простого героя, який зможе врятувати світ. Саме тому з'явився новий герой – людина з надзвичайними здібностями.

Візуальна стратегія ілюзорного реалізму створює віртуальний світ через реальний, або протилежно до нього, при цьому все одно використовує реальність як світ, у якому формується людський досвід. Прикладом цього може слугувати екранний художній засіб, який можна окреслити як предметний дизайн. Робочий чи домашній простір певного персонажа детально оздоблюється певними речами, які створюються для цього спеціальними дизайнерськими та технічними групами.

Ці об'єкти можуть з'являтися на екрані лише у одному кадрі чи десь на фоні, проте їм все одно приділяється значна увага. Наочний приклад цієї стратегії можна побачити у відео, яке розповідає про процес створення фільму «Черепашки-ніндзя 2» [див. 92]. Ця стратегія пов'язана з сучасним культурним захопленням різними естетично привабливими предметами та аксесуарами. Доступ до різних видів товарів спричинив масове споживання, яке перейшло у звичку.

Сучасна людина конструює свою індивідуальність через речі, тому й від екранних персонажів очікує того ж самого. Крім того, естетична привабливість всіх цих екранних предметів впливає на сприймання глядачами екранної історії як простору мрій. У даному випадку реальність додається до віртуальності для того, щоб остання могла перейти у першу. При цьому переходить віртуальність, головним чином, через ту саму реальність (реальні предмети: одяг, аксесуари та предмети інтер'єру), яка до неї додавалась. Тобто, ми отримуємо цікавий феномен – на вході та на виході ми маємо у фізичному плані ту саму реальність, проте у смисловому плані вона є зовсім іншою.

Отже можна говорити, що відбувається певний ритуал, через який звичайні речі отримують ауру «віртуального простору екрану». Як стверджував В. Беньямін, твір кіно, через свою непередметність, не має аури у порівнянні з класичними видами мистецтва [7, с. 210]. Проте кіно та інші

екранні медіа здатні наділяти певні предмети ауурою. Це активно використовується у сучасній масовій екранній культурі. Таким чином, вона формується саме як культура, через цей екранний ритуал, який, також, здійснюється через екран серіалів та відеоігор та створює фетиші, як на рівні предметів, так й ідей, захоплень та цінностей.

Такі медіа, як відеоігри, на відміну від кіно та телебачення, не використовують техніки запису реальності, тому питання візуальної подоби є особливо актуальним для них. Хоч повний реалізм поки що не досяжний для відеоігор, вони все одно активно до нього прагнуть. Покращена роздільна здатність, фотореалістичні методи, інновації в технології сканування 3D і захоплення руху працюють, щоб досягти того реалізму у відеоіграх, про який двадцять років тому назад гравці тільки мріяли. Щороку гравці бачать поліпшення якості графіки і кращу імітацію реальності. Навіть волосся персонажів приділяється значна увага, прикладом цьому може служити відеогра «Tomb Raider» (2013 р.) [див. 20].

Проте відеоігри, які покладаються тільки на одну дивовижну графіку, не сприймаються як реалістичні, якщо вони не мають реалістичний інтерактивний підхід. Дослідник відеоігор Даг Сваняс звертає увагу, що у реальному житті тільки взаємодія вказує на те, що об'єкти існують у зовнішньому світі [91, с. 89]. Те ж саме вірно і для віртуального світу. У реальному світі дія є важливою для сприйняття реальності. Саме тому інтерактивність є важливим компонентом побудови правдоподібного віртуального світу. Якщо звернути увагу на питання реалізму в ігрових журналах і форумах, то можна побачити, що основна критика стосується того, що «не має сенсу» у грі. Віртуальна реальність руйнується, коли ігровий світ не відповідає очікуванням гравців.

Дослідник відеоігор Стівен Пул описує три види такої «неузгодженості»: неузгодженість причинно-наслідкового зв'язку, функції й простору [див. 82]. Він стверджує, що ці недоліки неузгодженості руйнують ігровий досвід. Наприклад, неузгодженість причинності виникає, коли одна

дія створює суперечливі результати при різних ситуаціях. Це яскраво видно на основі гри «Tomb Raider 3», у якій зброя знищує ворогів, але не завдає шкоди дерев'яним дверям. Для того щоб відкрити двері, ви повинні знайти старий іржавий ключ.

Тому важливою є логічність у відеоіграх, пов'язана з фізичними якостями речей та особливостями середовища. Іноді даний вид реалізму досягається через повсякденні фактори, які створюють людині складності. Так, сцена у грі «Call of Duty 4: Modern Warfare» (2007 р.), де гравець діє від особи снайпера на верхньому поверсі будівлі у Чорнобилі виглядає максимально реалістичною через свою складність. Військовий Крейг Соєр акцентує, що як і у реальному житті тут необхідно оцінити погодні умови, балістику та інші фактори, щоб влучити у ціль [див. 36]. У результаті такої стратегії ми отримуємо доволі парадоксальний факт: людина, яка тікає у віртуальний світ від життєвих складнощів, отримує задоволення, коли відчуває реальні проблемні ситуації у цьому віртуальному світі. Це говорить про те, що повної втечі від реальності людина не бажає, а отже проблема не в цьому, а у тому, коли віртуальний та реальний світи підміняють один одного.

Проблему може створити ще інша ситуація. Сьогодні у багатьох країнах для підготовки армії використовують відеоігри-імітатори. У них ступінь реалізму значно більша, адже вони служать для посилення підготовки бійців у реальному світі, технології у них було б неможливо відтворити у будинку сучасної людини. Але тим не менш з кожним роком реалізм у домашніх воєнних відеоіграх стає все більшим.

І тут постає проблема, пов'язана із тим, що професійні дані та інформація не повинна бути доступна кожному. Адже тоді домашні відеоігри можуть стати тренажерами для вбивств та терористичних актів, як це сталося у випадку Андреса Брейвіка, який здійснив терористичний акт у 2011 році у Норвегії. А. Брейвік розповів суду в Осло, що для підготовки вбивства він використовував ті ж відеоігри, якими користуються мільйони дорослих та дітей по всьому світу. Він сказав, що використовував відеогру «Call of Duty:

Modern Warfare 2» (2009 р.) для ознайомлення з використанням голографічних прицілів і для розвитку своєї тактики. Реалізм завжди пов'язаний з інформацією і потрібно пам'ятати, що не кожна інформація повинна бути доступна всім.

Відчуття реалізму у відеоіграх пов'язане не тільки з предметною точністю та логічністю фізичних процесів. Важливим аспектом є емоційний фактор. Розробник футбольного симулятора «FIFA 2015» (2014 р.), компанія «EA» звернулися до професійного психолога, який пояснив значення і роль емоцій в житті людини, тому одним з найважливіших нововведень «FIFA 15» став акцент на емоціях персонажів. Для досягнення більшого реалізму розробники «FIFA» звернулись до «живих» ігрових моментів, пов'язаних з емоціями й контактами віртуальних персонажів, тобто до повсякденності футбольних матчів.

У «FIFA 2015» вболівальники значно «живіші» ніж у минулих версіях і відрізняються один від одного. За допомогою цього створюється унікальна атмосфера: вболівальники співають пісні й вигукують кричалки та бурхливо реагують на те, що відбувається на полі [див. 35]. Крім того, коментатори звертають увагу на те, що відбувається на трибунах. Отримали свою анімацію і так звані болбої – діти, що подають м'ячі. Емоції гравців у «FIFA 2015» поширюються як на суперників, так і на членів однієї команди.

Припустимо, якщо футболіст із перших хвилин рветься в атаку і чинить опір, то можна буде помітити, як його підбадьорюють інші. Якщо ж він оступиться і кілька разів поспіль зробить помилку, соратники проявлять глибоке незадоволення його грою. Гравці зреагують і на грубу гру суперників. Реакцією наділені, також і футболісти, що сидять на лавці запасних. Крім того, гра стає більш реалістичною внаслідок того, що тепер у ній реалізовані різні живі контакти, такі як штовхання руками й ліктями, утримання за майку та інші. Стратегія ілюзорного реалізму у «FIFA 2015» досягається через «позаігрові моменти», ті які не пов'язані з ігровою логікою та правилами, а є наслідком виключно людського фактору. Тобто цей



художній засіб та інші, скеровані на створення ілюзорного реалізму насправді показують нам, що реальність існує, чи відчувається у дрібних деталях.

Не дивлячись на те, що сьогодні візуальна стратегія ілюзорного реалізму має значне поширення, говорити про її повне домінування у сучасній культурі буде не правильно. Подібно до третього закону Ісаака Ньютона у фізиці, схоже відбувається й у культурних процесах, на протипагу стратегіям, скерованим на віртуальність, виникають протилежні.

Протиставлення між віртуальним та реальним з'явилося ще на початку ХХ століття. Так, Б. Гройс стверджує, що тоді мистецтво авангарду, на протипагу фіктивному класичному мистецтву прагнуло до розкриття фактичного, невігаданого боку мистецтва. Авангард домагався цього за допомогою тематизації інституційного та технологічного обрамлення мистецтва, внаслідок чого мистецтво ставало видимим та відчутним [16, с. 3].

Така ж тенденція відбувалась і у сфері екранних медіа. Науковець Петер Вайбель стверджує, що «авангардистські фільми були свого роду авангардом авангарду антиілюзії» [12, с. 137]. Авангардне кіно особливо сильно залежало від технологічних умов і матеріальної основи, умов сприйняття, проекції, особливостей кінозалу, що призвело до розвитку «структурного», «матеріального» та «розширеного» кіно (Х. Фремpton, Т. Конрад, П. Шерітс, М. Сноу, П. Гідаль і т.д.) [12, с. 137].

У цьому кіно звичайна кінематографічна оповідь була замінена на естетику, пов'язану з матеріальним субстратом плівки: перфорацією, зерном, розмиванням тощо. Внаслідок чого артефакти медіа стали новими ідейними елементами. Таким чином, здійснювався «розрив» медіального досвіду, тобто руйнувався принцип безпосередності і замість нього головним ставав принцип гіпермедіації.

Сьогодні традиція авангардного кіно, а з ним і використання принципу гіпермедіації, продовжується у сфері відео-арту, який використовує естетику дигітального. Це можна побачити на основі роботи «Time After Time»

(2003 р.) відеохудожника Анрі Сала. У ній через дигітальну естетику А. Сала змушує глядачів концентруватися на загадковому зображенні. Він протягом п'яти хвилин знімає коня, який стоїть на краю шосе у нічний час. Періодично зображення коня закривають машини, що проїжджають повз. Суть роботи проявляється через цифрову естетику, яка виникає через недосконалість медіального носія.

По-перше, камера не може передати чіткість зображення через недостатність світла у нічний період часу і тому частково перетворює реальність в абстракцію. Підсилює абстракцію фокус камери, який збивається та розмиває зображення у кольорові плями, після проїзду кожної машини. По-друге, відео злегка деренчить, оскільки фільмування проводиться чи з рук, чи з використанням довгофокусного об'єктива. Це привносить у відео ритм дихання художника – його ставлення до об'єкта.

Дані принципи разом із тривалим статичним поглядом камери створюють досвід порушеного і нестабільного сприйняття. Ми впізнаємо образ коня, однак тимчасові зміни вносять корективи – сприйняття порушується, і ми запитуємо себе, що насправді ми бачимо. Таким чином, створюється образ невизначеності, що піднімає питання про проблему інтерпретації й критикує здатність екрану передавати правдиве зображення.

Відеохудожник Марк Воллінгер піднімає питання візуальної ілюзії у своїй роботі «З тих пір» (2012 р.). У його роботі показаний статичний погляд на перукарську крамницю. Динамічна вивіска з червоної та білої спіралі над дверима крамниці створює враження, що ми сприймаємо справжній рух часу, проте статичність годинника у середині магазину вказує на ілюзію нашого сприйняття – насправді ми сприймаємо циклічне зображення, загальною тривалістю у декілька секунд.

Сьогодні екране мистецтво реагує на царство ілюзії у сфері масової екранної культури через реалізм та документальність. В останні десятиліття документація як мистецький об'єкт все частіше включається в художні виставки та в архіви художніх музеїв поряд із традиційними художніми

творами. Так, «Документа-11» ніби виправдала свою назву, оскільки представила багато робіт, які мають документальне направлення. Тобто таких, які використовували інструменти, підбір і розташування кадрів, конкретні аналітичні чи концептуальні методи оповідання характерні для документального фільмування. Такими роботами були: «Пісні Хендсворта» Black Audio Film Collective, «Оголення простору: життя навколо» М. Трінх, «Рибацька історія» А. Секули, «Втрачені ліванські війни» В. Раада і групи Atlas та інші.

До документальності близьке сьогодні й художнє кіно, оскільки реальність поза екраном є важливою для сучасного артхаусного кіно. Саме тому значна кількість фільмів часто використовує реалістичність як основу сюжету – екранізує реальну історію чи випадок («Лев» (2016 р.), «У центрі уваги» (2016 р.), «Гра на пониження» (2016 р.), «Сельма» (2014 р.), «1+1» (2012 р.), «Далласький клуб покупців» (2014 р.), «Мисливець на лисиць» (2014 р.), «12 років рабства» (2013 р.), «Людина, яка змінила все» (2011 р.) і т.д.).

Сила впливу даного типу фільмів реалізується у тому, що реальність у них існує не стільки як естетика, скільки як те, що знаходиться поза фільмом. Головним фактом впливу є подія, яка реально сталась і мала реальне значення для певної людини чи людей. Саме її роль виражена титром «фільм засновано на реальній події», «оживляє» для глядачів візуальну історію й збільшує можливість осмислення ними життєвої реальності. І саме тому для екранізацій, зазвичай, береться певний складний життєвий момент чи важлива соціальна проблема, яка зможе вразити глядачів й змусити замислитись над своїм життям і світом, у якому вони живуть. Даний екранний художній засіб можна окреслити, як ситуативний реалізм.

Кінознавець Тоні Мак-Кіббін говорить, що ситуативний реалізм є реалізмом, який створює мотивації персонажів із безпосереднього середовища так, що перешкода на шляху персонажа не є описовою перешкодою, а соціальною перешкодою, яка дозволяє історії виявити

труднощі життя героїв стосовно проблем, які оточують їх [див. 75]. Італійський неореалізм був ситуативним реалізмом, чие направлення сьогодні продовжується у різних артхаусних фільмах.

Кінокритик Ентоні Скотт звертає увагу, що сьогодні є багато фільмів, які за ідейною суттю подібні до італійського неореалізму. Він назвав цю тенденцію «нео-неореалізмом». Е. Скотт описує ці фільми, як сплав документальних та театральних елементів [84, с. 40]. Він вважає, що ці фільми через естетику реалізму протидіють свавіллю фантазії у масовій культурі через зображення жахливого та заплутаного реального світу [84, с. 40].

Якщо саме практика експонування та сприйняття відео-арту надає йому можливість функціонувати за принципом гіпермедіації, то артхаусне кіно не має цієї можливості. Технічна сторона та практика перегляду артхаусного кіно є такою ж, як і масового. Єдиним моментом, що виокремлює практику перегляду артхаусного кіно є те, що його показ іноді проводять в окремих культурних просторах. Показ відбувається не у кінотеатрах, а у певних суспільних установах чи закладах, орієнтованих на певну культурну аудиторію. Додатковим моментом цієї практики, у порівнянні з кінотеатральною практикою, зазвичай є публічне обговорення після перегляду. Воно хоча не надає гіпермедіації, проте надає можливість формування критичного погляду на фільм. Тому, певним чином обмежене медіальними можливостями, артхаусне кіно реалізує принцип гіпермедіації через створення неприємних відчуттів у глядачів.

Все більше незалежних кінематографістів відмовляються від спроб порадувати глядача, а навпаки намагаються зробити аудиторії незручно в тій чи іншій мірі. Кінорежисер Родріго Гарсія в інтерв'ю сказав, що мистецтво не повинно змусити вас почувати себе добре, воно повинно поставити речі під сумнів, змусити вас піти туди, куди ви не хочете, що фільм буде важливим для глядача тільки якщо буде «бити його» [79, с. 16]. Дослідник Шеррі Ортнер стверджує, що стратегію подібних фільмів можна назвати

«культурною критикою», адже вони є закликом до більших соціальних змін у суспільстві і культурі [79, с. 18].

Це направлення не є виключно американським чи європейським. Дослідники Алессандра Брандао та Рамаєна Ліра де Соуза стверджують, що до подібного реалізму звертаються й сучасні бразильські режисери. У їх фільмах реалізм не є референтом соціологічної «правди» про бразильське суспільство, реалізм не сприймається як щось, що створює зображення, а як афект, який кидає виклик глядачу, створює «відповідь-здатність» [див. 60].

Людська екзистенція народжується від розриву, від цінності мистецтва, яке усвідомило свою обмеженість, своє розташування на стику з реальністю. Мистецтво отримує свій екзистенційний зміст, тобто долає свою абстрактність у розумінні себе границею, яку потрібно подолати. Тому для того, щоб людина отримала сили (натхнення) у вирішенні життєвих проблем, потрібно здійснити розрив границі між своїм простором і реальним світом. Розрив, який надає людині погляд до найважливіших, сутнісних моментів існування. Тобто, дана стратегія використовує принцип екзистенційної філософії – принцип «граничної ситуації», яка виводить людину за межі повсякденного, монотонного існування.

Філософ Карл Ясперс наголошує, що людина може зрозуміти свою першопочаткову сутність тільки «через граничну ситуацію випадку» [54, с. 77]. Гранична ситуація є відчуттям крихкості свого існування, коли у деякі моменти здійснюється «крах шифру». Дана ситуація деконструє затишне, стабільне існування, створює індивідуальний апокаліпсис, крах.

Режисер Кен Лоуч, останній фільм якого «Я, Деніел Блейк» виграв «Золоту пальмову гілку» на Каннському кінофестивалі у 2016 році, вважає, що у кіно, як і взагалі в мистецтві, повинен бути політичний момент, воно повинно приводити життя в рух [див. 8]. А. Базен стверджував, що реалістичне направлення має значення тільки тоді, коли воно породжує посиленний сенс того, що створюється [57, с. 85]. Тобто візуальна стратегія культурної критики прагне до дії, прагне реалізуватися.

У даній ситуації, як і у випадку з візуальною стратегією ілюзорного реалізму, присутній віртуальний аспект у якості формування проєктивних дій. Проте, сутність візуальної стратегії культурної критики у тому, що вона не наділяє реальність особливою аурую, а прагне позбавити екран від неї. Вона додає до екранного простору реальність для того, щоб у результаті отримати реальність. Це доволі парадоксальний факт, але саме такою є ця візуальна стратегія. Те, що вона активно застосовується сьогодні, пов'язано з сучасною культурною ситуацією, з тим, що людина більшість часу знаходиться «у екрані», ніж у реальності. Візуальною моделлю цієї ситуації буде людина, яка йде по вулиці, дивлячись не уперед, а у екран свого смартфона. Щоб повернути цю людину у реальність, потрібно використати той самий екран. Проте його використання визначається певними принципами – художніми екранними засобами, які повинні передавати реальність такою, як вона є чи була.

Одним з художніх засобів візуальної стратегії культурної критики є уважність до реальних деталей. Цей засіб використовувався у фільмі «У центрі уваги» (2015 р.), який для досягнення реалістичності міметично слідував усім реальним аспектам історії, від акценту реальних персонажів і до розставлення речей на робочих столах. В інтерв'ю Національному Громадському Радіо, режисер Томас Маккарті повідомив, що коли знімальний майданчик відвідали журналісти, про яких розповідалося у фільмі, кожен пройшов до «свого» робочого столу і почав перекладати на його поверхні речі так, як вони розташовувались у реальності [див. 67].

Це фактично бажання використати художній екранний засіб *punctum*, досягти його через відмову від власного художньої авторської творчої участі. Подібна уважність до деталей може здатись дивною чи зайвою, проте вона показує особливість візуальної стратегії культурної критики у сучасній екранній культурі. Адже ця стратегія скерована також проти ілюзії, яку створюють екранні масмедіа. Телебачення та масовий кінематограф часто

ідеалізують певні ситуації через використання особливих «емоційних прийомів». Очевидно, що Т. Маккарті не прагнув до подібної ідеалізації.

Як зазначає науковець Окві Енвезор, документальні роботи зазвичай наповнені співчуттям до їх предмету, однак популярне сьогодні «реаліті-телебачення», його обсяг і швидкість емоційного впливу такі, що документальним фільмам складно з ним конкурувати [50, с. 148]. Т. Маккарті розумів, що для розповіді правдивої історії необхідні й правдиві методи, тому замість візуальної емоційності вибрав інформаційну детальність. При іншому виборі глядачі могли сприйняти історію як фікцію, на основі зіставлення візуальних прийомів фільму із тими, що вони бачать повсякденно на екрані. Саме такою була реакція деяких глядачів на фільм Франка Гофманна «Maidan Dreaming: Київ на шляху до Європи», який був показаний 14 лютого 2017 року у Києві, у Центрі візуальної культури.

Згаданий фільм «Maidan Dreaming: Київ на шляху до Європи» розповідає про ситуацію, що виникла після Майдану, про молоде покоління українців, їх дії та думки щодо майбутнього України. На обговоренні після перегляду декілька глядачів зробили критичні зауваження. Ці зауваження, головним чином, стосувались формальної частини, загальної структури та стилістики. Суть ситуації полягала у тому, що фільм презентувався, як документальна стрічка, а за своєю естетикою був більше схожий на телевізійний сюжетний ролик. Монтажна послідовність та komponування, закадровий голос із використанням літературних пасажів та інші засоби створили дисгармонію для прийняття ідеї фільму. Сам фільм показував Україну з позитивної сторони, але через естетику подання цей сприйнялося частиною глядачів, як вигадана казка, фікція.

Ця реакція на прикладі українського суспільства показує причини популяризації візуальної стратегії культурної критики у сучасному візуальному мистецтві. Події на Євромайдані показали важливість правдивих історій. Саме тому під час Євромайдану виникло об'єднання «Вавилон 13», представники якого знімали коротку хроніку подій тривалістю від двадцяти

секунд до восьми хвилин та викладали їх на власному YouTube-каналі. За своєю суттю роботи «Вавилон 13» можна порівняти із роботами «Cinema Verite» (дослівно із фран. – правдиве кіно). Воно розмивало кордони між «справжньою» та імітованою реальністю, відійшло від художності у традиційний репортаж, в якому ставка робилась переважно на інформаційні аспекти.

У випадку «Вавилону 13», як і у випадку «Cinema Verite», ми стикаємося з умовностями «правди» як процесу виявлення, вивчення, дослідження, опробування, аналізу, розпізнавання, пошуків істини чи правдивості. Як наслідок розвитку цього напрямку та сучасної культурної ситуації в Україні, почали створюватися багато документальних фільмів та популярності набули покази та фестивалі документального кіно. Але й у художньому українському кіно проявляється схожа тенденція.

Режисер Мирослав Слабошпицький свій фільм «Плем'я» (2014 р.) зняв у доволі документальній манері. Більшість кадрів у «Племені» знято ніби здалеку, відсторонено. У своєму фільмі М. Слабошпицький не намагався допомогти глядачеві ні зі співчуттям, ні з ототожненням, для нього це неправда. Тому він діє так, як діє реальність. Відсторонення особливо явно у кульмінаційних сценах: глядач, на відміну від майбутніх жертв, знає про загрозу, як знала би про неї будь-яка людина, що володіє слухом (герої фільму – глухонімі). Будь то шум машини, що наближається чи хруст проломленої голови сусіда, звук – це провісник біди, знак близької небезпеки. Але цей знак працює тільки для глядачів, не для героїв. І тому глядачі не можуть уявити себе на місці інших: вони не знають, що таке абсолютна тиша. Глядачів змушують тільки дивитись, через це вони стикаються з екранним бар'єром. Саме відкриття цього бар'єру повертає людей до реальності, але вже із відчуттями і думками отриманими із фільму.

Сьогодні саме нейтральне виявляється істинно видимим, «експресивне» ж миттєво класифікується свідомістю у відповідності зі стереотипами значення. І це характерно не тільки для України, те ж саме



відбувається й в усьому світі, активна віртуалізація повсякденного життя масовою екранною культурою та ідеологізація телевізійного простору створюють протилежні процеси, візуальну стратегію культурної критики, виражену у художніх засобах реалізму та документальності. Сьогодні, через значну віртуалізацію повсякденного життя, стає зрозуміло, що саме «нейтральність» дозволяє не звужувати значення зображення, але розширювати його. Крім того, чим більше кіно дотримується позиції емоційної нейтральності й незворушності, тим відчутніше специфіка людського сприйняття, яке не може бути байдужим при спостереженні картин жорстокості й страждань. Байдужа нейтральність камери свого роду провокує дії.

Таким чином, у сучасній екранній культурі є два напрями. Один за допомогою візуальної стратегії культурної критики прагне показати реальність, тому використовує принцип гіпермедіації, який здійснює «розрив» медіального досвіду і робить акцент не на екрані, а на реальності. Інший напрям через візуальну стратегію ілюзорного реалізму симулює реальність у формі фантастичних пригод та історій, тому використовує принцип безпосередності, який робить людину пасивним спостерігачем. Перший напрям презентує собою сферу мистецтва (екранну арт-культуру), другий – сферу розваги (масову екранну культуру).

Ці напрями у своїх протилежностях спільні, адже звертаються до одних і тих же категорій реалізму. Віртуальне зображення виконує свою функцію тільки через поєднання з певними реалістичними аспектами. Не стільки візуальна детальність, скільки логічність фізичних дій, складність життєвого світу, повсякденні дрібниці, фізична унікальність та емоційність поведінки персонажів є основою сприйняття віртуального світу як реального. Людина не задовольняється виключно «технічною реальністю» і потребує «оживлення» віртуальності. У цьому особливість людської свідомості, яка базується на реальності як головному інформаційному аргументі правди. І коли виникає засилля віртуальних образів, виникає протилежна культурна

тенденція – акцент на документальній нейтральній реальності як істинно правдивій. Особливість людини у тому, що вона готова й хоче сприймати обидва ці аспекти, але не хоче, щоб будь-який з них переважав над іншим. Саме тому у культурі й досі існують бінарні опозиції й сучасна екранна культура є одним із яскравих прикладів цьому.

## **2.2. Візуальні стратегії масової екранної культури як засоби створення комфорту та естетичної насолоди**

Час є фізичною характеристикою всіх видів людської діяльності, але також є елементом психологічного сприйняття. Відчуття часу, його інтенсивна наповненість чи відчутна плинність задають ситуаціям певної якісної оцінки. А тому час є важливим чинником будь-якого зовнішнього впливу на людину. Виробники екранних творів розуміють і використовують значення часу, особливо тому, що екранні медіа мають здатність оперувати ним. За допомогою екранних художніх засобів екранні медіа формують певні ритміки і у такий спосіб формують у глядачів певні відчуття. Але ці ритміки здобувають популярність серед людей, якщо відображають їхні бажання та співвідносяться з суспільними тенденціями, які існують у світі.

Ж. Дельоз визначав значний художньо-культурний перелом, який відбувся внаслідок видозміни ритміки у кінематографі. Мова йде про заміну образа-руху образом-часом, зміни реакцій на спостереження, діяча та споглядача. Ця зміна, визначена Ж. Дельозом, була пов'язана ним з історично-культурними реаліями, у яких людина опинилась у другій половині ХХ століття. Проте в естетичному плані Ж. Дельоз виявив цю зміну лише у ракурсі артхаусного кіно. У ракурсі всієї екранної культури загалом естетична опора на образ-рух використовується навіть частіше, ніж на образ-час. Так, зокрема теоретик кіно Девід Бордуелл виявив, що з 1970-х років у масовому кінематографі почала активно розвиватися естетика швидкості, яку він назвав «посиленою безперервністю» (*intensified continuity*)

[див. 61]. Одним із її аспектів був дрібний монтаж – коротка тривалість кадрів. Д. Бордуелл зауважив, що середньостатистична довжина кадру фільмів у 70-х коливалась від 5 до 9 секунд, а в 90-х склала 2-8 секунд [61, с. 17]. Недавні фільми стали ще більше прискорювати сполучення кадрів: «фрагментований стиль «поливання брандспойтом» у «Перевазі Борна» (2004) і «Ультиматумі Борна» (2007) створив короткі кадри, довжиною менше ніж 2 секунди» [див. 62].

Якраз у такій формі і презентує себе образ-рух, як форма чистої фізичної реакції, виражена візуальною мовою. Зрозуміло чому образ-рух став основою масових екранних творів. Вони орієнтовані на те, щоб глядач відчував себе учасником, а не спостерігачем, тільки у такому випадку може відбуватись розважальний ефект, якій у масовій продукції є головним. Крім різкого монтажу, ця естетика включала: використання крайніх фокусних відстаней на об'єктивах, більш великі плани у сценах діалогів та незафіксовану камеру. У результаті цього, не тільки динамічні за своєю суттю сцени робились швидкими, а й статичні за своєю природою, зокрема, сцени діалогів [61, с. 17]. Таким чином, методи, які, на початку історії кіно, режисери використовували для шоківих ефектів, стали стандартними для нормальних сцен на межі XX-XXI століть.

Сьогодні сфера екранної повсякденності (сфера мережі Інтернет та мобільних пристроїв) теж звертається до динамічності через принцип постійної зміни. Якщо популярні сайти змінюють свій дизайн лише раз на рік чи декілька років, то у соціальних мережах цей процес відбувається частіше, а найбільше він проявляється у мобільних додатках, які оновлюються майже кожного тижня. Мета постійної зміни дизайну – надання відчуття актуальності. Сьогодні більшість видів людської діяльності роблять головним своїм принципом швидкість. Для сучасної людини поняття «швидкість» стає синонімом терміну «якість», будь то у комп'ютерній, інформаційній, транспортній чи грошовій галузях. Масова екранна культура не є виключенням із цієї тенденції. Мобільні технології для людини сьогодні

– це можливість бути частиною загального технічного прогресу. Інтенсивність прогресу – це рух постійної зміни, відкидання минулого і створення майбутнього. Екранний дизайн стає візуально-емоційним засобом для відчуття даного ефекту, а разом з тим і його аналогією.

Протягом останніх двадцяти років, що збігаються із повним прийняттям цифрових технологій в екранних медіа, критичний поріг був пройдений і була досягнута точка, у якій інтенсифікація встановлених методів мутувала у щось нове. Як і у діалектичному законі переходу кількості в якість, широке використання посиленої безперервності привело до того, що сьогодні ми маємо нову екрану стилістичну норму. Зокрема дослідник С. Шавіро стверджує: якщо Голівуд у 1970-ті роки тільки «активізував» посилену безперервність, то сьогодні Голлівуд вибухнув нею, і досяг точки, яку він називає стилістикою постпослідовності [85, с. 123].

Інший дослідник Маттіас Строк цю постпослідовність окреслив як «хаос кіно». М. Строк, на прикладі фільмів Майкла Бея (перш за все, на прикладі франшизи «Трансформери»), стверджує, що класична кінематографічна естетика була замінена міксовим монтажем, гіперактивними рухами камери та шквалом сцен високої кульмінаційної напруги [90]. Послідовність кадрів у фільмах, які використовують ці принципи, часто скорочуються так несамовито, що дезорієнтує глядача у візуальному плані. Графічні принципи часто навмисно порушують безперервність та фрагментують герметичне поле в серію абстрактно пов'язаних частин. М. Строк акцентує, що М. Бей у сценах своїх фільмів, часто ламає кілька основних правил просторово-часової безперервності, таких як різання «по всій лінії» чи використання невмотивованого кадрування (мізансцени) [див. 90].

С. Шавіро вважає, що сьогодні М. Бея можна назвати анти-Гріффітом (протилежністю Девіда Гріффіта, який розробив паралельний монтаж для розповіді історій), бо він розробив новий принцип сполучення кадрів, який не бере до уваги традиційні правила подання просторових і тимчасових

безперервностей [85, с. 119]. Подібні екранні художні засоби не скеровані на створення просторової ясності. Для них не важливо, щоб ви розуміли, де знаходитеся і що відбувається на екрані, головне, щоб ви відчували швидкість та емоційну напругу. С. Шавіро стверджує, що сучасний монтаж фільмів орієнтований не на виробництво смислів (або ідеологій), але безпосередньо в сторону афективної дії [див. 85, с.118]. Це вже не стільки кіно, скільки «візуальний атракціон». «Трансформери» є яскравим свідченням цього. Вони не мають художньої цінності, але збирають велику касу, бо є популярними як засіб розваги.

За словами філософа Мартіна Гайдеггера, швидкоплинний рух дає відчуття того суб'єктивного часу, у якому людина почувається на вершині блаженства [46, с. 162]. За допомогою такого часу людина захищається від нерухомого потоку, який утримує її у нудьзі [46, с. 162]. З точки зору М. Гайдеггера, є різні види нудьги, від більш поверхневих до сутнісно-екзистенціальних. Він ділить нудьгу на різні категорії: нудьга з причини чого-небудь і нудьга по чому-небудь [46, с. 347]. Існує й третій вид нудьги – більш глибока нудьга. М. Гайдеггер стверджує, що у глибокій нудьзі сама нудьга надокучає, так що ніби людина виявляється придушеною нудьгою [46, с. 352]. Зазвичай людина не ставить собі за мету відчутти її, а, навпаки, прагне заглушити нудьгу, намагається «вбити час».

Візуальна стратегія динамічності якраз є засобом боротьби з екзистенційною проблемою відчуття часу. Сучасна естетика «хаосу кіно» максимізує значення руху зображеного у кінокадрах, прагне якомога сильніше вести глядача у віртуальний світ екрану, у якому час рухається зовсім іншим чином, ніж у реальному світі. Сьогоднішні найбільш касові фільми у середньому тривають приблизно дві з половиною години, але прагнуть, щоб свідомість глядача сприймала їх як миттєвість. Адже лише така політика змусить глядача прийти у кіно ще раз. Людина, у свою чергу, завдяки цій стратегії отримує можливість провести час і не відчувати, при цьому, його плинності. І саме це є одним із захисних екзистенціальних бажань

людини, способів боротьби із нудьгою: «проведення часу, спрямоване на те, що б розігнати час» [46, с. 155].

З одного боку, ефективність цього хаотичного динамізму проявляється у тому, що він на фізично емоційному рівні привертає увагу глядачів і вимагає від них забути про рух часу та забути про навколишній світ. З іншого, цей хаотичний динамізм є метафорою сучасного ритму життя. Він презентує вимоги сучасного суспільства до людини: швидкість сприйняття, реакції та адаптації до процесів та обставин, які весь час змінюються.

Тобто, тут подвійний момент – ця візуальна стратегія формує для людини втечу від проблем реального світу, проте одночасно з цим функціонує за законами цього життєвого ритму, від якого тікає людина. Цікавим моментом є те, що ця практика, яка функціонує на принципах швидкої інтенсивної темпоральності, є для сучасної людини відпочинком. Процес, яким цей відпочинок досягається, працює на основі емоційного виснаження, подібно до психологічної сублимації через фізичні дії. Візуальна стратегія динамізму надає емоційну втому, яка, у свою чергу, надає певний емоційний спокій, що у результаті сприймається людиною, як факт відпочинку.

Дослідник Себ Франклін стверджує, що через застосування цифрових технологій монтаж фільмів перемістився з інтерпретаційного режиму до виконавчого, в якому головним є темп роботи із великими базами даних [див. 68]. Тобто, до тієї самої практики взаємодії зі значною кількістю інформації, з якою сучасна людина стикається кожного дня. Тому принципи сучасного монтажу схожі з роботою комп'ютерного коду, який не генерує значення, а безпосередньо спрямовує дію. Для коду існують не стільки значення, скільки команди. Використання даного принципу визначає важливий поворот у екранній культурі. Протягом майже століття дослідники екранної культури були стурбовані тим, що В. Беньямін описав як «шоковий ефект фільму» [7, с. 225].

Але саме сьогодні цей «ефект шоку» використовується масово. Це робиться для того, щоб генерувати необхідну аудиторну відповідь. Ми можемо опинитися, наприклад, у періоді нейрокінематографа, суть якого полягатиме в усуненні всіх суб'єктивностей на користь прямому кнопковому відчуттю. Останні наукові дослідження вже свідчать про те, що за останні 75 років відносна довжина кадру у голлівудських фільмах все ближче підходить до фізіологічного оптимуму психічної уваги [65, с. 7]. Тобто, це вже більш досконала версія принципів кіноіндустрії, про які писали представники Франкфуртської школи [47, с. 164].

Принцип схематизації розваги для формування виробничого споживання, зараз вже не діє так добре, як раніше, тому необхідне вдосконалення, яке здійснюється через візуальну стратегію динамічності. У результаті чого ми вже отримуємо не кліпове сприйняття (мозаїчне, фрагментарне, короткочасне тощо), а клікове, яке ще більш швидке та короткочасне та є більше реакцією, ніж сприйняттям. У випадку нейрокінематографа майже не буде межі між тим, щоб давати клієнтам бажане і змусити їх хотіти те, що ви їм даєте.

У сучасних відеоіграх вже існують принципи прихованого програмування. Вони пов'язані з тим аспектом, що у відеоіграх людина не просто дивиться, а й активно діє, весь час приймає певні ігрові рішення. І щоб ці рішення не перетворювались на тягар та не уповільнювали ритм подій, екранний простір в іграх організують так, щоб непомітно підказувати і вести людину. Для цього, зокрема, використовується особливий екранний художній засіб – внутрішньорівневе оповідання.

Стів Гейнор – колишній геймдизайнер компанії «Irrational Games», говорить, що цей засіб є потужним інструментом, оскільки синхронізує гравця з сюжетом без зайвих складових, не перериває гру відеовставками, або навіть діалогами чи монологами [див. 89]. Суть внутрішньорівневого оповідання полягає у формуванні ігрового кадру так, щоб він допомагав

сфокусувати увагу гравця на важливих сюжетних подіях, які відбуваються у рамках досліджуваного ним віртуального світу.

У грі «Halo 4» (2012 р.) розробники для цього використовують дверні прорізи як спосіб фокусування уваги гравця у потрібному напрямку [див. 89]. Без цих кордонів, гравець міг прийняти зовсім інше невігідне рішення. Інший спосіб формування кадру – центральна композиція. На противагу іншим візуальним видам мистецтв – в яких художники, головним чином, використовують «правило третин» для формування кадру – відеоігри застосовують центральну композицію.

С. Гейнор наголошує, що ключова покадрово сформована подія має «відбуватися і розвиватися в центрі екрану» [див. 89]. Таке центрування – дуже зручний і навіть незамінний інструмент для зосередження уваги гравця на важливій для гри події чи об'єкті. Тому в екшен (англ. action – дослівно: «дія») іграх, зазвичай, загрозливі об'єкти з'являються саме у центрі кадру. У іграх, пов'язаних із вирішення головоломок, – квестах (англ. quest – дослівно: «пошук»), також використовується механізм центрування уваги. Так, наприклад, у грі «Journey» (2012 р.) використовується інструмент, завдяки якому вибір дії стає зрозумілим без зайвих слів по закінченню вступного рівня. Так в одному з моментів гри, на передньому фоні показана піщана дюна з якимисьь вертикальними структурами на її піку; і як тільки пік підкорений, а ці будови вивчені, єдине, що залишається – це гора, що розташована по центру у кадрі [див. 89].

У відеоіграх чим тонше відчутні нюанси, які прагне передати розробник, тим з більшою небезпекою пов'язаний вільний вибір і хаотичний погляд гравця. Повне самостійне конструювання ситуації вимагає як від гравця, так й від розробників значних інвестицій. І тому більше використовуються так звані «рейкові» ігри. У них історія подається в необхідному порядку, шматочок за шматочком, а гравцеві слід тільки слідувати за вказаним маршрутом і активувати точки, які направлять її далі. Звичайно, що людина в грі вільна, і може відмовитись від «підказок



комп'ютера», але тоді вона не зможе пройти гру. Віртуальність тільки теоретично може бути запрограмована на всі можливі шляхи розвитку, і тому, завжди, приносить із собою певні принципи поведіння, завдяки тільки яким людина може у ній існувати.

Але важливим є не стільки ця несвобода, скільки процес її не усвідомлення. Проходячи гру, людина думає про свої заслуги і певно, що частково така думка є справедливою. Адже інакше б не існувало диференціації між гравцями різного рівня. Проте сам результат людина отримує як нагороду за згоду виконувати певні дії. Екранна інтерактивність проектує наші власні розумові процеси на ті, що вже записані у програмному забезпеченні. Вона моделює певні способи мислення, або певні способи розуміння наших власних когнітивних практик: натисніть, щоб зробити вибір, щоб перейти за посиланням тощо.

Це процес «екстерналізації» розуму, який закриває розрив між суб'єктивними психічними процесами і об'єктивним, машинними процесами. Насправді, інтерактивність, яка, здавалось би, повинна подолати «пасивність» і зробити людини більш активним учасником процесу, часто здійснює зовсім протилежне. Таким чином виходить, що художні засоби, які використовуються у більшості сучасних відеоігр, нівелюють медіальну сутність відеоігор як інтерактивного медіа. І тому, у даній екранній практиці, можна говорити про те, що людина знаходиться у позиції глядача, а не гравця (активного учасника процесу).

Скерування гравця у відеоіграх є одним із засобів досягнення принципу безпосередності. Воно зберігає ефект включення в екранний простір і при цьому забезпечує динамічність дій. Динамічність дії та монтажу у «хаос кіно» є високою за своєю візуальною амплітудою і тому вимагає екранних художніх засобів, які б не дозволяли перетворювати екранні історії у сприйнятті глядачів на повний хаос. Дослідник Брюс Айзекс говорить, що таким засобом у «хаос кіно» є зіставлення просторів дій зі споглядальними

просторами [див. 71]. Цей принцип часто використовується у франшизі «Трансформери».

Якщо хаотичні простори дають глядачеві сенсорний заряд, то споглядальні простори – необмежений перцептивний доступ [див. 71]. Кожен набір шумів, безладних, дезорієнтованих дій доповнюється кадрами відносної спокійності, особливо у першому фільмі франшизи, де такі вставки майже завжди зображуються у надзвичайно тривалому кадрі, довжиною часто більше ніж п'ять секунд [див. 71]. Ці тривалі кадри, які часто є уповільненими, раціоналізують агресивні рухи камери. Повільний рух фіксує зображення дії, вписує його у відносне просторово-часове поле.

Техніка раптової зміни, уповільнення швидкості, а потім повернення до початкового ритму називається ремпингом (ramping). Сьогодні вона використовується не тільки у кіно, але й у більшості он-лайн-відео. Використання ремпингу у кінематографі було започатковано фільмом «Матриця» (1999). А у відеоіграх – грою «Max Payne» (1998 р.). У них повільний рух був пов'язаний зі створенням ефекту «Bullet Time» (у перекладі з англ. час кулі) – польоту кулі, випущеної з пістолета, уповільненої до такої міри, що ми дійсно можемо визначити місцеперебування цієї кулі, як і стріли з апорії філософа Зенона Елейського, у конкретній точці простору в будь-який момент її руху.

Ефект «Bullet Time» досягається завдяки використанню великої кількості камер, розставлених по всьому периметру місця дії. Статичні зображення, отримані цими камерами, конвертуються в окремі кадри фільму. Режисери отримують можливість, як пише А. Геллоуей, зафіксувати й повернути місце дії в потоці часу та розглянути це місце в будь-який момент, під будь-яким кутом за своїм бажанням [70, с. 14]. А. Геллоуей стверджує, що кіно й тривимірне моделювання, яке надає нам ефект «Bullet Time», представляють протилежні «онтологічні системи», які радикально відрізняються за своїм походженням та ефектами впливу [70, с. 15]. Кіно, в першу чергу, є темпоральним, а моделювання – просторовим: час є основою

кінематографічного образу, через нього подаються візуальні просторові зміни. Але при використанні ефекту «Bullet Time» час стає змінною, а простір утримується в стані синхронності [70, с. 15]. Відношення між спостерігачем (або камерою) і місцем дії, за яким спостерігають, в цих двох системах відрізняється. Щоб створити рух, необхідно рухати світ при зафіксованій камері, а щоб створити тривимірність, необхідно рухати камеру при зафіксованому світі. У кіно місце дії рухається перед нами, а в комп'ютерному світі ми самі пересуваємося за місцем дії. Іншими словами, ці дві технології мають діаметрально протилежні цілі: якщо кіно прагне показати світ, то комп'ютерні технології прагнуть показати модель. Перше робить акцент на русі, а друге – на об'ємності. Кіно прагне зобразити і зберегти тривалість і, отже, сталість і мінливість зовнішнього світу. Комп'ютерне моделювання прагне розпізнати й відтворити базові структурні параметри, щоб контролювати всі можливі прояви зовнішнього світу.

Просторове моделювання у відео творах, на думку С. Шавіро, йде ще далі ремпингу та ефекту «Bullet Time», у відеокліпі «Splitting the Atom» (2010 р.) гурту «Massive Attack» [див. 86]. У ньому надається рух візуальним простором, статичним у часі. Віртуальна камера рухається, досліджує простір. С. Шавіро стверджує, що це відео дозволяє нам пересуватися по простору в будь-якому напрямку на наш розсуд й дивитися з будь-якої точки в рамках цього простору. А це означає не тільки те, що просторовість стає відокремлена від тривалості, а й те, що демонстрація простору перестає регулюватися конкретною точкою зору і прикріплюється до неї.

Так С. Шавіро стверджує, що зникає фігура ідеального спостерігача, який традиційно був присутній із часів лінійної перспективи. У більш широкому сенсі, стає неможливим існування «метафізичного суб'єкта», який визначається як «межа світу», зовнішнього стосовно «поля зору», яке він спостерігає [15, с. 183]. З нашої точки зору, цієї зміни тут ще не відбувається. Спостерігач залишається, як і його горизонт бачення, представлений поглядом реальної чи віртуальної камери. Масова екранна культура не може

відмовитись від центральної точки спостереження, адже тоді вона втратить принцип безпосередності, а отже й пасивну позицію глядача, яка є головною в її принципах функціонування.

Центральний спостерігач не зникає й у відеороботах, які презентують панорамне візуальне зображення на 180 чи 360 градусів, наприклад, кліп «Saturnz Barz» (2017 р.) гурту «Gorillaz» чи «Revolt» (2016 р.) гурту «Muse». Зміна відбувається у іншому – в характері чи якості цього досвіду спостереження. Для трансцендентального суб'єкта простір був «формою зовнішнього почуття», а час – «формою внутрішнього почуття» [23, с. 325]. Відеозображення, з початку свого виникнення, формувало часову ритміку через візуальних рух змін у середині простору. Сьогодні, з використанням цифрових технологій, відеозображення подає час через простір, через просторові частини окремих подій («хаос кіно») чи через цілісний простір (комп'ютерне моделювання).

Дослідник Девід Родовик стверджує, що кінематографічний досвід ґрунтується на тісно взаємопов'язаних «автоматизмах» (базеновської) індексальності й (бергсоновської) тривалості [83, с. 41]. Аналогові фільми демонструють нам тривалість конкретних подій у часі, рух камери та монтажу фактично розповідає нам про минуле, про «досвід часу» [83, с. 121]. Однак, на думку Д. Родовика, цифрові медіа це змінюють. Там, де фотографія й кінематограф в аналоговій формі зберегли сліди початково наявної реальності, цифрові медіа ці сліди стирають, перетворюють їх в довільний код [83, с. 116]. Цифрові медіа замість спостереження за минулими процесами транслюють прояв зміни у сьогоденні [83, с. 136].

У цифрових роботах, з точки зору Д. Родовика, не просто перестає існувати час, але й простір втрачає безперервність та тривалість, адже будь-який параметр зображення можна змінити [83, с. 169]. Таким чином, на думку Д. Родовика, у цифрових медіа ніщо не рухається, ніщо не триває, там існує лише ілюзія руху – «відчуття часу поступається місцем простої тривалості чи «реальному часу» безперервного справжнього» [83, с. 171].

Крім способу-руху, який Ж. Дельоз вважає характерним для класичного кінематографа, й образу-часу, який він приписує артхаусному кіно, у даний час ми стикаємося із третім типом, який С. Шавіро називає «розширеним часом» (*extensive time*), або хонтологічним часом (*hauntological time*) екранних медіа. Він говорить, що за останні кілька десятиліть ми перемістилися із часу в простір [див. 86]. І це є продовженням принципу безпосередності, адже просторовість дає рецептивний досвід без розривів.

Але також, просторовість є продовженням візуальної стратегії динамічності, адже зазвичай вона використовується у контексті руху у візуально інформаційно наповненому просторі. Так, наприклад, у фільмі «Месники» (2012 р.) все поле фінальної битви охоплюється у формі динамічного просторового проходу за одну хвилину. Замість монтажного сполучення ми отримуємо просторовий огляд. І ця техніка набуває все більшого застосування, її принцип повторюється у продовженнях франшизи «Месники», та в іншому фільмі «Бетмен проти Супермена» (2016 р.). Жоден кінооператор не зміг би повторити такий швидкий нелінійний проїзд, який створюється на комп'ютері за допомогою технології «total capture», комп'ютерної анімації та композитингу. Використання композитингу, також, вказує на акцент створення просторових моделей у творах сучасної масової екранної культури. Адже композитинг об'єднує різні елементи в єдине ціле.

Художній засіб заміни часу простором є частиною візуальної стратегії динамічності і має теж саме культурне значення, тільки виражене у іншій формі. Це ознака культури, орієнтованої на сьогоднішній день, на миттєвість відчуттів, що є принципом суспільства споживання, частиною якого є масова екранна культура. Швидка ритміка акцентує увагу на короткочасності, а значить, робить неважливим минуле та майбутнє. Швидкість скасовує бачення минулого і заперечує справжній погляд на майбутнє й тим самим ізолює нас у теперішній час, який виступає нашим єдиним джерелом безпеки. Так само і просторове моделювання, яке робить час статичним, здійснює акцент на теперішньому. Акцент на емоційно та інформаційно інтенсивному

теперішньому – це, також, боротьба з екзистенційними проблемами: відчуттям плинності індивідуального часу та фактом своєї смертності.

Моментами, які також активізують факт смертності, є образи смерті та насилля. І масова екранна культура з ними бореться. І здійснює це, зокрема, за допомогою екранного художнього засобу «Slow Motion» (від англ. Slow Motion - сповільнений рух) – уповільненого показу дії. Тобто принципу подібного до ефекту «Bullet Time». Сьогодні жоден масовий фільм не обходиться без «Slow Motion» для зображення процесу смерті чи руйнування. Початок розвитку цієї технології пов'язують із Лені Ріфеншталь, яка застосувала її в своєму фільмі «Олімпія» (1938 р.). У ньому «Slow Motion» використовувався для ідеологічної мети – показати красу і силу арійської нації. Сьогодні ж ця техніка служить іншій ідеологічній меті – перетворення смерті й насильства з страшних подій в захопливі й красиві зображення.

Кращим прикладом цього є фільм «300 спартанців» (2007 р.). У ньому ця техніка отримала найбільше застосування. Фільм являє собою динамічне видовище, коли «екшен» періодично прискорюється і сповільнюється та надає глядачеві у всіх деталях насолодитися тим, як відважні спартанці «кришать персів на дрібні частини». Уповільнене фільмування дарує новий досвід, розкриває внутрішній процес руйнування, який є не підвладним людському оку в звичайному житті. Незвичайність цього досвіду лежить в принципах самого процесу, а не події. І тому технологія уповільнення головним робить екранне зображення, а сама історія отримує лише другорядне значення. «Slow Motion» показує образ смерті неприродним чином і робить його штучним, створює «технічну смерть», яка викликає інтерес і задоволення. Цей художній засіб є частиною іншої візуальної стратегії масової культури – стратегії естетизації образів смерті та насилля.

Як зазначає І. Покулита та І. Виселко, екранні медіа формують естетичний досвід суб'єкта лише в тих параметрах, в яких цей процес має комерційний результат [14, с. 235]. А результат цей досягається через

привабливе, тому всі естетичні образи редукуються до приємного, яскравого та втішного [14, с. 235]. Так само, і образ смерті, як і сама смерть є комерційно не вигідними. Ж. Бодрійяр, вважає, що боротьба зі смертю в сьогоднішній культурі активно здійснюється через її економічну невідповідність. Смерть як небіжчик є не вигідним об'єктом, адже з ним нічим обмінюватися [9, с. 198]. Тому, з точки зору Ж. Бодрійяра: «Вся паша культура – це одне суцільне зусилля відокремити життя від смерті, приборкати амбівалентність смерті» [9, с. 198].

Сучасна культура взагалі намагається підпорядкувати собі факт і образ смерті через різні владні практики. Так, на рівні політичної ідеології формуються принципи «біо-влади» – численних технік підпорядкування тіл і контролю за населенням. М. Фуко стверджує, що: «колишню могутність смерті, в якій символізувалася влада суверена, тепер ретельно приховано управлінням тілами й розважливим завідуванням життям» [44, с. 244]. Тобто, відбувається примусове форсування підтримки життя заради життя: штучні нирки, інтенсивна реанімація дітей з вродженими каліцтвами, пересадка органів, заборона евтаназії й т. д. У результаті руйнівний образ смерті перетворюється в маніпульований об'єкт.

Простір екрану в тенденції «знищення смерті» грає особливо важливу роль, адже віртуальне життя, як життя серед симулякрів, робить практично будь-який факт (до факту смерті) оборотним, і тому не вимагає такого жорсткого контролю над життям із боку суб'єкта. Масові фільми впливають на сприйняття факту смерті через певний сюжетний ряд з таким образом смерті, який не був би настільки психологічно важким і страшним. Так, дослідниця Марія Скрипкар вказує, що в сучасному кінематографі використовується принцип трактування смерті як події, яку можна передбачити і тим самим уникнути («Пункт призначення» (2000 р.), «Дзвінок» (2002 р.), «Особлива думка» (2002 р.), «На кордоні майбутнього» (2014 р.)) [39, с. 130].

Інша сюжетна стратегія пов'язана з тим, що одна з видів смерті завжди сильно вражає глядача – смерть головного героя. У зв'язку з цим, сьогодні особливої популярності в масовому кіно набирають історії про супергероїв, над якими фактично не владна смерть: «Людина зі сталі» (2013 р.), «Перший Месник» (2011 р.), «Тор» (2011 р.), «Росомаха» (2013 р.) і т.д. Таким чином, масова екранна культура активно прагне «приручити смерть». Але сюжетні засоби не можуть вирішити проблему повністю, оскільки динамічна дія екрану неможливо без конфліктних ситуацій, які повинен долати головний персонаж у фільмі чи відеогрі. Драматизація на основі страждань і смерті є необхідним елементом кінопродукції, без неї глядач не буде співпереживати подіям і тому не зможе «втєкти» у віртуальну реальність екрану. Однак засилля страждань можуть відштовхнути глядача. Тому одним із класичних принципів кіно було помірне використання насильства у фільмах.

Кількість образів смертей та насилля регулює комісія зі встановлення вікових обмежень для глядачів фільмів. Наприклад, в Америці це – комісія МРАА (Motion Picture Association of America film rating system). Вона дає рейтинг тим картинам, в основі яких вже закладається можливість бути масовими – доступними широкому колу глядачів чи ні. Оцінка визначає обмеження глядацької аудиторії, головним чином, здійснюється шляхом виключення в неї підлітків і дітей. Базовими принципами в цьому виступають допустима кількість насильства, смертей і крові на екрані. Фактично, головним чинником у визначенні рейтингу виступає ступінь і особливість показу цих моментів у фільмах. Якщо ми подивимося сучасні найбільш прибуткові фільми, то все одно в них спостерігається велика кількість руйнування, стрільби й смертей, проте вони доступні широкому колу глядачів.

Інтернет-сервіс «Go Compare» зробив дослідження у, якому простежив тенденцію щодо збільшення екранних смертей у голлівудських фільмах з кожним десятиліттям. У 1940-і був тільки один фільм, де загинуло 50 персонажів чи більше, в 1950-і - чотири, в 1960-і - 33, в 1970-і - 44, в 1980-і -



84, в 1990-і - 119. При цьому із фільмів 2014 року в топі виявилось відразу чотири стрічки [72].

Фонд Роберта Вуда Джонсона та Annenberg Public Policy Center при Університеті Пенсільванії провели дослідження на основі касових картин із 1950 по 2012 роки і прийшов до парадоксального факту. З того часу як в середині 1980-х була введена рейтингова система, кількість насильства в фільмах PG 13, які не рекомендуються, але і не забороняються до перегляду дітям до 13 років, помітно збільшилася. Сьогодні воно перевищує кількість сцен насильства у фільмах із рейтингом R, які дітям до 17 років дозволяється дивитися тільки в супроводі з дорослими [див. 63]. Ця суперечність пояснюється тим, як в сучасному масовому кіно використовують природну дискретність кадру – здатність показувати частину загальної події. У масових фільмах показують, як люди стріляють зі зброї, але майже не показують, як кулі потрапляють у тіло людини. Не показують і результати інших жорстоких моментів: кров, відірвані частини тіла тощо. І коли, наприклад, руйнується будівля, то показують лише загальний план людей у ній і її падіння, але майже не візуалізується момент смерті цих людей. На екрані швидше зображується, як головний герой рятує когось, а не як в цей же момент хтось гине.

Сьогоднішнє бажання глядача побачити і відповідно потреба масової екранної культури дати новий незвичайний і динамічний досвід створює необхідність не прибирати насилля та смерть з екрана, а змінювати їх якість, «знецінювати» через естетизацію. Актуальність використання візуальної стратегії естетизації пов'язана з домінуванням в сучасній культурній епосі принципу естетизму. Сучасна людина – це людина-споживач, яка прагне до оновлення задоволення, вона є естетиком. Якщо можна говорити про знецінення насильства на екрані, то слід визначити, в чому полягає його цінність. Ціннісний аспект насильства й екранного насильства взаємопов'язаний з етичним ідеалом і естетичним ідеалом.

Однак, естетичне не містить в собі моральних ціннісних орієнтацій, естетичний ідеал відбирає те, що буде значимо для естетичної насолоди. Саме естетичний, споглядальний тип світовідчуття проявляє себе в масовій екранній культурі. Знецінене насильство, як видовище, є більш характерним для світу, байдужого до моральності. Естетика сучасних масових фільмів являє собою гру з образами й широко використовує карнавалізоване, тобто естетизоване насильство.

Дослідниця Інеса Тропина стверджує, що естетизація насильства пов'язана з явищем дестабілізації знаку – порушення відносин між означуваним і означаючим [42, с. 3]. Для естетичного суб'єкта, як зазначає М. Ямпольський, доцільність форми не відсилає до змістовної закономірності, але тільки до задоволення, тому означаюче, як референтність форми зникає [53, с. 291]. Персонажі, через яких створюється насильство на екрані – герої індивідуалізованого толку, є сутність естетизації насильства. Так, фігура психопата-вбивці чи маніяка в сучасному кінематографі та серіалах, часто подається як «естета», який здійснює вбивство як творчий акт чи доповнює свої нахили садиста творчою діяльністю.

Наприклад, у серіалі «Ганнібал» (2013-2015 рр.) головний герой не просто холоднокровний вбивця-канібал, але різнобічно обдарована особистість: він пише музику, малює картини, готує вишукані страви. Цей образ дозволяє творцям серіалу маніпулювати образами насильства і смертей через монтажне з'єднання з естетично красивими кадрами. Так, в даному серіалі епізоди проявів жорстокості часто з'єднуються з красивим візуальним рядом того, як головний герой готує їжу, малює тощо.

Один зі способів реалізації стратегії естетизації насильства і смерті створюється через формування «візуального атракціону». З точки зору теоретика кіно Юрія Арабова, цей процес здійснюється через хаотичність образів насильства і смерті, тотальне охоплення ними усього екранного простору [1, с. 38]. Подібний візуальний образ формує у глядача розумову розслабленість, створює байдужість до оцінки того, що відбувається [1, с. 38-

39]. Тобто зміна якості смерті й насильства досягається шляхом «розмивання» їх негативного значення з допомогою багаторазового повторення візуальних образів. В результаті насильство і смерть трансформується з індивідуально неповторної події в багаторазово-повсякденну. Цей принцип реалізується сьогодні, наприклад, південнокорейських трилерах, які є зараз доволі популярними у світі.

Так, наприклад, у фільмі режисера Кім Чжі Уна «Я бачив диявола» (2010 р.) вся механіка фільму діє через постійні акти жорстокості. У кінокартині безліч бойових сцен, які перетворюють події в атракціон завдяки тому, що персонажі використовують для своїх цілей все, що потрапляє під руку: серп, молоток, викрутку, кухонні ножі. Кінокритик Констянтин Бударин каже, що саме завдяки подібному художньому засобу фільм є популярним без використання таких масових технологій як: «3D ефекти й підліткові фантазми» [див. 10].

Процес естетизації насильства отримує максимальне застосування у відеоіграх. Дослідник Бред Бушман, який вивчає популярність насильства у засобах масової інформації і в поп-культурі протягом більше ніж 25 років, говорить, що відеоігри стають все більш жорстокими [див. 81]. Для доказу, своїх тверджень він звертає увагу на ігри, які були виставлені на E3 у 2014 р. Щорічна конференція є вітриною найбільших майбутніх ігор, на ній показують трейлери та геймплейні кадри із сотень найменувань. У своїй більшості ці трейлери базуються на насильницьких сюжетах, як наприклад трейлери «Mortal Kombat X» (2015 р.) та «Assassin's Creed Unity» (2014 р.) [див. 81].

До цієї сфери можна віднести і відеоігру «God of War: Ascension» (2013 р.), яка є продовженням популярної ігрової франшизи. За даними сайту «Gamebomb.ru», вона була визнана найжорстокішою з показаних ігор на світовій виставці E3 2012 [див. 37]. Насильство в грі є основою сюжету – головний герой спартанський генерал Кратос намагається вгамувати свій гнів і спрагу помсти, тому вбиває всіх на своєму шляху, в тому числі й богів. За

словами розробників гри, команда хотіла зробити бої, в яких кожне натискання кнопки доставляло б задоволення гравцям [див. 37]. Гра стає неймовірним естетичним видовищем, оскільки кожен насильницький акт головного героя візуалізується через витончені акробатичні піруети, а самі кровожерливі й жорстокі моменти через великі ракурси камери, дозволяють гравцям розглянути найдокладніші деталі [див. 22]. Подібні відеоігри стають легальним способом вбивств у всій різноманітності їх методів, а також дають моральний дозвіл на отримання задоволення від процесу знищення.

У сучасних творах масової екранної культури кожна нова сцена катастрофи чи насильства повинна стати кращою за попередню. При цьому проблематика насильства кодується естетично, автоматично перекладається в реєстр розважального жанру й експлуатується в якості досить ефективного і сильного засобу. Насильство у сучасній масовій екранній культурі перетворюється в технологію і має на увазі застосування певної техніки впливу на публіку заради досягнення необхідного ефекту і подальшого залучення уваги найширшої аудиторії. Цей принцип реалізується і у соціальних мережах.

Розслідування «Firecrest Films» для британської телепередачі «Channel 4 Dispatches» показало комерційне значення насильницького відео для мережі «Facebook» [див. 66]. Розслідування реалізувалось у тому, що одна журналістка працювала під прикриттям у центрі модерації контенту британського сегменту «Facebook». Виявилось, що хоча у мережі «Facebook» є чіткі правила стосовно сцен насильства, на практиці ця політика діє зовсім іншим чином. У розслідуванні наводиться приклад відео з бійкою двох школярів, яким користувачі поділилися понад тисячу разів. Згідно з правилами «Facebook», це відео повинно бути видалено, однак модератору дають вказівку не робити це, а лише відзначити його в якості «турбуючого» (це накладає обмеження на те, хто його може побачити) [див. 66].

Роджер Макнеймі, один з перших інвесторів компанії «Facebook», пояснює, що політика «Facebook» зацікавлена у такому контенті, адже він

приваблює людей на платформу [див. 66]. Для «Facebook» необхідно, щоб люди проводили більше часу на сайті, адже чим довше вони знаходяться на сайті, тим більше реклами вони бачать. Насильницький контент становить велику цінність, оскільки такі ситуації можуть спровокувати значну кількість людей.

Отже, візуальні стратегії сучасної масової екранної культури продовжують принципи культууроіндустрії. Культууроіндустрія через стиль прагнула надати розвагам промислово-механічну форму споживання, чіткого ритму та чіткого результату. Сьогодні нові технологічні можливості дозволяють масовій екранній культурі перевести ці принципи на рівень програмування свідомості. Принцип безпосередності під'єднують людину з віртуальним світом, «хаос кіно» та внутрішньорівневе оповідання формують прості швидкі реакції, а ефект «Slow Motion» здійснює естетизацію образів насилля та смерті. Це нова більш ефективна форма ескапізму, форма втечі від екзистенційних та буденних проблем.

Онтологічна безпека індивіда вимагає соціальних гарантій, які досягаються шляхом ізоляції деяких областей досвіду, потенційно небезпечних для збереження задовільного психологічного самопочуття особистості. І масова екранна культура досягає цього через візуальні стратегії динамізму та естетизації насилля та смерті. Проте, це процес витіснення травми, а не її лікування, що цілком закономірно призводить до певних культурних наслідків – формування людини, яка у своєму житті робить акцент на миттєво-інтенсивні моменти переживання.

### **2.3. Екранна арт-культура як засіб протидії**

#### **розважально-маніпулятивним проявам масової культури**

Якщо масова екранна культура віддзеркалює принципи та реалії сучасного життя, то екранна арт-культура, функціонує як критика – вказує на те, що потрібно змінити чи чого потрібно досягти. У цьому вона не завжди

діє окремо, а виступає частиною загальних культурних рухів. Так, наприклад, візуальна стратегія естетики повільного співвідноситься з «Повільним Рухом» (Slow Movement). Він виник в 1986 році в Італії, внаслідок проведення демонстрації, спрямованої проти появи ресторану швидкого харчування «Макдональдс» поруч з важливою історичною пам'яткою – площею Іспанії [80, с. 90]. Акція отримала назву «слоуфуд» (англ. slow - повільний і food - їжа), на противагу «фастфуду» (англ. fast - швидкий і food - їжа). Згодом рух поширився на інші сфери життя, які потребують захисту від динаміки процесів глобалізації та всесвітнього технічного прогресу. Науковець Лука Сімонетті каже, що цей рух з самого початку виступав не просто проти харчової моделі, а проти нової культури, яка опікується швидким ритмом життя, оскільки головною цінністю робить економічний прибуток [87, с. 2].

Подібним чином і естетика повільного у екранній арт-культурі є контрстратегією, оскільки її принципи, з точки зору, теоретика кіно Метью Фланглана проявляється в тому, що автори робіт «відступають» від естетичних принципів масового кіно, змінюють наші очікування від кінематографічного оповідання і фізично налаштовують на помірний ритм [див. 68]. Він наводить дані того, що якщо в масовому кінематографу середня тривалість кадру сягає не більше 8 секунд, то у фільмах, які використовують естетику повільного, вона варіюється у проміжку від 36 до 885 секунд.

Візуальна стратегія естетики повільного подібно до феноменологічної редукції виступає засобом очищення досвіду від мінливих історичних обставин і виявлення основ взаємини суб'єкта зі світом. Ж. Дельоз стверджує, що коли Едмунд Гуссерль в акті феноменологічної редукції закликає взяти емпіричного суб'єкта в дужки, тим самим відкривая шлях до трансцендентальної суб'єктивності, дана процедура зовсім не означає відмову від емпіричного сприйняття [18, с. 27] Навпаки, останнє залишалось як важливий елемент суб'єктивності, тільки тепер воно отримувало для себе трансцендентальні підстави. Фактично час емпіричного суб'єкта і час

трансцендентального суб'єкта – одне і те ж, це – час моменту «тепер», потік моментів «тепер», нерухомих зрізів сприйняття, що приводяться в рух свідомістю [18, с. 27].

Якщо цифрові технології дали можливість режисерам масового кіно «знищувати» час, то режисерами артхаусного кіно, навпаки, – можливість звернутись до реалістичної часової тривалості. У період плівкового кіно довжина кадру була обмежена кількістю плівки у котушці. Для цифрового кіно це обмеження стосується тільки розміру жорсткого диску і тому має набагато більший потенціал для передачі реалістичного руху часу. Акцент на передачу часу у його реалістичній повноті, приводить до того, що «повільні фільми» часто мають значну тривалість. Так, у режисера Лав Діаса, якого відносять до течії «повільне кіно», є фільми які тривають і п'ять, і шість, і навіть дев'ять годин. Але ціллю «повільного кіно» є зовсім не тривалість, сама по собі, а те, щоб кожний кадр передавав відчуття реальності.

У цьому принципі режисери «повільне кіно» є продовжувачами теорії монтажу А.Тарковського, який хотів, щоб час у фільмі був більш значущим і істинним, став об'єктом безпосереднього сприйняття, а не просто тимчасовими рамками конкретного епізоду [див. 76]. Такий ритм часу дозволяв би бачити життя в її сутності. Саме тому режисери «повільного кіно» використовують принципи монтажу А. Тарковського, адже їх увагу скеровано на зображення повсякденної дійсності.

Більшість «повільних фільмів» виглядають як документація, тільки документація не якоїсь особливої ситуації, а документація життя пересічної людини. Тому переказ сюжету багатьох «повільних фільмів» є фактично безглуздим. Наприклад, якщо описувати фільм «Свобода» (2001 р.) то ми отримаємо наступний текст: людина сидить біля багаття, рубає дерево, потім переносить зрубані стовбури дерев, їсть, слухає музику, плива на човні і так далі. «Повільне кіно» не текстуально, а візуально і фактично безсюжетне. Вся суть передається тільки через візуальне сприйняття послідовності дій.

Споглядання повсякденності розкриває реальність людської дійсності. Це показ наших щоденних дій, щодо яких ми не встановлюємо рефлексивної дистанції. О. Аронсон називає даний принцип «входженням в присутність» [2, с. 142]. Він каже, що це час нашої свободи, але так само самотності та блукання, без привнесеного в неї сенсу ззовні [2, с. 142]. Сенс показуваного, як і в житті, дорівнює самому собі – немає жодних метасмислів. Сенс виявляється «тут», в безпосередності художнього твору, яке оголює структури існування в світі.

М. Гайдеггер стверджує, що істинність буття приховано від людини, але оскільки час сутнісним чином відноситься до буття і становить його основу, то здатний виявляти «просвіт» [45, с. 50]. Коли час не наповнений для нас чимось, що приковує увагу, то ми сприймаємо кожен одиницю часу як час. У даному випадку проявляється можливість радикальної різкої зміни тому, що скидається завіса сенсу з предметів, і вони постають порожніми і швидкоплинними. Людина зустрічається з «Ніщо» як наслідком тимчасовості Dasein» [46, с. 350].

Для створення цього «просвіту» у «повільному кіно» застосовується техніка затримки дії. «Хаос кіно» також застосовує затримку дії, тільки у ньому вона здійснюється через технологічне уповільнення зображення, а у «повільному кіно» через реальну затримку на певний час камери на об'єктах, перед переходом до наступного кадру [88, с. 59]. Прикладом може слугувати статичний план довжиною в 4,5 хвилини із фільму «Лицарська честь» (2006 р.), в якому головні герої сидять фактично нерухомо на тлі місяця, який рухається по небу.

Якщо «хаос кіно» використовує свою техніку для трансформації часового сприйняття у просторову перцепцію, то «повільне кіно» своєю затримкою дії, навпаки, показує саму тривалість – образ-часу. Це час, безпосередній образ-час, який уповноважує те, що змінюється, формою незмінною, але зазнає зміни. Ж. Дельоз говорить, що коли кінематографічний образ у своїй статичності найбільше наближається до фотографії, він також



радикальніше всього від неї відрізняється [18, с. 310]. Час – це повнота, тобто незнайома форма, заповнена зміною. У буденній банальності образ-рух прагне до зникнення на користь чисто оптичних ситуацій, проте образ-час виявляє зв'язки іншого типу, що вже не є сенсомоторні й залучають органи чуття в безпосередні стосунки із часом і думкою [18, с. 311]. М. Фланаган каже, що суть техніки затримки дії полягає у тому, що рух сповільнюється майже до моменту статичності, час ніби припиняє рух і ми вимагаємо його назад, щоб взаємодіяти з ним і подумати про свою чутливості до світла і звуку [див. 68].

Таким чином «повільне кіно» досягає того, що досягає, з точки зору Моріса Мерло-Понті, філософія завдяки феноменології й екзистенціалізму – розкриття «досвіду світу, опис контакту людини зі світом, що передує будь-якої думці про світ» [77, с. 48]. Ми живемо серед предметів, створених людиною, у будинках, на вулицях і більшу частину часу бачимо їх лише крізь призму людської діяльності. Ми звикли думати, що все це буде у разі потреби, що все це незмінно. «Повільне кіно» усуває (виносить за дужки – редукує) ці звички і виявляє до-людські підставу природи, на якому облаштовується людина, світ таким, яким він існує перед досвідом, нерозривне переплетіння досвіду тіла і досвіду світу [33, с. 44].

Стратегія схожа на естетику «повільного» в кіно, існує і в іншому сучасному візуальному мистецтві – відео-арті. Мистецтвознавець Антон Денікін вказує, що у відео-арті існує тенденція, яку можна позначити як «натуральний реалізм» чи «вдивляння у дійсність» [19, с. 95]. Цю естетику у тій чи іншій мірі використовують такі сучасні художники, як: С. Братков, А. Сала, О. Чернишова, Я. Фудонг, С. Сафді, Р. Уелч та інші. Схожість з «повільним кіно» проявляється в тому, що дані художники усувають у своїх роботах кордон між художністю і документальністю. Вони, пропонують сучасному глядачеві, звиклому до динамічного життя, надовго зафіксувати свій погляд, щоб зрозуміти яким різним буває світ. Їх відео роботи протистоять штучності масового кіно і телебачення.

Стратегією художниці С. Сафді є фактично використання техніки «повільного кіно» – затримки дії. У своїх відео роботах (Мутон (2013 р.); Океан, небо і рух в піщаній бухті (2013 р.); Пуерто-Ескондідо (2014 р.); Ла-Барра (2014 р.)) вона здійснює статичні відео-погляди довжиною в один кадр. Статичність камери створює чіткі рамки, схожі з рамками картинної площини, проте в цій статичній площині передається повільна динаміка життя – природа показує своє приховане «дихання». Це відбувається, наприклад, через повільний рух хмар в роботі «Час» (2012 р.). Відео С. Сафді зняті статичною камерою одним планом та кадром, подібні до фільмів братів Люм'єр. Художні елементи (ракурс, монтаж, експресивні світлові ефекти) у них не розроблені й тому фотографічна реальність пручається глядацьким спробам редукувати її до знаку і залишається у більшості випадків «видом», видовищем, розрахованим на роздивляння, але не на прочитання.

У більшості випадків естетика «повільного» використовується у відео-арті для реабілітації важливості повсякденної реальності. Якщо документальний характер телебачення спрямований на показ актуального і цікавого, то відео-арт, який використовує естетику повільного демонструє повсякденну тривіальність. Ця повсякденна тривіальність ніколи не потрапляє в телевізійні новини, однак є важливим аспектом людського життя. Наприклад, у відеороботі Сергія Браткова «Банка супу» (2004 р.) показується пенсіонерка, яка їсть суп із літрової банки в радянській їдальні, санаторного типу. Документальна відеоробота показує, як обставини перетворюють людину в тварину – безпомічну, позбавлену емоцій.

Естетична нейтральність, відмова від постановчих і незвичних прийомів, на думку Б. Гройс, дає можливість відеороботам О. Чернишової розкривати позаісторичну реальність [див. 55]. Її роботи часто демонструють процес циклічності дії. Але відчуттів того, що рух відбувається по колу, формує не фізичним зацикленням відео, а поглядом камери, спрямованим на повсякденні монотонні повторювані дії, які начебто не можуть закінчитися. Нескінченним, є візуальну подорож у роботах: «Поїзд» (2003 р.), «Теплохід

«Діонісій»» (2004 р.). Відеотехніка в роботах О. Чернишової реалізовує себе як елемент буття. Буття не може бути упізнано як буття, так само як і реальність здатна відкритися лише на мить. Саме вторгнення відео як нової технічної та методологічної можливості дозволяє знайти темпоральні і візуальні плани, які наближають людину до власної самості [див. 55].

У випадку використання естетики повільного у кіно, відео-арті ми отримуємо одна і те саме – реальність, очищену від усіх об'єктивно-розумових і соціально-ідеологічних форм, у «природному вигляді», що вільно існує заради самої себе та вражає власною своєрідністю. А. Базен говорив, що реалізм є насамперед «потреба висловити конкретне й одночасно істотне значення світу» [4, с. 42]. Відповідно до феноменологічного принципу редукції, А. Базен вимагав «очистити» відео образ від всяких навмисних спотворень, що прагнуть обдурити глядача «ілюзорною схожістю форм», щоб потім із «фотографії» зробити онтологічний еквівалент моделі [58, с. 90].

І як приклад правильної реалістичної візуальної стратегії, він приводив напрям італійського неореалізму. А. Базен казав, що у фільмах цього напрямлення факти слідували один за іншим, передавали безперервність дійсності і не підпорядковували її будь-якій точці зору [4, с. 283]. Італійський неореалізм був не просто певним кінематографічним напрямленням, а наслідком Другої світової війни. Післявоєнна Італія відчувала на собі вину колишніх військових подій і тому прагнула виправдатись перед очима інших країн, через показ загальних для всіх післявоєнних проблем, проблем життя простої людини. Стратегія повільного у сучасній екранній арт-культурі є реабілітацією, проте не реабілітацією певної країни чи нації, а реабілітацією самих екранних медіа, бажання показати, що вони здатні існувати та презентувати важливі твори, які не є ідеологічними і не містять масової естетики розважання.

Візуальна стратегія естетики повільного показує наскільки реальність вражає і розповідає набагато більше ніж будь-які художні прийоми. Можливо

тому ця стратегія сьогодні використовується таким масовим медіа, як телебачення. У 2009 році в Норвегії була показана передача, яка стала основою того, що сьогодні називається «повільне ТВ». Дана програма являла собою показ записи семигодинного руху потягу, записаного камерою з кабіни машиніста. Програма отримала високі рейтинги переглядів, у результаті чого виник новий телевізійний формат, повністю протилежний принципам сучасного розважального телебачення. Принципи «повільного телебачення» полягає в тому, що показується реальна подія (іноді навіть у реальному часі), у свою повну хронологію, в яку ніхто не втручається. Тобто, головне завдання «повільного ТВ» – передати реальність такою, якою вона є.

Феномен «повільного ТВ» на даний момент належить тільки норвезькому телебаченню. Адже найбільш схожі передачі: пряма трансляція на американських каналах на Різдво каміна, який палає, і французька дев'ятигодинна передача про людину, яка йде по Токіо спиною вперед, співвідносяться більше з принципами розважального телебачення [див. 32]. Суть першої пов'язана з важливим святковим «ритуальним» елементом, а друга ґрунтується на спостереженні за ефектним трюком. Таким чином, естетика «повільного ТВ» є окремим культурним феноменом. Можливо, це пов'язано з тим, що «повільне ТВ» зосереджує свою увагу на важливих з точки зору історії та культури для норвежців географічних об'єктах. Продюсер даної передачі говорить: «важливо, що ми робимо шоу про те, що кожному знайоме, зрозуміло, що лежить десь глибоко в нашому культурному коді» [див. 21]. Тобто «повільне ТВ» не позбавляє медіа глядача його основного бажання споживання, але пропонує йому новий об'єкт: не симулятивне видовище, а реальність як таку.

Ухвалення естетики «повільного» на масовому рівні, з одного боку, показує, що у людей з'явилася потреба збалансувати свій динамічний спосіб життя протилежним досвідом. З іншого, це вказує на те, що сьогодні дивитися на реальний світ людина готова тільки через призму екрану. Екран є доволі зручним засобом, якщо у вас немає можливості поїхати у подорож,

подивитися певну країну. Замість цього ви можете подивитися фільм про це, здійснити екранну подорож, не виходячи з кімнати. Знання про існування даної можливості формують певну пасивність, тому візуальна стратегія естетики повільного реалізується тільки, якщо вона поєднана зі стратегією культурної критики. Повинен бути художній засіб, який здійснить певний «укол» і не дозволить сприймати цей твір у рамках простого споживання. Цей момент реалізується також через іншу візуальну стратегію екранної арт-культури – стратегію жорстокості, яка є протилежною до методів візуальної стратегії масової екранної культури по естетизації образів насилля та смерті.

Екранна арт-культура вимагає від людини замислитись над собою і своїм життям і тому апелює до тих тем, які найбільш сильно впливають на неї. Смерть, стихійні лиха, жахи війни, акти насильства і терору – найбільш здатні потрясти нашу свідомість. У всякому разі, такі сцени нас хвилюють і обурюють, не дозволяють нам залишатися на позиції стороннього спостерігача. А оскільки такі прояви людської натури чи природних стихії є елементами фізичної реальності, то вони можуть бути використані в якості сильних візуальних образів. А. Базена стверджував, що в аспекті образу смерті кіно має більш можливостей ніж інші види мистецтва [4, с. 118].

Ні живопис ні фотографія та література не в змозі показати те, що може кінематограф, а саме: момент переходу від життя до смерті [4, с. 63]. У випадку коли образ смерті не естетизується як у масовому кіно, а являє собою сильний образ – аглітизоване насильство, то глядач негайно починає дивитися внутрішнє кіно про власних мерців – осмислювати своє існування. Саме така стратегія може дати те, що М. Гайдеггер називає істинною спрямованістю до смерті, у якій «відбувається в кінцевому підсумку усамітнення людини до її неповторного ось-буття» [46, с. 29]. «Ось» – це відкритість, яка означає характер зв'язку людини і світу як передумову буття та іменується М. Гайдеггером як «присутність» [45, с. 30-31]. Присутність є моментом використання здатності осмислювати власне буття.

У одного із сучасних артхаусних режисерів, Гаса Ван Сента, тема смерті присутня у кожному фільмі. Ще на першому етапі творчості Г. В. Сента в його ранніх картинах завжди знаходилось місце сюжетам, пов'язаних зі смертю. Але у ранніх фільмах смерть не ставала темою, оскільки стосувалася не головних героїв. Кардинально нове ставлення до смерті у роботах Г. В. Сента виникло із початком нульових років. Так, кінокритик Олександр Телюк говорить, що Г. В. Сент використав у своїх фільмах чотири із п'яти можливих способів показу смерті у кіно (погляди ката, жертви, свідка, спостерігача і самої смерті) [див. 41]. Спочатку у фільмі «Джеррі» (2002 р.) він показує відсторонений погляд абстрактного спостерігача на смерть. Потім у «Слоні» (2003 р.) використовує погляд ката. Згодом у «Останні днях» (2005 р.) зображає трансцендентний погляд на смерть. І нарешті «Параноїд Парк» (2007 р.) – знову погляд свідка, але вже не відстороненого [див. 41].

Важливою є не тільки тема, а й те, як смерть показується на екрані. У Г. В. Сента вона не полонить екранний простір повністю, а з'являється майже одноразово, неочікувано і жорстоко. У фільмі «Параноїд парк» момент смерті триває на екрані лічені секунди, проте його жахливий візуальний образ примушує запам'ятати його надовго. Головний герой фільму – старшокласник Алекс випадково скоїв вбивство, відмахнувся скейтом від охоронця, який хотів зловити Алекса після того, як той покатався у нелегальному скейт парку. Через цей удар охоронець впав на рейки і його переїхав поїзд. У даному епізоді Г. В. Сент не задовольняється, візуально, лише загальним планом падіння та великим планом жертви, а показує більш жахливу ситуацію. Після того як поїзд переїхав охоронця останній залишається жити, ще деякий час. Г. В. Сент показує живого охоронця розділеного на дві частини, із кишками, що випали на зовні. У ці останні секунди свого життя, охоронець повзе у напрямку до Алексу, простягає руку і намагається щось вимовити.

Смерть у вищезазначеному епізоді приходить через образ Іншого і реалізує собою обставину над якою не владний суб'єкт. Філософ Емануель Левінас стверджував: «Наближення смерті означає, що ми вступили у відносини з тим, що є щось зовсім інше; щось, що несе в собі властивість бути іншим і до того ж не тимчасово...» [27, с .75.]. Смерть Іншого робить суб'єктивне буття «вразливим», оскільки людина вимушена приймати турботу про Іншого на себе. Алекс відчуває почуття провини, але не може знайти навколо себе нікого, з ким можна було її обговорити. Тому він весь час до неї повертається у своїй свідомості й намагається осмислити цей факт. Режисер візуально передає стан Алекса і тим вимагає і від глядача відчути теж саме. Відразу після загибелі охоронця Алекс, ще перебуває у стані шоку, лежить на дивані й розмірковує про подальші дії.

Проблема вибору, відповідальності за свої дії, пошук правильного рішення – весь цей комплекс дорослих вчинків виражений у Г. В. Сента через аматорську відеозйомку, яка формує клаустрофобний образ переживань головного героя [див. 29]. І звичайно, що подібна стилістика направлена на глядача, який при перегляді цих кадрів не стільки співпереживає головному герою, скільки замість нього отримує його досвід.

Г. В. Сент не робить образ головного героя особливим, за допомогою виділення певних добрих рис характеру чи життєвих негараздів. Алекса, режисер показує як середнього невидимого індивіда, який тримає емоції та проблеми глибоку усередині себе. І тому Алекс стає не об'єктом співпереживання, а скоріше виступає «оболонкою» для передачі глядачам необхідного стану. Тому Г. В. Сент постійно використовує суб'єктивну камеру (як у прикладі наведеному вище), яка одночасно являє собою погляд Алекса і глядача. В одних випадках режисер використовує для цього розмитий фокус, повільне фільмування, довгі «нереальні» плани. Важливо, що вся ця візуальна сторона не стає галюцинаціями, потоком фантазмів для усунування самої можливості існування «істинності», а навпаки направлена на об'єктивну реальність. Жахлива сцена смерті, спокійний ритм фільму,

суб'єктивна камера і «неемоційний герой» залишають глядача на самоті зі своїми думки, сприяють його усамітненню, «в якому кожна людина тільки й досягає близькості до суті всіх речей, до світу» [46, с. 29].

Унікальною візуальною стратегією використання образу смерті є фільм «Вхід у пустоту» (2009 р.) режисера – Гаспар Ное. Якщо Г. В. Сент передає смерть через Іншого, то Г. Ное намагається своїм фільмом подолати, апіорну неможливість самого досвіду смерті. Істину силу і феномен смерті людина може відчутти лише раз, у самому кінці свого життя. Досвід смерті стикається із неможливістю присутності людини у просторово-часовій метриці фізичного світу, неможливістю одночасного існування і неіснування, і неможливістю переходу з одного стану в інший. Саме в цьому реалізується загадка, а разом з тим і екзистенціальне значення смерті. Перехід з одного стану (буття) в інше (небуття) можна позначити терміном «*differance*», філософа Жака Дерріда. «*Differance*» є «джерелом відмінностей, процесом їх виробництва, відмінностями між відмінностями, грою відмінностей» [17, с. 125-126]. Перехід між життям і смертю є феноменом, який неможливо виразити за допомогою мови, привести до деяких правил значення сенсів. Г. Ное використовує не слова, а візуалізує стан «*differance*» через використання людської тілесності.

Головний герой фільму «Вхід у пустоту», Оскар, помирає ще на самому початку фільму. Після цього його душа чи духовна субстанція не покидає наш світ, а «літає» над ним, стирає та з'єднує час і простір в нескінченний потік образів і фантазмів. Місце і час подій тут дуже умовні, оскільки вони проектуються через душу персонажа, яка пробирається у всілякі закутки суцього, що переливаються всілякими фарбами і ритмами. Місцями галюциногенні й психоделічні пульсації камери як потоку несвідомості Оскара «зашкалюють», а місцями поєднуються із панорамою міста. Разом з душею героя ми дивимося на світ через всілякі точки і перспективи, що дозволяє проникнути у нутро речей як буквально, так і



метафорично. Режисер підсилює цей факт візуальними технологіями: видом від першої особи та одно кадровим («без монтажним») фільмуванням.

Вони дають можливість злитися з досвідом, вийти за межі своєї суб'єктивного. Ж. Дерріда говорить, що стан «*differance*» «встановлює опозицію між пасивністю та активністю» [17, с. 125] і саме до цього апелює Г. Ное. Він вбиває Оскара на початку фільму, щоб далі розповідати історію від погляду героя. При цьому здатність бачити виступає єдиною можливою дією героя, так само як і кіноглядача. Головний герой стає віртуальною оболонкою для існування у світі екрану. Оскар після смерті потрапляє у безкінечну візуальну подорож того, як існує світ без нього, і як він існував разом з ним. При цьому герой не може ні коментувати, ні впливати на екранні події – його участь в екранному світі зводиться до нуля, як і функція глядача. Єдина можливість – це вибір споглядання від одного аспекту екранного життя до іншого.

Людина ж в особі глядача опинається у подвійній ситуації. З одного боку, вона жива – існує в даний момент у кінотеатрі – переглядає цей фільм. З іншого, вона як віртуальний аватар (образ головного героя) є мертвою. «Вхід у пустоту» розмиває межу між реальним та екранним, життям та смертю через поєднання тілесної пасивності глядача із тілесною пасивністю мертвого героя, а «духовні блукання» останнього з головним «активним органом» кіноглядача – поглядом. За допомогою цього фільм створює те, що філософ Жорж Батай називає жестом трансгресії.

З точки зору Ж. Батая, трансгресія передбачає роздвоєння світу. Вона подвоює світ: у ній завжди є інобуття, і суть трансгресії – відкрити доступу по той бік кордону, але при цьому не руйнувати профанний світ, а створити доповнення [6, с. 536]. Така трансгресія є релігійною, пов'язана з екстатичною чуттєвістю, яка є джерелом екстазу і підставою релігії: «Стан трансгресії викликається бажанням, вимогою світу глибшого, більш багатого і неймовірного, вимогою, одним словом, світу святого» [див. 5].

Це розуміє Г. Ное і тому використовує «Тібетську книгу мертвих», як певну сюжетну основу подорожі героя. Він не візуалізує текст книги дослівно, а лише звертається до неї, як до асоціації з релігійним сакральнотрансцендентним. Але при цьому режисер не виділяє якийсь абсолют, а створює шлях до «серцевини порожнечі» через поєднання кінця подорожі з її початком. Виходить, що трансгресія Г. Ное заперечує розвиток, це крок за якусь грань, за якою немає нічого, це шлях у Ніщо. Але в Ніщо не як у стан нірвани, а скоріше в Ніщо, яке, з точки зору М. Гайдегера, здатне відкрити людину «як таку», її істину присутність [45, с.21].

Фактично, візуальні стратегії екранної арт-культури – це підготовка до сприйняття цього Ніщо, внутрішньої порожнечі вираженою через образи смерті та жаху чи сприйняття болісних, несправедливих ситуацій, виражених через образи насилля. У іншому своєму фільмі «Необоротність» (2002 р.) Г. Ное послідовно дратує сприйняття глядачів, щоб краще «підготувати» їх до осмислення кульмінаційної сцени згвалтування, яка розташована рівно по середині фільму і триває 9 хвилин. Початкові епізоди фільму оформлені майже нечутним низькочастотним звуком, схожим на шум землетрусу. У багатьох людей цей шум викликає занепокоєння, легку нудоту і запаморочення. Крім того у фільмі використовується зворотній монтаж і «максимально вільна камера», як весь час рухається і кружляє – міняє місцями верх і низ.

Сучасна екранна арт-культура зовсім не опікується відчуттям комфорту й активно використовує будь-які засоби для досягнення необхідної цілі. Назва відео-арту Джилліан Уірінг «Знущання» («Bully», 2010) фактично вказує на те, що вона здійснює з одним із героїв відео. У цій роботі Д. Уіарінг попросила кількох дорослих людей без акторської освіти розіграти сцену зі знущаннями, засновану на особистому досвіді одного з учасників (приниження дитини вдома). У міру того як група ділиться на жертву і кривдників і репетирує все з великим запалом, видно, як учасник реальних подій починає плакати від неприємних спогадів. Для сучасного глядача,

розпещеного образами масової екранної культури, проста розповідь про насилля не викликає співпереживання, тому, щоб розповісти про знущання треба, здійснити знущання, щоб розповісти про насилля, треба здійснити так, щоб сприйняття цієї історії було для глядача насиллям над собою. Тобто сучасна екранна арт-культура використовує принцип тотальної жорстокості Антонена Арто: «тільки через шкіру можна вводити метафізику до свідомості» [3, с. 118].

Відеоробота Метью Барні «Малюючи кордони-9» (2005 р.) являє собою фантасмагоричний ритуал, у якому екранне насилля використовується для того, щоб не приглушити болючі відчуття, як це робиться у масовій екранній культурі, а навпаки, щоб відчути їх. Головним моментом роботи можна назвати той, коли М. Барні разом зі своєю дружиною Бйорк, сидячи навпроти, здійснюють надрізи ножом в тілі один одного. Головна суть полягає у тому, що для розуміння Іншого, його болю, потрібно самому відчути цей біль. Над глядачем не здійснюють фізичного насилля, проте йому пропонують сприйняти неприємне, а разом із тим внутрішньо болюче відчуття, яке змусить його замислитись про те, що відчувають інші.

Стратегія екранної арт-культури – це реабілітація насилля та смерті, як реальних фактів із всім їх філософсько-екзистенційним сенсом. А разом із цим – це реабілітація реальності, очищення її від ідеологічних образів масової екранної культури. Саме це здійснює група «АЕС + Ф» у своєму відео-арті «Останнє повстання» (2007). У цій роботі показано, як діти заносять один над одного зброю. Сцени насильства у цьому відео пропущені через призму мальовничого естетизму. Вони не є потворними, а навпаки мають надлишок прекрасного. Гіпертрофований стиль розкриває шаблонність та ідеологічність цих естетично привабливих образів.

Зруйнувати привабливість екранного насилля прагне режисер Міхаель Ганеке у своєму фільмі «Забавні ігри» (2007 р.), американському римейку свого власного фільму 1997 року. У цьому вже є один з основних принципів, римейк М. Ганеке створює вже для більш широкої аудиторії й до того ж для

тої, яка є більше підвладною ідеологічному впливу масових екранних образів. М. Ганеке говорить, що мав намір зробити фільм таким, щоб глядач не міг дистанціюватися від нього, фільм повинен був відразу викликати неприємні відчуття (тривогу, хвилювання, страх) і, щоб звільнитися від них глядач повинен був відкинути «зовнішність» і зануритися глибше, на рівень ідей фільму [див. 30].

У своєму фільмі М. Ганеке викликає у глядачів жахливі відчуття не тільки завдяки візуальному зображенню тортур, а й завдяки монтажу їх зі сценами, які передбачають, але прямо не показують фізичне насильство. Справжній жах полягає в тому, що у жертв є безліч можливостей щоб врятуватися, проте кожна з цих можливостей зазнає невдачі. Сцена зникнення вбивць, яка відбувається нелогічно і неочікувано, служить для іншого прийому – відсторонення. М. Ганеке раптово прибирає насильство з екрану і дає зрозуміти, що воно максимально умовне.

Епізод підморгування одного із вбивць у камеру – це пряме звернення до глядачів, які отримують задоволення від актів насильства. Режисер стверджує, що найправильнішою реакцією глядачів – буде піти із кіно в цей момент [див. 30]. Кінцева мета для інших повинна реалізовуватись у шоковому стані, який не дасть їм змогу зіткнутися з насильством як реалізацією певної ідеї – глядач повинен побороти в собі захоплення внутрішньої ескалації насильства при перегляді «Забавних ігор». Саме тому М. Ганеке, не дає глядачеві певний можливий напрямок та залишає його на самоті серед мерзенних почуттів.

М. Ганеке говорить, що не використовувати тему насилля означає залишити її тим, хто цинічно використовує її в корисливих інтересах [див. 30]. А якщо звертатися до цієї болючої теми, то її не можна подавати таким чином, щоб вона не викликала у глядача відчуття болю [див. 30]. Таким чином, М. Ганеке бачить можливість звільнення від насильства через насильство, також, як і А. Арто у концепції свого «Театру жорстокості»: «коли насильство і кров віддані у владу насильства думки, – я ручаюся, що

коли він (глядач) вийде з театру, то не стане служити ідеям війни, бунту і безглуздих вбивств» [3, с. 98].

Візуальна стратегія жорстокості екранної арт-культури полягає у тому, щоб відкрити людям очі на проблему насилля, до того ж не тільки масового екранного, але і реального. Якраз проблему того, що люди часто не звертають на увагу чи навмисно не помічають ті прояви насильства, які здійснюється поряд із ними, піднімає режисер Ларс фон Трієр у своєму фільмі «Догвіль» (2003 р.). Головна героїня фільму «Догвіль» Грейс, довірилась доброті незнайомих людей, через що незабаром опиняється у них в рабстві, у тому числі сексуальному. Починаючи з одиничного зґвалтування, вона стає заручницею системного насильства у повсякденних ситуаціях. Важливого значення набуває екранний художній засіб передачі усіх подій. Декорації фільмів є підкреслено умовними – намальованими крейдою та вугіллям на підлозі павільйону. Саме тому, хоч акти насильства кожен персонаж здійснює таємно, але через схематичність декорацій – відсутність фізичних стін, виникає ефект, що насильство ніби бачать всі жителі міста, але просто намагаються не звертати на нього увагу, приймати як норму.

Кінорежисер Кім Кі Дук каже, що для нього жорстокість у кіно є лише засобом, який змушує людей звернути увагу на проблеми, які існують у світі [див. 31]. Його фільм «П'єта» (2012 р.) візуально формується як переходи від однієї сцени насильства до іншої, так навіть початкові кадри відкриваються епізодом, у якому паралітик вішається за допомогою підйимального механізму. К. К. Дук намагається вилікувати зло злом, тобто слідувати принципу катарсису Арістотеля [28, с. 213]. Жорстокість у К. К. Дука слугує засобом «вибивання» любові з героя, а разом з тим і глядача. Через сцени жорстоких випробувань (гвалтування, годування своєю плоттю) головний герой Кан До приймає жінку, яка переслідує його, за матір. І через сцену жорстокого обману ця жінка, Мі Сон, змушує його страждати, одночасно здійснює свою помсту і відкриває, здається, уже в зовсім пропащому Кан До, справжні людські відчуття.

Фізичне насильство не єдине, яке критикує К. К. Дук у своєму фільмі, також він критикує капіталістичне суспільство, як сферу насильства, засновану на головному елементі – грошах. Саме тому головний герой Кан До виступає тим, хто «вибиває» гроші з боржників. Ті люди, які взяли позику, через деякий час дізнаються, що їх борг зріс у десять разів. Грошей у них, звичайно, немає, але митар може їм допомогти: він калічить боржників і забирає їх медичну страховку. Капіталістичне суспільство у цьому фільмі – це суспільство, де кожна людина діє, як річ чи як тварина. В одному з епізодів напівзлидений робочий просить відрізати йому обидві руки, адже так він отримає вдвічі більше грошей і зможе прогодувати сім'ю. Гроші – це теж форма насильства, саме через них, або заради них здійснюється більшість насильницьких дій.

У аспекті культурної, суспільної та політичної критики яскравим прикладом є сучасне російське артхаусне кіно. З початку XXI століття такі режисери, як: Олександр Балабанов, Андрій Звягінцев, Кирил Серебренников, Василь Сигарев та інші створювали фільми, які були основані не просто на фізичному насиллі, скільки на жорстокості суспільно-політичної ситуації у сучасній Росії. І справа не у чіткій політичній критиці, хоча до неї теж починають звертатися (наприклад Левіафан (2014 р.) чи Учень (2016 р.)), а зображення російської повсякденності у критичній формі. Прикладом цього факту може слугувати фільм В. Сигарева «Жити» (2011 р.), який ніби складається з історій гідних кримінальної хроніки: гопники забили хлопця у поїзді, сторож втопився за борги, позбавлена батьківських прав алкоголічка ховає доньок-близнят.

У своїй роботі «Від Калігарі до Гітлера – психологічна історія німецького кіно» З. Кракауер знаходив у фільмах німецького експресіонізму основи психологічного стану німецького суспільства після Першої світової війни, який у результаті привів Гітлера до влади [25 с. 40]. Сучасне російське артхаусне кіно описує сучасний психологічний стан суспільства у Росії. Але, на протиположності німецькому експресіонізму, використовує не образи містичних

істот (Голем, Гомункулус, Сомнамбула тощо), а реалістичних персонажів. Але ці реальні персонажі опиняються у таких складних обставинних, які за своєю силою краще порівняти з обставинами у фільмах жахів. Прикладом цього може слугувати епізод із фільму О. Балабанова «Вантаж 200» (2007 р.): у кімнаті на ліжку гниє в парадній формі мертвий десантник, поперек ліжка лежить голий чоловік, застрелений маніяком, у кутку кімнати помирає сам маніяк, між ними на підлозі ридає його гола жертва, наречена десантника, а в кухні перед телевизором посміхається божевільна мати маніяка. Так і у фільмі В. Сигарева «Жити» існують епізоди, де глядачу хочеться опустити очі, заткнути вуха – там, де нестерпне страждання закреслює, відмітає саму можливість раціоналізації ситуації. Пік трагедії у цьому фільмі досягається не у кінці, а у середині фільму, тому найбільші страждання пов'язані з необхідністю герої думати, як жити далі, а глядачів – дивитись на це.

В. Сигарев зображує три трагедії, які у своїй найбільшій кульмінації накладаються одна на одну та через це посилюють вплив фільму на глядача. І після кульмінації глядачі опиняються у жахливому середовищі, безболісного виходу з якого просто немає. І це середовище, хоч є метафорою, проте доволі реалістичною, адже не просто так всі ці режисери масово і послідовного повторювали ці повсякденні жахи та ситуації.

Таким чином, візуальні стратегії екранної арт-культури є протилежними до стратегій масової арт-культури. Якщо остання використовує стратегії динамізму та естетизації насилля, то перша стратегію естетики повільного та жорстокості. Це протиставлення існує не лише в аспекті художніх екранних засобів, але і у сфері культури, адже візуальні стратегії екранної арт-культури є частиною культурних та суспільно-політичних рухів, які виступають проти масових та локальних тенденцій та принципів життя, які існують зараз у світі. Тому візуальні стратегії екранної арт-культури прагнуть «розбудити» глядача, змінити його пасивну позицію, спровокувати його на реальні дії чи рішення. За художньо-змістовною суттю реалізації цієї мети дані стратегії виявляються подібними до філософських

методів феноменології та екзистенціалізму: редукування реальності та розгляд граничних ситуацій і станів для виявлення ключових життєвих сутностей.

### **Висновки до другого розділу**

З проведеного аналізу філософсько-антропологічних аспектів стратегій сучасної екранної культури можна виділити наступні ключові положення.

Сьогодні у сфері екранної культури існують дві бінарні опозиції: масова екранна культура та екранна арт-культура. Перша презентує сферу розваги, друга – сферу мистецтва. Тому перша використовує візуальну стратегію ілюзорного реалізму – симуляції реальності у формі фантастичних пригод та історій, а друга – візуальну стратегію культурної критики, яка через ситуативний реалізм та нейтральний документальний погляд прагне показати реальність такою, як вона є.

Візуальна стратегія ілюзорного реалізму функціонує на принципі безпосередності, що стирає відчуття використання медіа і тим поєднує людину до віртуального світу. У такий спосіб вона формує для людини позицію пасивного споживача. На противагу цьому, візуальна стратегія культурної критики використовує принцип гіпермедіації для формування більш активної людської позиції – позиції аналітичного сприйняття екранних творів. За своїми художніми принципами ці бінарні візуальні стратегії схожі у тому, що обидві використовують метод реалізму.

Віртуальне зображення виконує свою функцію тільки через поєднання з певними реалістичними аспектами через те, що людина не задовольняється виключно «технічною реальністю» і потребує «оживлення» віртуальності. Це «оживлення» здійснює ритуальний ефект, який формує культурні фетиші, як на рівні предметів, так й ідей, захоплень та цінностей. На противагу цьому візуальна стратегія культурної критики прагне позбавити екран від цієї аури



для того, щоб урівноважити культурні тенденції, створені масовою екранною культурою.

Візуальні стратегії сучасної масової екранної культури продовжують принципи культуроіндустрії по створенню промислово-механічної розваги. Сьогодні нові технологічні можливості дозволяють масовій екранній культурі перевести ці принципи на рівень програмування свідомості. Візуальна стратегія динамізму прибирає відчуття часу через прості швидкі реакції, а разом з тим здійснює акцент на емоційно та інформаційно інтенсивному теперішньому.

А стратегія естетизації насилля та смерті трансформує їх образи із негативних у такі, які викликають задоволення, переводить їх у реєстр розважального жанру і у такий спосіб прибирає їх етико-аксіологічний вимір. З одного боку, дані стратегіє є відображенням сучасних принципів життя: акцентом на миттєво-інтенсивні моменти переживання та економічне маніпулюванню ціннісними концептами. З іншого, дані стратегії – це нова більш ефективна форма ескапізму від екзистенційних та буденних проблем. Проте, функціонують вони за принципом витіснення проблеми, а не її вирішення, що у результаті приводить до того, що вони стають одними з причин цих сучасних принципів життя.

Стратегії екранної арт-культури є критикою екранного та позаекранного простору – критика стратегій масової екранної культури та суспільна критика. Тому візуальні стратегії екранної арт-культури є частиною культурних та суспільно-політичних рухів, які виступають проти масових та локальних ситуацій, які існують зараз у світі. Стратегії екранної арт-культури не стільки здійснюють візуальні маніпуляції, скільки передають явища такими, як вони є: реальну тривалість часу, детальність повсякденності, біль та пустоту від актів насилля та смертей. Це робить стратегії арт-культури подібними до філософських методів феноменології та екзистенціалізму: редукування реальності та розгляд граничних ситуацій і станів для виявлення ключових життєвих сутностей. Так, візуальна стратегія

естетики повільного, яка передає зображення без додаткового ідеологічного лиску, дозволяє відкривати метафізичну сакральність сфери повсякденного, повсякденних дрібниць людського життя. А візуальна стратегія жорстокості намагається вивільнити нас для формування істинних екзистенційних можливостей.

### Список використаних джерел до другого розділу

1. Арабов Ю. Кинематограф и теория восприятия. Москва : ВГИК, 2003. 106 с.
2. Аронсон О. Метакино. Москва : Ад Маргинем, 2003. 261с.
3. Арто А. Театр и его двойник. Москва : Симпозиум, 2000. 202 с.
4. Базен А. Что такое кино? Москва : Искусство, 1972. 382 с.
5. Батай Ж. Запрет И Трансгрессия. URL: <http://vispir.narod.ru/bataj2.htm> (дата звернення: 28.04.2017).
6. Батай Ж. Эротика. *Батай Ж. «Проклятая часть»: Сакральная социология.* Москва : Ладомир, 2006. С. 491-706.
7. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. *Беньямин В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения.* Сб. статей. Москва : РГГУ, 2012. С. 190-235.
8. Берлин-2014: Кен Лоуч о кино, которое меняет мир. *Сеанс.* 2014. URL: [http://seance.ru/blog/festivali/kenloach\\_berlinale2014/](http://seance.ru/blog/festivali/kenloach_berlinale2014/) (дата звернення: 08.04.2017).
9. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва : Добросвет, 2000. 387 с.
10. Бударин К. Я видел дьявола. *Cineticle.* URL: <http://cineticle.com/reviews-/501--akmareul-boatda> (дата звернення: 20.10.2016).

11. Будущее компьютерных игр. *Журнал Шмандерчайзера*. 2015. URL: <http://shmandercheizer.livejournal.com/50355.html?page=1> (дата звернення: 25.10.2016).
12. Вайбель П. Медиаискусство : от симуляции к стимуляции. *Логос*. 2015. №4. С. 135–162.
13. Виселко І.В. Покулита І.К. Віртуалізація повсякденності як атрибут медіакультури сучасності (в контексті теорій соціальної реальності). *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2011. № 3 (11). С. 40-44.
14. Виселко І. Покулита І. К. Культурні смисли медіапростору - естетичний і аксіологічний аспекти. Гілея: науковий вісник. 2014. Вип. 91. С. 231-236.
15. Витгенштейн Л. Избранные работы. Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2005. 440 с.
16. Гройс Б. Дефикционализация фиктивного: искусство и литература в интернете. *Логос*. 2015. №4. С. 1–15.
17. Гурко Е. Деррида Ж. Differance. *Гурко Е. Тексты деконструкции*. Томск : Водолей, 1999. С. 124–160.
18. Делез Ж. Кино. Москва : Ад Маргинем, 2004. 622 с.
19. Деникин А. А. ВидеоАрт / Видеохудожники. Москва : Videoart Digital std, 2013. 110 с.
20. Евсеева Ю. Достигнут новый уровень реалистичности в компьютерных играх. 2013. URL: <http://www.mk.ru/science/2013/02/27/818723-dostignut-novuyi-uroven-realisticnosti-v-kompyuternyih-igrah.html> (дата звернення: 20.10.2016).
21. Злобек М. Медленное телевидение Норвегии : это не может быть интересным. *Slon*. URL: <https://republic.ru/calendar/event/1195447/> (дата звернення: 21.02.2015).
22. Казунов В. God of War II / Виталий Казунов. *iXBT.com*. 2007. URL: <http://www.ixbt.com/consoles/gow2.shtml> (дата звернення: 20.10.2016).

23. Кант И. Критика чистого разума. Москва : Наука, 1999. 655 с.
24. Козубенко О. А. Покулита І. К. Роль розважального змісту шоу-індустрії в інформаційному векторі культурних трансформацій сьогодення. *Вісник НТУУ "КПІ". Політологія. Соціологія. Право.* 2011. № 3 (11). С. 45-49.
25. Кракауэр З. От Калигари до Гитлера. Психологическая история немецкого кино. Москва : Искусство, 1977. 320 с.
26. Крилова В. О. Вплив кіномистецтва на природу людини. *Гілея : науковий вісник.* 2014. Вип. 81. С. 209-212.
27. Левинас Э. Время и другой; Гуманизм другого человека. Санкт-Петербург : Высшая Религиозно-Философская Школа, 1998. 266 с.
28. Лосев А.Ф. История античной эстетики в 8 томах. Москва : Искусство, 1975. Т.4: Аристотель и поздняя классика. 672 с.
29. Лукьянов С. Параноид парк (Paranoid Park). *Cineticle.* URL: <http://cineticle.com/text/161--paranoid-park> (дата звернення: 25.10.2016).
30. Малахов В. Михаэль Ханеке : «Насилие не должно быть приятным в употреблении». *Искусство кино.* URL: <http://kinoart.ru/archive/1999/09/n9-article19> (дата звернення: 25.10.2016).
31. Марков М. Жестокость и нежность Ким Ки Дука. *Ридус. Агентство гражданской журналистики.* 2012. URL: <https://www.ridus.ru/news/47586/> (дата звернення: 25.10.2016).
32. Медленное телевидение. *Cablook.* 2014. URL: <http://www.cablook.com/inspiration/medlennoe-televidenie/> (дата звернення: 28.04.2015).
33. Мерло-Понти М. Око и дух. Москва : Искусство, 1992. 63 с.
34. ММО игры как средство коммуникации. *Gamer-Info.com.* 2011. URL: <https://gamer-info.com/article/mmo-igry-kak-sredstvo-kommunikacii/> (дата звернення: 29.04.2015).

35. Обзор FIFA 15. *Age of Geeks*. 2014. URL: <http://ageofgeeks.com/games/fifa-15-review/2014/> (дата звернення: 29.04.2015).
36. Реализм в играх : интервью с бойцом американского спецназа. *THG.ru*. URL: [http://www.thg.ru/game/interview\\_s\\_boytom\\_amerikanskogo\\_spetsnaza/index.html](http://www.thg.ru/game/interview_s_boytom_amerikanskogo_spetsnaza/index.html) 2012 (дата звернення: 28.04.2016).
37. Рябов И. Sony: жестокость Кратоса - неотъемлемая часть игры God of War: Ascension. *Gamebomb*. 2012. URL: <http://gamebomb.ru/gbnews/4614> (дата звернення: 28.04.2016).
38. Савенкова Е. В. Время в массовом сознании. *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия : Философия. Филология*. 2007. №2. С. 144–154.
39. Скрипкар М. В. Образ смерти в современном кинематографе. *Перспективы Науки и Образования*. 2014. №3. С. 129–131.
40. Тарасов К. Аттрагирующее воздействие насилия на «большом экране». *Экранизация истории : политика и поэтика* / ред. Л. Будяк Москва : Материк, 2003, С. 147–150.
41. Телюк О. Слон (Elephant). *Cineticle*. URL: <http://cineticle.com/text/157--elephant> (дата звернення: 28.04.2017).
42. Тропина И. Г. Феномен эстетизации насилия в современной аудиовизуальной культуре. *В мире научных открытий*. 2010. № 4 (10). С. 107-109.
43. Фромм Э. Искусство любить. Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2004. 221 с.
44. Фуко М. Воля к истине : по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Москва : Касталь, 1996. 448 с.
45. Хайдеггер М. Бытие и время. Москва : Ад Маргинем, 1997. 452 с.
46. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики : Мир – Конечность – Одиночество. Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2013. 592 с.

47. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Москва : Медиум, Ювента, 1997. 310 с.
48. Элиаде М. Мифы современного мира. *Библиотека Гумер*. URL: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Relig/Eliade/Mif\\_SovrMir.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Relig/Eliade/Mif_SovrMir.php) (дата звернения: 28.02.2016).
49. Элиаде М. Священное и мирское. Москва : Изд-во МГУ, 1994. 144 с. [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Relig/Elia\\_SvMir/02.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Relig/Elia_SvMir/02.php) (дата звернения: 28.02.2016).
50. Энвезор О. Документальный жанр / реализм : биополитика, права человека и образ «правды» в современном искусстве. *Логос*. 2015. № 5 (107). С. 122-167.
51. Эпштейн М. Знак пробела. О будущем гуманитарных наук. Москва : Новое литературное обозрение, 2004. 864 с.
52. Ямпольский М. Б. О близком (Очерки немиметического зрения). Москва : Новое литературное обозрение, 2001. 240 с.
53. Ямпольский М. Ткач и визионер. Очерки истории репрезентации, или О материальном и идеальном в культуре. Москва : Новое литературное обозрение, 2007. 616 с.
54. Ясперс К. Предэкзистенциализм и экзистенциализм. *История современной зарубежной философии : компаративистский поход* / ред. М. Я. Корнеева. Санкт-Петербург : Лань, 1997. С.77–82.
55. «10 Видеоработ» Ольги Чернышевой. *Сине Фантом*. URL: <http://www.cnftm.ru/znamenitye-obsuzhdeniya/19-novosti/614-10-videorabot-olga-chernyshevoj.html> (дата звернения: 01.12.2015).
56. All Time Box Office. *Box Office Mojo*. URL: <http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/> (дата звернения: 28.09.2017).
57. Bazin A. Jean Renoir. Cambridge: First Da Capo Press, 1992. 320 p.
58. Bazin A. Le cinéma de l'Occupation et de la Résistance. Paris : UGE, 1975. 194 p.

59. Bolter D., Grusin R. *Remediation : Understanding New Media*. Cambridge : MIT Press, 2000. 312 с.
60. Brandao A. *The Performative Force of Bodies : Affective Realism in Contemporary Brazilian Cinema*. *Ilha do Desterro*. 2015. URL: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-80262015000300161](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-80262015000300161) (дата звернення: 21.03.2017).
61. Brodwell D. *Intensified Continuity : Visual Style in Contemporary American Film*. *Film Quarterly*. 2002. №55. P. 16–28.
62. Brodwell D. *Unsteadicam chronicles*. *David Brodwell's website on cinema*. 2007. URL: <http://www.davidbordwell.net/blog/2007/08/17/unsteadicam-chronicles/> (дата звернення: 01.07.2017).
63. Bushman B., Jamieson P., Romer D., Weitz I. *Gun Violence Trends in Movies*. *Pediatrics*, 2013. URL: <http://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/early/2013/11/06/peds.2013-1600.full.pdf> (дата звернення: 15.02.2016).
64. Crecente B. *The truth about 'hyper-realistic' video games as war simulators*. *Polygon*. 2012. URL: <https://www.polygon.com/gaming/2012/4/23/2968888/the-truth-about-hyper-realistic-video-games-as-war-simulators> (дата звернення: 28.09.2017).
65. Cutting J., DeLong J., Nothelfer C. *Attention and the Evolution of Hollywood Film*. *Psychological Science*. 2010. URL: <http://people.psych.cornell.edu/~jec7/pubs/cuttingetalpsychsci10.pdf> (дата звернення: 01.07.2017).
66. *Dispatches investigation reveals how Facebook moderates content*. *Channel 4*. 2018. URL: <https://www.channel4.com/info/press/news/dispatches-investigation-reveals-how-facebook-moderates-content> (дата звернення: 26.08.2018).
67. *Film Shines A 'Spotlight' On Boston's Clergy Sex Abuse Scandal*. *National Public Radio*. 2016. URL: <http://www.npr.org/2016/02/26/468100623/film->

- shines-a-spotlight-on-bostons-clergy-sex-abuse-scandal (дата звернення: 21.07.2017).
68. Flangan M. Towards an Aesthetic of Slow in Contemporary Cinema. *16:9*. 2008. №29. URL: [http://www.16-9.dk/2008-11/side11\\_inenglish.htm](http://www.16-9.dk/2008-11/side11_inenglish.htm) (дата звернення: 31.08.2015).
69. Franklin S. Is Attention Really Immaterial? Visual Culture after Post-Fordism. *World Picture*. URL: [http://www.worldpicturejournal.com/WP\\_6/Franklin.html](http://www.worldpicturejournal.com/WP_6/Franklin.html) (дата звернення: 21.09.2017).
70. Galloway A. *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*. University of Minnesota Press, 2006, 160 p.
71. Isaacs B. The Mechanics of Continuity in Michael Bay's Transformers Franchise. *Senses of Cinema*. 2015. URL: <http://sensesofcinema.com/2015/michael-bay-dossier/michael-bay-transformers-continuity/> (дата звернення: 21.01.2016).
72. Life insurance's director's cut. *Go Compare*. URL: <https://www.gocompare.com/life-insurance/directors-cut/> (дата звернення: 15.02.2016).
73. Manovich L. Image Future. 2006. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/047-image-future/45\\_article\\_2006.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/047-image-future/45_article_2006.pdf) (дата звернення: 31.08.2015).
74. Manovich L. Post-media Aesthetics. 2001. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29\\_article\\_2001.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf) (дата звернення: 31.08.2015).
75. McKibbin T. Film Realism. URL: <http://tonymckibbin.com/course-notes/film-realism> (дата звернення: 31.01.2017).
76. Menard D. A Deleuzian Analysis of Tarkovsky's Theory of Time-Pressure, Part 1. *Offscreen*. 2003. URL: <http://offscreen.com/view/tarkovsky1> (дата звернення: 21.09.2015).



77. Merleau-Ponty M. Le roman et la métaphysique. *Cahiers du Sud*. 1945. Vol 22, No 270. P. 34-52.
78. Mitchell T. Iconology : Image, text, ideology. Chicago: University of Chicago Press, 1986. 236 p.
79. Ortner S. Against Hollywood : American independent film as a critical cultural movement. *Journal of Ethnographic Theory*. 2012. №2. С. 1–21.
80. Padovani G., Petrini C. Slow food revolution: A New Culture for Eating and Living. Rizzoli, 2005. 302 p.
81. Parrish R. As games become more realistic, their depiction of violence goes more extreme. *Tech Times*. 2014. URL: <http://www.techtimes.com/articles/8547/20140617/as-games-become-more-realistic-their-depiction-of-violence-gets-more-extreme.htm> (дата звернення: 01.12.2017).
82. Poole S. Trigger Happy : Videogames and the Entertainment Revolution. 2007. 430 p. URL: <http://pdf.textfiles.com/books/triggerhappy.pdf> (дата звернення: 03.07.2016).
83. Rodowick D. The Virtual Life of Film. Harvard University Press, 2007. 216 p.
84. Scott A. O. Neo-neo realism: A handful of young American directors are making clear-eyed movies for hard times. *New York Times Magazine*. 2009. №22. С. 38–43.
85. Shaviro S. Post Cinematic Affect. London : Zero, 2010. 191 с.
86. Shaviro S. Splitting the Atom : Post-Cinematic Articulations of Sound and Vision. *Post-Cinema : Theorizing 21st-Century Film* / Eds. S. Denson, J. Leyda. Falmer : REFRAME Books, 2016. URL: <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/3-4-shaviro/> (дата звернення: 18.09.2017).
87. Simonetti L. The Ideology of Slow Food. *Journal of European Studies*. 2012 42(2). С. 1-29. URL: [https://www.researchgate.net/publication/242471601\\_The\\_ideology\\_of\\_Slow\\_Food](https://www.researchgate.net/publication/242471601_The_ideology_of_Slow_Food)

- 88.Singer B. Jeanne Dielman : Cinematic Interrogation and «Amplification». *Millennium Film Journal*. 1989. №22. P. 56–75.
- 89.Solarski C. Framing and Centering: Directing Player Attention in Open 3D Worlds. *Gamasutra*. 2013. URL: [http://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSolarski/20130621/194798/Framing\\_and\\_Centering\\_Directing\\_Player\\_Attention\\_in\\_Open\\_3D\\_Worlds.php](http://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSolarski/20130621/194798/Framing_and_Centering_Directing_Player_Attention_in_Open_3D_Worlds.php) (дата звернення: 31.08.2015).
- 90.Stork M. Video Essay : Chaos cinema : The decline and fall of action filmmaking. *IndieWire*. 2011. URL: <http://www.indiewire.com/2011/08/video-essay-chaos-cinema-the-decline-and-fall-of-action-filmmaking-132832/> (дата звернення: 31.01.2016).
- 91.Svanaes D. Understanding Interactivity - steps to a phenomenology of human-computer interaction : PhD Dissertation / Trondheim : NTNU, 2000. 294 p. URL: <http://www.idi.ntnu.no/~dags/interactivity.pdf> (дата звернення: 20.10.2017).
- 92.Teenage Mutant Ninja Turtles : Out of the Shadows Behind the Scenes - Turtles Bedrooms. *Movieclips Extras*. 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=psXyZjDuugo> (дата звернення: 01.07.2017).

## **РОЗДІЛ 3. ЗМІНА СТИЛЮ ЖИТТЯ ПІД ДІЄЮ НОВИХ ВІЗУАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ**

### **3.1. Візуальна стратегія естетизації інформаційної поведінки людини**

Інформатизація виражає найбільш характерну й істотну рису сучасної епохи, де головну роль у розвитку і функціонуванні всіх сторін, сфер, аспектів суспільства відіграє інформація. Соціолог Мануель Кастельс вказував, що внаслідок капіталістичної реструктуризації, розпочатої в 1980-х роках, сформувалась інформаційно технологічна парадигма [9, с. 40]. Одна з головних особливостей цієї парадигми полягає у тому, що інформація стала головною сировиною у всіх сферах людської діяльності [9, с. 77]. Сьогодні ми у нашому повсякденному житті та роботі значною мірою звертаємось до діяльності, яка пов'язана з пошуком, отриманням, обробкою і передачею великих обсягів інформації.

Інший аспект нової парадигми, з точки зору М. Кастельса, полягає у тому, що всі процеси нашого індивідуального і колективного існування безпосередньо формуються новим способом [9, с. 77]. Цей спосіб полягає у тому, що не інформація використовується для впливу на технології, а технології використовуються для впливу на інформацію. Тобто, інформація стає головною ціллю всіх видів людської діяльності. Тому справедливою є думка Л. Мановича, який говорить, що результатом цих дій є особлива інформаційна поведінка, яка формується у сучасної людини [40, с. 8]. Сутність цієї поведінки – це постійний пошук, постійна потреба в актуальній та новій інформації.

З технологічною еволюцією екранних медіа, екранна культура створювала нові можливості для задоволення людської потреби у інформації. Кінематограф як перший елемент екранної культури запропонував людині

продукт високої інформаційної місткості. Це сталося через те, що кінематограф став ремедіацією інших медіа. Через об'єднання інформаційно-описових можливостей книги та фотографії, кінематограф зміг ефективно розповідати художні чи документальні історії.

Інша важлива інформаційна можливість виникла разом із телебаченням, яке, у свою чергу, ремедіювало кінематограф та радіо. Телебачення не просто розповідало історії та сповіщало факти, а, що більш важливо, поєднало їх із повсякденним світом людини. Комп'ютеризація технічних засобів посилила інформаційні можливості екранної культури – сучасний екран отримав здатність виконувати функції минулих медіа, а інформаційне охоплення простору, у тому числі й повсякденного стало ще більшим. Цифрові технології вивели на перші місце програмне забезпечення, що призвело до того, що ремедіація перейшла зі зовнішньої технічної сторони на внутрішню – технологічну. Як результат, реалізацією інформаційної потреби стала візуальна стратегія інформатизації екранного простору, яка здійснюється за допомогою художніх екранних засобів та за допомогою створення нових екранних медіа.

Нові екранні медіа, які активно сьогодні використовуються, – це інфографіка та вебграфіка. Вони є реалізацією ефективності візуального сприйняття у сфері Інтернет мережі. Людина краще засвоює візуальну інформацію, ніж текстову, і тому у сучасному дизайні Інтернет-простору все частіше використовують стратегію візуальної наочності. Інфографіка – це поєднання зображення та тексту для передачі великої кількості інформації з високим ступенем засвоювання. Вебграфіка, як і інфографіка, передає великі обсяги інформації, але містить інтерактивні елементи, які дозволяють користувачеві фізично взаємодіяти з інформацією [див. 18], крім того, активно використовуються анімаційні картинки [див. 19]. Їх поширення пов'язано з надзвичайною практичністю формату, що дозволяє зробити короткі анімовані послідовності й ділитися ними он-лайн в режимі реального

часу. «Мем» дифузія зображень в соціальних мережах є наочним свідченням їх ефективності як засобу комунікації.

Засвоєнню інформації сприяє «пласка» естетика дизайну сайтів та мобільних додатків. «Плаский дизайн» підпорядковується принципу мінімалізму, який, у свою чергу, робить сайт простим, впорядкованим, і швидким для сприйняття інформації. Сучасний дизайн мінімалістичної організації сайтів називається «medium» – це повноекранні заголовки сторінок з інформаційним контентом, який з'являється тільки після прокручування, або внаслідок наведення курсору на певну область [див. 19]. Популярним є використання прокрутки [див. 18]. Прокрутка замість кліків як метод навігації є блискучим рішенням з кількох причин.

Потрібно менше часу на завантаження сторінки, і, що більш важливо, вона дає можливість плавно, а тобто менш відчутно, потрапляти з одного розділу в інший. Тому найбільш відомі сучасні інформаційні видання, наприклад такі, як «TIME», використовують саме її. У своїй формі сайти із прокруткою більше близькі до сувою, ніж до газетного формату, тобто до процесу безперервного сприйняття інформації.

Крім того, сьогодні є популярним такий екранний продукт, як мешап (від англ. mash-up - змішувати). Він об'єднує дані з декількох джерел в один інформаційний потік. Поняття мешап взято з музикальної індустрії, у якій воно означало виробництво нової пісні, що змішує дві чи більше частин інших пісень. Головна особливість мешапу – це його різноманітна інформаційна наповненість. Відео-мешап являє собою нарізку, поєднання найбільш інформаційних, або емоційно ефективних моментів.

Стрічки новин у соціальних мереж, також, являють собою мешап, в інформаційному плані. У більшості випадків вони мають значну тематичну та форматну різноманітність – серйозні новини поєднуються зі смішними картинками, а текст із відео зображенням та інтерактивними елементами. Мешап існує також у якості веб-додатку. Призначені для користувачів мешап-програми об'єднують елементи даних із декількох джерел. Найбільш

відомим прикладом є «Google Maps». Всіма цими екранними продуктами ми користуємось кожен день і при цьому майже не сприймаємо їх хаотичну структуру. Це, перш за все, пов'язано з тим, що всі ці продукти використовують певні екранні художні засоби для того, щоб набір даних сприймався послідовно та цілісно. Це може здійснюватися через спеціальний монтаж, як це відбувається у відеооглядах найкращого відео на youtube-каналі компанії «GoPro». Мешап-додатки, у свою чергу, приховують хаотичність за простим уніфікованим графічним інтерфейсом. Те ж саме, використовують соціальні мережі у своїх інформаційних стрічках та доповнюють це принципом об'єднання новин на основі новизни та актуальності.

Візуальні стратегії, скеровані на задоволення інформаційної потреби, реалізуються через особливе формування екранного простору. Перш за все, вона проявляється у гібридизації та еkleктичності екранного простору. Ці тенденції стали можливими завдяки композитингу – поєднанню різних інформаційних форм в одне зображення. Гібридизація через композитинг, пов'язана, головним чином, із кінематографом та відеоіграми, у свої основі стала засобом створення більш правдивих інформаційних історій [41, с. 143]. Гібридизація є певним засобом поєднання інформації різної природи, внаслідок чого створюється зображення високої інформаційної широти.

Візуальна еkleктика, у свою чергу, більше відноситься до телевізійного та комп'ютерного екранного простору. Комп'ютерний екран за своєю природою еkleктичний, оскільки складається з безлічі вікон. Еkleктичність проявляється і на телебаченні, за допомогою неї телевізійні програми пропонують глядачам існування у багатьох інформаційних потоках, а отже, й у світах. Телепередачі, які не здатні дати людині унікальний контент, опиняються перед необхідністю шукати додаткові засоби уваги. Крім того сучасна людина часто не вдовольняється ефектом «псевдоприсутності» – відчуттям одночасного існування із подією, яка відбувається на екрані.

Увага до однієї події означає те, що інші події залишаються поза увагою. Час телевізійної програми обмежений, а кількість різних подій, що виникають приблизно одночасно, тільки теоретично можна підрахувати. Тобто, якість життя (інформація) проходить без глядача, і він відчуває себе самотнім, оскільки не має змоги приймати участі в ньому. А сучасна людина не задовольняється життям в одному світі, вона прагне існувати у декількох, або хоча б в одному такому, який не дозволяв думати про інші. Саме тому у багатьох телепрограмах, крім знятого на камеру зображення, сьогодні можна побачити «бігучі» рядки, вікна тощо. Так, у теленовинах ці додаткові інформаційні джерела розповідають про події, що не вийшло втиснути в основний відеопотік.

Молодіжні телеканали використовують техніку соціальних мереж і додають до свого відео зображення чат-вікна, у яких глядачі можуть спілкуватись за допомогою смс-повідомлень чи соціальних мереж. ТБ глядачі у результаті отримують відчуття, що існують, крім телепростору, ще одночасно у сфері комунікації. Також, мобільні вікторини й голосування відіграють у цьому важливу роль. Сьогодні, мобільний телефон є невіддільною частиною телеіндустрії. З одного боку, за допомогою смс-повідомлень глядач отримує більшу інтерактивність коли його голос вирішує щось з приводу екранного телепростору. З іншого, за допомогою них, він, споглядає передачу та спілкується з іншими глядачами. Тобто, у процесі поринання в екран, людина не стає самотньою, а, навпаки, отримує можливість спілкуватись з іншими і кожне її слово у такому спілкуванні має більшу вагу й увагу ніж у житті.

А. Горних та А. Усманова зазначають, що подібний вид телекартинки з додатковими «вікнами» виявляє тенденцію до мозаїчно-шизофренічної структури, до перетворення основного кадру в ще один кадр-у-кадрі поряд з іншими [6, с. 10]. Подібна естетика фрагментарності – це естетика Інтернет простору. Тобто, щоб бути культурно актуальним, телебачення намагатиметься ремедіювати більш новий медіа – Інтернет.

Принципу дії мережі Інтернет змінили відеоігри. Досить довго ігровий та реальний світ практично не перетиналися. Вони ніби існували у різних площинах. Реальні друзі не брали участь у розвагах у віртуальному світі. Соціальні мережі дозволили все це об'єднати. Головна перевага цього в очах користувачів полягає у можливості поєднати спілкування з друзями та знайомими. По суті, це як спільний похід у кіно чи на концерт. Тому сьогодні до числа найпопулярніших типів відеоігор відносяться масові багатокористувацькі рольові онлайн ігри MMORPG (massively multiplayer online role-playing game). Це вид онлайн-рольових ігор, де мільйони користувачів щодня взаємодіють, кооперуються і встановлюють взаємини за допомогою своїх аватарів [див. 60]. MMORPG забезпечуються чатами, голосовим зв'язком та щільно поєднуються із соціальними сервісами на зразок «Twitter», «Instagram», «YouTube» і «Facebook».

Сьогодні це не стільки питання техніки (чати і форуми на серверах ігор), скільки можливість відчутти причетність товариства. Наприклад, у відеоігрі «Hitman Absolution» (2012 р.) вбудована статистика результатів місії – по всім гравцям регіону. Цей факт збільшує вагу кожного «ігрового кроку» людини, адже в будь-який момент вона може поділитися переживаннями з друзями чи розповісти про власний ігровий подвиг.

У сучасних серіалах еkleктичність стає засобом для створення більш місткої й швидкої розповіді. Використання її можна, зокрема, побачити у серіалах «Картковий будинок» (2013-2018 рр.) та «Шерлок» (2010 р. - ...). У них, наприклад, активно використовується накладання візуального інтерфейсу мобільних повідомлень. Цікаво, що цей метод не руйнує процес входження глядача у простір історії, а навпаки підсилює його. Даний феномен пов'язаний із тим, що візуальна форма смс-повідомлень є для сучасної людини звичною практикою, невіддільним видом її сьогоднішнього способу сприйняття інформації.

У серіалі «Шерлок» інформатизація екрану використовується і для передачі внутрішніх теоретичних роздумів головного героя. До основного



відео зображення додаються: титри, геометричні схеми, анімаційні знаки, картографічні зображення тощо. У більшості з цих випадків ми отримуємо те, що Л. Мановича називає естетикою «deep remixability», коли один медіа використовує для вираження свого контенту метод вираження, подання, або сприйняття іншого медіа [42, с. 9]. Так у сцені, коли Шерлок оглядає тіло вбитого, з'являються титри із назвами доказів, які він знаходить. І коли одним з таких доказів стає запах, то титр, після показу глядачу, розсіюється подібно газоподібному тілу. Головна мета цієї техніки, звичайно, – привернення уваги глядача, але разом з тим вона реалізує для останнього і подвійну роль: збільшує унікальність його досвіду і економить його час.

Через особливість своєї зображальної природи, кінематограф став знаряддям екранізації літературних творів, починаючи від самого свого виникнення. Опис кімнати, який у письменника займає цілу сторінку, у кіно займає декілька секунд екранного часу. Тобто, екран може передати людині більше інформації, ніж друкований текст. Але певний період часу для режисерів було проблемою перенесення внутрішнього монологу героя. Вони могли використовувати закадровий голос, але до нього потрібно було підбирати відеоряд: можна було показати зображення героя у цей момент, або накласти голос на певний оглядовий план. Але тоді втрачались інформаційні можливості кіно. Еклектичність зображення у серіалі Шерлок вирішила цю проблему. Короткі титри, геометричні схеми у поєднанні з відео зображенням використовують набагато менше часу на передачу інформації, ніж текст у звуковому чи друкованому вигляді.

Глядач, таким чином, отримує можливість осягнути і пережити за допомогою екрану набагато більше подій. Завдяки цьому людина отримує ефект розширення часу – за одну хвилину вона охоплює набагато більше інформації ніж за ту же хвилину у звичайному житті. Крім того, вся додаткова візуальна інформація, в основному, існує тільки для глядача і він вступає у певне більш інтимне спілкування з головним героєм. Цей принцип подібний до спеціальних сцен з епічного театру Бертольда Брехта, в яких

актор відверто звертався до публіки. Але на відміну від них, новий інформаційний принцип не розриває гармонійність вигаданого простору і не руйнує феномен співпереживання, а навпаки посилює його. Всі додаткові екранні медіа-шари, зазвичай, не бачать інші персонажі й тому нічого не знають про думки та роздуми головного героя. Але про них знає глядач, оскільки бачить все, що відбувається на екрані й тому стає змовником героя у його планах. Глядач ніби таємно отримує їх і тим самим стає власником унікальної інформації.

Крім поверхнево видимих екранних художніх засобів по реалізації візуальної стратегії інформатизації екранного простору, є інші, більш приховані. Один з них пов'язаний не стільки із новими техніками, скільки із використанням старого художнього прийому – вибору плану кадру.

Взаємозалежність інформаційної наповненості та естетичної структури екрану було проаналізовано Ж. Дельозом у контексті різних видів кадрів у кінематографі. Ж. Дельоз зазначає, що кадру можна підшукати аналогію тільки в області інформаційних систем, адже кадр володіє опосередкованою функцією запису візуальної інформації [7, с. 55]. Кадрування він визначає як обумовленість закритої чи щодо закритої системи, що містить все, що є присутнім в образі: декорації, персонажів, аксесуари. Тобто, кадр утворює інформаційну множину, що складається з великої кількості частин, елементів, які самі і входять у підмножини. Елементи інколи дуже численні, а іноді практично поодинокі. Тому, кадр є невіддільним від двох тенденцій: насичення і розрідження інформації [7, с. 54]. Наприклад, широкий екран і глибина кадру дають можливість примножити число незалежних даних так, що вторинні сцени постають на передньому плані, тоді як на задньому плані розгортається основна дія. І навпаки, розріджені образи виникають тоді, коли весь акцент робиться на одному-єдиному об'єкті [7, с. 54].

У сьогоdnішньому екранному просторі, головним чином, у кінематографі панівну роль отримують середній та загальний плани. Ж. Дельоз стверджує, що загальний план стосується переважно

образу-перцепції, а середній план – образу-дій [7, с. 124]. Образ-перцепція формує сприйняття події з певної точки зору, а образ дія дає головний обсяг інформації про події. Їх використання у сучасних масових фільмах доповнює гібридизацію візуального зображення. Ж. Дельоз говорить, що перцепція співвідносить рух із «тілами» (іменниками), тобто з жорсткими об'єктами, які можуть бути рушійними чи рухомими, а дія співвідносить рух з «актами» (дієсловами), що становлять собою абрис передбачуваного терміну чи результату [7, с. 118]. Фантастичні історії, які бажає сучасний глядач, вимагають ефективною подачі й як раз для цього використовуються образи-перцепції та образи-дії. Образ-перцепція надає можливість відчутти широту фантастичного світу через сприйняття його детальності. А образ-дія ефективно співвідноситься з динамічністю сучасних блокбастерів, адже дає інформацію про рух. Середній план, як форма образу-дії захоплює і передає рух і всій його інформаційній повноті.

Популярність середнього плану пов'язана, також, із тенденцією залишати у відео творах «великодні яйця» (easter egg) – приховані повідомлення. Суть цієї практики походить від популярного в США і колишніх Британських колоніях сімейного заходу «полювання за яйцями» (egg hunt), котрий зазвичай влаштовується напередодні свята Великодня, в якому учасники повинні, за допомогою підказок, знайти якомога більше захованих по місцевості крашанок. У екранній культурі цей термін був створений для опису прихованого повідомлення в пригодницькій відеогрі компанії «Atari», що призвело до заохочення додаткових прихованих повідомлень у пізніших іграх.

Сьогодні у масових відео франшизах часто залишають скриті відсилання до інших частин історії, персонажів, елементів масової культури тощо. І саме для показу цих відсилянь краще всього підходить середній план. При цьому це процес відбувається не тільки у фільмах, серіалах, чи відеоіграх, але й у їх трейлерах. Сьогодні існує значна кількість сайтів та відеоблогів, котрі вишукують та розбирають «великодні яйця» у тих чи

інших екранних творах. Крім того, «пасхальні яйця» знаходяться на DVD та Blu-Ray дисках із фільмами у якості бонусних матеріалів: вирізаних сцен, інтерв'ю улюблених акторів і режисерів, закулісне відео тощо.

І часто глядачі отримують більше задоволення саме від перегляду цих додаткових матеріалів та пошуків «пасхальних яєць» ніж від самого фільму. Р. Грусін стверджує, що сьогодні екранний продукт розподіляється у середовищі: фільм не обмежується формою зали кінотеатру, а й поширюється через інші медіа, а також через виробництво додаткових товарів. Р. Грусін додає, що це говорить про фундаментальну зміну в естетичному сприйнятті кінематографічного артефакту [31, с. 209-221]. Річ у тому, що естетичний досвід перегляду фільму сьогодні є рівнозначним перегляду DVD доповнень, чи вивчення пов'язаних із ним веб-сайтів тощо. Тобто, кінематографічне задоволення сьогодні існує не стільки у кінематографічному екрані, скільки поза ним.

Домінування середнього та загального планів спричинює факт того, що великий план все менш використовується. Так, наприклад в останньому фільмі про Джеймса Бонда («Спектр» (2015 р.)) фактично не було жодного великого плану, що для художнього фільму велика рідкість. М. Ямпольський, говорячи про етичний вимір кіномови, зазначає, що той, зокрема, проявляється у ставленні до великих планів, оскільки останній виявляється виразом візуального диктату [див. 17]. Але, у даному разі потрібно пояснити, що візуальний диктат більш пов'язаний із принципом монтажу (поєднання і частотою використання окремих планів), ніж із видом певного плану. Великий план є виразом не стільки ідеології, скільки емоції.

Загальний і середній плани зображають імперсональний механістичний характер видовища. У процесі розглядання предмету на такій відстані, ми не деформуємо його власною оцінкою – великим планом. Загальний план – це об'єктивний погляд неупередженого спостерігача. Він не несе споконвічного в собі сенсу і тим самим може представлятися як «порожнє розглядання», як сліпа фіксація що відбувається, що і відбувалося. Так, наприклад, було у

фільмах братів Люм'єр, тільки пізніше з'явився великий план як смислова, емоційна оцінка того, що відбувається.

Ж. Дельоз визначає великий план як образ-емоцію [7, с. 144]. Образ-емоція також співвідноситься з образом-переживанням, який з точки зору Ж. Дельоз, є можливістю чи якістю, що взята сама по собі [7, с. 155]. У процесі актуалізації, якість стає ознакою предмета, а можливість – відчуттям, почуттям, емоцією [7, с. 156]. Значення великого плану проявляється у тому, що він абстрагує об'єкт від усіх просторово-часових координат і зводить його у ранг сутності. Дивлячись на ізольовану особу, ми не сприймаємо простір. Наше відчуття простору зникає. Зображення втрачає здатність рухатися в протяжності, і його рухи стають виразними. Це зображення, що складається з нерухомої частини й інтенсивних виразних рухів, і утворює переживання [7, с. 145].

Тобто, великий план створює не тільки візуальне збільшення певного об'єкта, але і його змістову характеристику. Великий план здійснює зміну руху, який перестає бути поступальним і стає виразним: «Вираз окремо взятої особи є ціле, інтелігібельне саме по собі, і нам нема чого додати за допомогою думки ні до нього самого, ні до того, що в ньому є просторово-часового» [7, с. 154]. Ж. Дельоз стверджує, що коли ми бачимо обличчя великим планом, ми бачимо саме «відчуття-річ» [7, с. 154]. У великому плані якість стає ознакою предмета, можливість – дією, афект перетворюється у відчуття, почуття, емоцію чи навіть імпульс якоїсь особистості, особа робиться характером чи маскою цієї особистості [7, с. 156]. Ж. Дельоз говорить, що не буває великих планів особи, сама особа і є великий план, а обидва вони являють собою афект, образ-переживання [7, с. 145].

Коли якості й можливості розуміються так, як вони актуалізовані у географічно й історично обумовлених середовищах, ми потрапляємо у сферу образу-дії, у сферу середнього плану [7, с. 186]. Тобто коли отримуємо інформацією, а не емоцією. Середній план, як вираз інформаційної форми, головним чином був пов'язаний із телебачення. Зміна ж акценту на середній

та загальні плани у кінематографі, говорить про зміну пріоритетів естетичних потреб людини, для якої сьогодні більш важливою стає відчуття інформаційної присутності ніж емоції.

Ж. Дельоз говорить, що образ-дії є вираженням реалізму, образу-емоції – ідеалізму [7, с. 186]. Реалізм – це представлення інформації про речі такими, які вони є, а ідеалізм – це віра у краще. Зрозуміло коли, домінування інформаційного реалізму над емоційним ідеалізмом відбувається у сфері документальних подій, проте коли це зачіпає сферу розваги та відпочинку, можна говорити про культурну трансформацію. Сьогодні інформація є розвагою та відпочинком. Мова звичайно йде не про складну до сприйняття інформацію, а про наочну, про готову відповідь без питання, та довгого шляху, який потрібно пройти, щоб отримати відповідь.

Сучасне суспільство – це суспільство лайфхаків (life hacking) – готових хитростей та корисних порад, які допомагають вирішувати проблеми, заощаджувати свій час. Кінематографічний великий план є питанням, через яке глядач повинен був сам прийти до відповіді, про що головний герой думає чи, що він відчуває [7, с. 146]. Сьогодні, відповідь все частіше передається у готовому вигляді через монологи та діалоги. Це результат інформатизації – того, що кінематографічний кадр повинен бути чітким інформаційним фактом. Але, також, це показує, що сьогодні кінематограф дійшов до межі своїх наративних можливостей.

У середньому сучасний фільм триває 2-2,5 години, за цей час можна розповісти історію (передати інформацію), проте, обмежену у своєму розмірі. Візуальні стратегії інформатизації допомагають розширити цей об'єм, проте їхні можливості у даному випадку, також, обмежені певними рамками. Але інформаційна потреба сучасної людини розвивається експоненціально й тому сьогодні вже існує той момент, що фільми за інформаційними характеристиками не задовольняють людей. Для вирішення цієї проблеми кіностудії звертаються до створення франшиз – історій, які складаються з

певної кількості фільмів. Проте більш ефективно вирішення цієї проблеми пов'язано з новим медіа – візуальним романом.

Візуальний роман – це термін, яким зараз іноді називають сучасні серіали. Візуальний роман – це продукт, який є результатом ремедіації телебаченням, кінофільму та літературного роману. У довідкових виданнях визначають, що літературний роман представляє собою великий епічний жанр, в якому розповідають про приватне життя людей в нерозривному взаємозв'язку із суспільними процесами [5, с. 264].

У літературознавчій енциклопедії визначають літературний роман, як метанаратив, для якого характерним є «панорамне зображення дійсності, багатоплановість на фабульному та сюжетному рівнях розвитку конфліктних ліній, ускладнений хронотоп, поліфонічна, часто уповільнена розповідь, супроводжувана художнім висвітленням актуальних проблем зовнішнього та внутрішнього світу» [11, с. 342]. Отже, літературний роман має високу інформаційну наповненість. Кінематографічна візуалізація цієї інформації дозволяє людині сприймати її більш легко і швидко. Візуальний образ діє блискавично оскільки передає інформацію через емоційне переживання.

Поява візуального роману пов'язана зі зміною якості телевізійних серіалів, перехід їх з рангу, так званих, «мільних опер» у сферу складних і глибоких історій – процесом переважання горизонтальної структури (коли сюжет розвивається від епізоду до епізоду) над вертикальною, циклічною (коли кожен епізод містить закінчення [14, с. 24]. Старі серіал іноді містили горизонтальну структуру, проте у більшості випадків вона була поєднана з вертикальною й остання відігравала основну роль.

Кожна серія містила закінчену історію і ця історія була важливішою ніж загальна, ніж розвиток головних персонажів. Сценаристка Памела Дугласа говорить, що серіали з таким структурним принципом називають процедурною драмою (procedural drama) [8, с. 11]. Яскравим прикладом процедурних драм є серіали: «Місце злочину», «Морська поліція: Спецвідділ», «Закон і порядок». Розслідування, розкриття злочину – ключові

поняття для цих серіалів. «Доктор Хаус» є медичною процедурною драмою, в якій ланцюжок доказів призводить до знаходження причини хвороби, а «Практика» та «Юристи Бостона» – юридичною процедурною драмою (вони завершуються виграшем справи у судді). Кожна серія цих серіалів, таким чином, має завершення, а, отже, сам серіал має циклічну часову структуру.

П. Дугласа говорить, що телеканали люблять серіали з циклічною структурою тому, що їх серії можна запускати в будь-якому порядку [8, с. 21]. Якщо серії не володіють «пам'яттю», тобто не є важливим розвиток персонажів та їх відносин від сезону до сезону, то не важливою є послідовність показу. Глядачам подібні серіали подобаються через завершенні історії – того, що у фіналі кожної серії перемагає справедливість, що не завжди трапляється в реальному житті. Таким чином, серіал, у вертикальній структурі, являв собою стабільний засіб відпочинку. Структурна схематичність серій дарує спокій.

Сьогодні процедурні драми все ще використовуються, проте основний акцент у сучасній екранній культурі робиться на створення та споживання візуальних романів. Візуальний роман має довгий центральний наратив. Він пропонує прожити з героями не годину-другу, а сотні годин. Яскравим прикладом, такого підходу є серіал «Пуститися берега» (англ. *Breaking Bad* (2008-2013 рр.)), у якому протягом п'яти сезонів ми спостерігаємо процес внутрішньої еволюції головного героя.

Тобто горизонтальна структура у цих серіалах формується через розвиток персонажів, а не через сюжетну інтригу. Одним з технічних засобів останньої є кліфгенгер (у перекладі з англ. *cliffhanger* – висіти над обривом). Кліфгенгер – це художній засіб закінчення частини історії складною дилемою для героя, що залишає розв'язку відкритою до появи продовження. Візуальні романи, так само, як і «старі» серіали іноді використовують кліфгенгер, проте головними для них є взаємозв'язок між дрібними візуальними деталями, які показують поступову зміну поведінки та мотивів персонажів. Те, що сьогодні існує запит саме на подібні формат показує



важливість інформації для сучасної людини, адже у цій глибині реалізується інформаційна складова, яка є характерна для літературного роману.

Значний інформаційний аспект візуальних романів проявляється й у принципах сприйняття, які відрізняються від принципів сприйняття старих серіалів із вертикальною структурою. При вертикальній структурі зовсім не важливо було слідкувати за кожною серією, кожна серія все одно мала своє сюжетне коло і тому глядач міг спокійно пропустити одну чи декілька та не переживати, що не зрозуміє наступні. У сучасних серіалах із горизонтальною структурою вкрай важливо не пропустити жодної деталі, адже вона може вплинути на загальну історію. Крім того, важливим є момент самостійного отримання інформації, тому у мережі Інтернету є умовне правило на заборону спойлерів. Спойлер (від англ. spoil – псувати) – інформація, яка розкриває сюжет ще до особистого ознайомлення з предметом уваги.

Сюжетна глибина та різноманітність – це одні з головних характеристик візуальних романів. Дослідник Стівен Зейтлік каже, що сьогодні серіали краще розповідають історії ніж фільми, і їх історії є глибшими та багатшими ніж у кіно. Він зазначає, що саме сьогодні серіали використовують свою «вроджену» перевагу – час – у серіалах є цілих 20 чи 30 годин на екрані, щоб створити історію замість півтори, двох чи трьох годин які зазвичай використовуються у кіно. На відміну від серіалів, фільми не призначені для показу протягом тривалого періоду чи слідувати за життям персонажів протягом багатьох років [див. 61].

Сем Ісмаїл – шоуранер серіалу «Mr. Robot» (2015 р. - ...) розробив складну сюжетну структуру, у якій часто значення подій певних серій одного сезону проявляється у серіях наступного сезону. Для того, щоб цей сюжетний зв'язок проявився візуальним чином, він вирішив з 2-го сезону сам ставити кожен серію. Для телевізійного продукту подібний підхід є великою рідкістю, адже зазвичай кожен серію ставлять різні режисери.

Серіальна тривалість означає, що глядачі можуть стати набагато більш інвестовані у персонажів серіалу, ніж у персонажів фільму. А самих

персонажів у серіалах можна робити складнішими, адже глядачі серіалу мають значну кількість часу, щоб зрозуміти їх. Таких персонажів створював Метью Вайнер у своєму серіалі «Mad Men». Він створив персонажів, в яких сутність характеру виводиться назовні у тонкощах їх реакцій, дій тощо. Коріння цього виду нарративу були започатковані у серіалах Девідом Чейзом у «Сопрано» (над яким М. Вайнер, також, працював), який був однією із ранніх спроб артхаусного підходу для телевізійних творів. З «Mad Men» М. Вайнер удосконалив це до наступного рівня із більш контрольованою і лаконічною екранною історією.

Серіал «Mad Men» (2007-2015 рр.), присвячений історії рекламного агентства з Медісон-авеню (Mad Men – це скорочено «Люди із Медісон-авеню»), детально описує американське життя 50-х і 60-х років. Культурологиня Галина Меднікова говорить, що серіал «Mad Men» через візуальну стилізацію дає відчуття культурні особливості «золотої епохи» США [13, с. 10]. Атмосфера епохи формується через: моду, звички (жодна розмова не відбувається без сигарети чи алкоголю), інтер'єр будівель (офіс, ресторан «Чотири сезони» тощо), популярне на той час мистецтво (картини Марко Ротко, Віктора Вазарелі тощо) і музику («Бітлз» тощо).

Це все те, що потрібно побачити та почути та спостерігати у тимчасовому розвитку, тому серіал стає найкращою формою для реалізації подібної інформації. Раніше розробники історичних серіалів та кінофільмів не зосереджували значної уваги на дрібних деталях. Проте сьогодні, як стверджує Г. Меднікова, «важливою стає кожна деталь: автомобілі, інтер'єри, одяг – все продумано до дрібниць» [13, с. 8]. Тому сучасні серіали є базами даних.

Серіал «Mad Men», у цьому випадку, є найкращим прикладом, оскільки їх творець (шоуранер) М. Вайнер слідкував за кожним елементом відеоісторії: «У команді Вайнера працювали люди, які спеціально вивчали старі карти передмістя, в якому живуть головні герої серіалу – Дон і Бетті Дрейпер. Вони дізнавалися про тодішні назви вулиць, а ще дивилися старий

розклад електричок, щоб точно знати, яким поїздом Дон повертається з роботи додому» [див. 15]. Крім того «Mad Men» – це не просто візуальне проектування, а й передача світосприйняття людей іншої епохи. Яскравим прикладом цьому є сцена з серії другого сезону, в якій всі жінки офісу ніби переживають власну смерть, коли дізнаються про самогубство своєї ікони Мерилін Монро. І справжнім «всесвітнім потопом» стає для героїв, а разом з ними й глядачів, події передостанньої серії третього сезону, в якій сповіщають про вбивство Джона Кеннеді. Як сказав президент телевізійної мережі «АМС» про серіал «Mad Men»: «Це не телебачення, це світ» [див. 15]. Подібно до роману Марселя Пруста «У пошуках утраченого часу», головним героєм «Mad Men» є час, який проявляється у різних культурних аспектах. Саме тому цей серіал являє собою «енциклопедію життя» 60-х.

Дослідниця Єва Рапопорт звертає увагу, що у таких серіалах замість викладу єдиної історії нам пропонують спостерігати за розвитком численних доль, як правило, персонажів і перипетіями їх взаємовідносин один з одним і з навколишнім світом, який є практично самостійним персонажем [14, с. 30]. Щоб краще зрозуміти людину чи культурну епоху необхідно спостерігати її у тимчасовому розвитку і тому, візуальний роман стає кращою формою для реалізації подібної інформації. Виникає просвітницький момент (після кожної серії може виникнути бажання відстежити кожну реалію та історичне відсилання за джерелами). Інформацію, емоційно сприйняту через естетику сучасного серіалу, можна використовувати для власного розвитку – розширювати за допомогою неї кругозір чи критично переосмислювати її.

Г. Меднікова акцентує, що подібні серіали можна використати для формування стилю життя – завдяки предметному фетишизму епохи 60-х у серіалі «Mad Men», молодь отримує посібник з формування смаку [13, с. 9]. З точки зору, Г. Меднікової, сучасні серіали вказують на те, що сутність культури сьогодні змінилася – у центрі знаходиться багатоманітність культурних практик, які дають людині простір для формування власної особистості [13, с. 12].

Завдяки візуальному роману людина отримує можливість слідкувати за складним індивідуальним розвитком персонажів чи принципів життя певного історико-культурного періоду. Подібний екранний медіа міг з'явитися раніше, але саме сьогодні на нього є особливий запит. Особливо у сучасний період часу людина сприймає навколишній світ як енциклопедію. Цінність інформації у сучасній культурі привели до того, що майже всі об'єкти та суб'єкти сприймаються в інформаційному контексті, у контексті того, яку інформацію від них можливо отримати.

Отже, інформація у сучасному суспільстві є «продуктом першої необхідності». Екранна культура прагне задовольнити людську потребу в інформації, і використовує для цього різні засоби. Візуальна стратегія інформатизації екранного простору здійснюється через еkleктичність та гібридизацію екранного простору, використані середнього та загального планів, а також через створення та використані нових екранних форм та екранних медіа. Акцент на інформатизацію в екранній культурі показує цінність інформації у сучасному суспільстві. Для сучасної людини важливо бути власником унікальної інформації чи першою отримати її. У загальному ракурсі інформація є лише об'єктом, тому дана ситуація – це вже позиція користувача, а не глядача, яка була для людини традиційною у сфері екранної культури.

Людина прагне інформації тому, що прагне її використовувати. Проте інформатизація у сфері екранної культури має і негативні наслідки. Перехід інформації у сферу естетичних категорій, говорить про те, що втрачається її головна суть, адже більш важливими стають не її якісні характеристики, а кількісні і сам факт присутності. Також, цінність швидкого отримання інформації може привезти до того, що процес її отримання втратить сенс. Якщо це станеться, то тоді постане проблема індивідуального розвитку, адже готові відповіді негативно сприяють йому – перетворюють людину у засіб для збереження та відтворення готових думок.

### 3.2. Індивідуалізація рецептивного досвіду особистості у просторі екранної культури

Кінематограф вважався головним екранним медіа у ХХ столітті. Проте у ХХІ столітті він поступово втратив свою позицію через появу цілого ряду електронних, а пізніше й цифрових інновацій. Ця зміна акцентів не призвела до того, що кінематограф зник повністю, а сформувала дві тенденції: пост-кінематографічність та пост-кіно. Пост-кінематографічність є процесом того, як трансформується кінематограф у нових технічних реаліях, як він здійснює процес ремедіації – вдосконалює чи змінює свою художню мову для конкуренції з іншими медіа.

Пост-кіно, у свою чергу, є сферою розвитку нових медіа, які є нащадками кінематографу, тобто такими, що використовують певні структурні елементи та сутнісні особливості кінематографу. Такими новими медіа є візуальний роман, віртуальна реальність та ігрові фільми. З розвитком та розповсюдженням цих нових медіа відбувається й індивідуалізація рецептивного екранного досвіду. Віртуальна реальність усуває дистанції між глядачем і героями, але, також, усуває зв'язок з іншими глядачами. Ігрові фільми функціонують на основі індивідуальної фізичної та емоційної взаємодії з гравцем, а візуальні романи, так само, як і фільми сьогодні люди часто дивляться на екранах комп'ютерів, планшетів та смартфонів, тобто приватних екранних медіа.

Ігрові фільми з'явилися внаслідок розвитку кінематографічної естетики у відеоіграх. Відеоігри з кінематографічною естетикою є такими, які використовують кінематографічні засоби для створення настрою, подання головного нарративу, підтримки цілісного художнього образу ігрового світу [41, с. 83]. Для реклами сучасних відеоігор використовуються кінематографічні трейлери, а більшість самих ігор містять велику кількість відео вставок. «Gears War 3» (2011 р.) містить 90 хвилин відео заставок – тобто, анімовану кінематографічну послідовність, протягом якої гравець не

може діяти, а лише спостерігати. А «God of War III» (2010 р.) містить майже дві години таких заставок [38, с. 3]. Серії пригодницьких ігор «Uncharted 3» (2011 р.) настільки багата сюжетним відео, що гравці, вирізали ці уривки та склали з них повноцінний тригодинний фільм, а в «Metal gear solid 4» (2004 р.) обсяг відео доходив чи не до половини хронометражу всієї гри [12, с. 87]. Обидва проекти не є винятками, але скоріше виражають загальну тенденцію подачі сюжету, прийняту в ігрових проектах.

Через використання відео та монтажного компонування у фільмі, режисер домагається максимально точної передачі власного бачення глядачу, він домінує над його волею і поглядом. З одного боку, такий підхід у корені суперечить активній природі гравця і принципу свободи вибору, з іншого, через поєднання в певних пропорціях нав'язаного погляду і вільного вибору, виробники досягають досить значних результатів. Такими прикладами можуть служити ігри на зразок «Heavy rain» (2010 р.) і «The walking dead» (2012 р.): в обох відеоіграх головний герой наділений вкрай обмеженою свободою дії і переміщення, цим вони більше схожі на інтерактивне кіно [12, с. 87]. У грі «Max Payne 3» (2012 р.) плавний перехід між відеороликами й геймплеєм (англ. *gameplay* – ігровий процес) працює на те, щоб зробити кожен сцену найбільш унікальною, де поведінка персонажів завжди має відношення до подій на екрані, на відміну від більшості «дерев'яних персонажів» в інших іграх.

Ігрову кінематографічність можна знайти в більш широкому розмаїтті продуктів і жанрів. Така гра, як «Grand Theft Auto V» (2013 р.), наприклад, є надзвичайно кінематографічної, оскільки вимагає, щоб гравець розвинув тонке розуміння кадрування. У ній гравці повинні перемикатися на різні точки зору в залежності від ситуації й індивідуальних переваг [див. 28].

Девід Кейдж йде ще далі у створенні візуально ідентичного кінематографічного досвіду у відеоіграх. Це, на його думку зможе дати те, відчуття справжніх емоцій у відеоіграх [див. 44]. У своєму виступі на GDC Europe (Game Developers Conference Europe – Європейській конференції

розробників ігор), Д. Кейдж продемонстрував двигун «Quantic Dream», який був використаний для демоверсії «Beyond: Two Souls and the Dark Sorcerer» (2013 р.), і який допоможе отримати гравцю більшу емоційну залученість [див. 44]. Д. Кейдж виступає не просто за запозичення кінематографічних технік, він хоче бачити, що вони перетворюються на щось зовсім нове в контексті відеоігор. Так, важливим завданням для нього є злиття кінематографії та інтерактивності. Д. Кейдж хоче змінити стандартні принципи поєднання відео та дії, при якому вони подаються по черзі, він хоче створити досвід, де не буде помітна різниця між ними [див. 44].

Студія Д. Кейджа розпочала експериментувати із технологією «Quantic Dream», щоб перевершити можливості сучасних кінематографічних інструментів. Д. Кейдж говорить, що вони думають над системою програм, де вони могли міняти деякі параметри екранного простору, алгоритм який давав можливість надати відеогрі режисерського стилю Стенлі Кубрика, Орсона Уеллса чи Френсіса Форд Копполи [див. 44]. Формат подібних кінематографічних ігор вимагатиме іншого способу створення і залучення нових спеціалістів. Д. Кейдж стверджує, що для подібних відеоігор буде потрібен оператор та режисер [див. 44]. Роль останнього особливо важлива, адже він завідуватиме творчим баченням історії, а отже повинен буде слідкувати за усім.

Д. Кейдж вважає, що майбутнє у відеоіграх за емоцією і саме кінематографічність здатне дати її. Він сподівається, що через наповнення гри змістом, розробники зможуть почати вирішувати значно серйозніші питання, він хоче створити ігри, які зможуть змінювати нас, хоча б трохи, чи принаймні, змусити нас думати [див. 44]. Тобто його ціллю є емоція не в контексті простої розважальності, а в контексті контакту між гравцем та історією, яка створить для гравця можливість рефлексії, замислення над важливими соціальними чи життєвими питаннями.

Традиційно відеоігри належали до сфери чистої розваги, до творів, які не зачіпали важливі питання. Але також із самого початку, завдяки

інтерактивності, відеоігри мали значний індивідуальний зв'язок із гравцем, який реалізовувався не у пасивному сприйнятті, а в активному процесі. І хоча художні принципи сучасних масових відеоігор змінили цю медіальну особливість – зробили участь людини більш пасивною, проте, можливо, саме поєднання фізичного зв'язку, який все одно залишився, із важливим змістовним наповненням, зможе надати ефективний засіб для рефлексії. Дослідник Даніель Нетцель говорить, що дана ціль на даний момент найкраще була досягнута компанією «Naughty Dog».

«Naughty Dog» вирішили відмовитися від карикатурних персонажів і зосереджуватись більше на людських історіях. Хоча їх ігри є фантастичними за своїм характером, ці історії розповідають про справжні людські конфлікти і емоції, і роблять їх основою для геймплея. Саме це рішення дозволило «Naughty Dog» прорватися крізь поріг відеоігор і вступити у простір кіно. Їх відеогра «The Last of Us» (2013 р.) використовує «кінематографічну грамотність» [див. 29]. Кінематографічна грамотність починається із фокусу на персонажа та історії. Кожен персонаж повністю розвинений і всі мають свої окремі наміри та проблеми. У фільмах є внутрішній конфлікт – те, що веде історію вперед. «Naughty Dog» знає про це і створює складних персонажів, які викликають інтерес та співпереживання.

Починаючи із гри «Uncharted: Drake's Fortune» (2007 р.), у створенні ігор для «Naughty Dog» брали участь справжні актори. Їх знімали камери, коли вони грали разом епізоди у костюмах захоплення руху. Важливим моментом було те, що актори працювали разом, а не записувались окремо, як це буває зазвичай при розробці відеоігор та навіть при фільмуванні сучасних фільмів. «Naughty Dog» зрозуміла, що розбивання акторів таким чином лише призводить до застарілих, безособових персонажів, яким жоден гравець не зможе співпереживати. Відеогра не створить змістовний індивідуальний контакт з людиною, якщо не буде індивідуально оригінальною на всіх рівнях своєї структури. Тому «Naughty Dog» використовує кожен інструмент розповіді на свою користь, як і фільм. Компанія навіть доходить до того, що



використовує художні засоби кінематографії: композицію фільмування, освітлювання, навіть фокусування та рух камери [див. 29] Всі ці елементи об'єднуються для створення захопливого досвіду, який ви просто не можете отримати із будь-якого іншого засобу розваг.

Дослідник Брайан Талліріко говорить, що не може бути ніяких двадцять хвилин геймплея, який більш є кінематографічними, ніж пролог до «The Last of Us». Цей пролог встановлює тон, подібного до того, як висококласний кіносценарист робить зі своїм першим актом, визначає світ, в якому гра буде мати місце, і емоційно поєднує його з гравцем способами, які не відрізняються від тих, що використовують у Голлівуді [54]. Подібні ігри є прикладом вже не відеогри, а нового медіа – ігрового фільму. Якщо подібні ігрові фільми будуть і надалі розвиватися, а, також, розширювати сюжетну різноманітність, звертатися до різних важливих проблем, то ми отримаємо значний засіб для індивідуального розвитку.

Іншим новим екранним медіа, який відноситься до пост-кіно, є віртуальна реальність. Вона зараз, головним чином, асоціюється зі сферою атракціонів – ми можемо зустріти автомати, які пропонують отримати віртуальний досвід, у більшості парків розваг та торгових центрах. Окуляри та контролери для симуляції віртуальної реальності використовуються у сучасних відеоіграх, проте їх використання має значні обмеження. Окуляри віртуальної реальності «Oculus Rift» досі мають чисто технічні проблеми: через низьку роздільну здатність та малу швидкість оновлення при різких поворотах мало хто здатний витримати у них більше ніж годину-дві (причому як результат можна отримати: головний біль чи морську хворобу). Бігові доріжки «Virtuix Omni» й ігровий автомат «Delta Six» – вельми обмежені в застосуванні, наприклад, доріжка, як пишуть користувачі, підходить тільки для дуже неспішних прогулянок по ігровому світу [див. 3].

Спроби створити повний костюм віртуальної реальності («Atlas», «ARAIG») на сьогодні далекі від завершення, не кажучи вже про вирішення проблеми високої ціни. До того ж, виникають додаткові питання: наприклад,

де грати у костюм-збруї «Atlas», адже для цього потрібен дуже великий зал і бажано із м'якими стінами. Тому більш актуально буде говорити про віртуальну реальність у контексті відео творів.

Сьогодні більшість сучасних кінофестивалів присвячують віртуальній реальності свої окремі програми. Так, Венеціанський кінофестиваль у 2017 році створить розділ, присвячений VR фільмам (VR - скорочення від англ. virtual reality - віртуальна реальність). Це перший в історії конкурс VR робіт, створених кінофестивалями. За рік до цього, у 2016 році у Венеції був показаний один із перших художніх віртуальних фільмів – «ІсусVR - Історія Христа» [див. 58].

Сьогодні мають у своїх програмах твори віртуальної реальності і такі відомі кінофестивалі, як: Каннський, Берлінський та «Санденс». Віртуальна реальність переживає зараз той період, у якому кінематограф перебував на початку свого розвитку, коли він сприймався як атракціон, проте вже створював твори, які можна було віднести до сфери мистецтва. І саме віртуальна реальність може зараз здійснити той ефект, яким володів кінематограф на початку, але поступово втратив, як внаслідок звикання глядачів, так і внаслідок розвитку інших екранних засобів.

Віртуальна реальність зараз здійснює ефект навіть якщо розкаже про прості історії. І цей момент активно використовується. На Берлінському кінофестивалі продюсер Стівен Марковіц продемонстрував ряд віртуальних короткометражних фільмів про Африканські країни [див. 43]. Мета використання технології віртуальної реальності у цих фільмів – дати можливість глядачам з інших контентів краще познайомитись з Африкою, адже віртуальність дає кращий візуальний досвід ніж більшість екранних медіа.

Практика сприйняття віртуальних творів є індивідуальною, адже замість одного екрану для всіх, як у кіно, кожен отримує свій власний екран. І навіть якщо посадити всіх глядачів в один зал ми не отримаємо того ж ефекту, як при перегляді звичайного кінофільму. Адже віртуальна реальність

є новою формою кінематографічного погляду, який у даному випадку є рухомим із пливучою індивідуальною «точкою зору». Це знайомий аспект того, що можна назвати кінематографічною феноменологією, де камера стимулює рух точки зору, яка не часто містить візуальний огляд тіла, як транспортного засобу цієї точки зору. Віртуальна реальність пропонує себе як новий вид камери. На відміну від традиційного кіно, віртуальна реальність дозволяє глядачеві контролювати розміщення і тривалість кожного кадру таким чином, щоб маніпулювати власною точкою зору [22, с. 235].

У віртуальній реальності глядач має те, що математики характеризують як шість ступенів свободи, бо є шість різних способів, якими людина може змінювати положення до її візуального оточення: вона може залишатися в одному місці і перемістити кут огляду вгору чи вниз, вліво чи вправо, або з боку в бік, в кожному випадку змінюється її погляд. Крім того, вона може тримати кут огляду фіксованим і перемістити точку зору в трьох просторових вимірах: вгору чи вниз, вліво чи вправо, вперед чи назад [22, с. 230]. Дослідниця Бренда Лаурел вважає, що віртуальна реальність є мистецтвом створення просторів, які можуть стимулювати уяву. З її точки зору, це не просто занурювання у зміст, це конструювання змісту, через експеримент з уявою таким чином, щоб воно знаходило тіло [34, с. 49].

Варіації використання віртуальних творів сприяють індивідуальній практиці перегляду, а, вірніше, участі, адже часто використовують тілесний досвід, як додатковий елемент. Для бельгійської творчої групи «CREW» тіло є однією з головних тем. У виставах «CREW» глядач завжди перебуває в середині дійства, випробовує інноваційний потенціал інтерактивних технологій [див. 1].

Так, у роботі, яку вони презентували в «Мистецькому Арсеналі» в Києві у 2018 році «С.а.р.е.», вони запропонували глядачу (учаснику) пережити віртуальну реальність через своє власне тіло: рухатися, ходити, бігати. Таке ігрове співвідношення реального процесу і записаного матеріалу перетворює глядача в справжнього протагоніста проекту. А при цьому не дає

сформувати масову практику, адже кожний глядач (учасник) крім індивідуального екрану отримує індивідуальний простір та помічника. Так, у проекті «C.a.r.e.» могли приймати участь тільки три людини і навіть вже ця кількість створювали певні не зручні ситуації (перетинання просторів один одного, а як наслідок зштовхування чи неправильне співпадіння віртуальних та реальних дій).

Джеймс Джордж, співзасновник компанії «Scatter» і технічний директор компанії «Blackout», називає твори віртуальної реальності досвідом, а не фільмами [див. 27]. Спеціальна гарнітура переносить глядача в абсолютно реалістичний простір, він дивиться по сторонах і бачить людей, бачить, що хтось із з них знаходиться у депресії, а хтось навпаки є веселим, він існує у просторі й можете реагувати на всі його дрібні деталі. Віртуальна реальність слідує принципу *immersive* (у перекладі з англ. занурення), її інтерактивність збільшує емоційне залучення глядача [див. 27]. Кінокритик Оуен Глейberman каже, що вже через десять секунд віртуального фільму Алехандро Іньярріту «Carne y Arena» (2017 р.) він відчув сильні емоції пов'язані із занепокоєнням [див. 30]. При цьому ці десять секунд були пов'язані тільки зі сприйняттям простору пустелі [див. 30].

Фільм А. Іньярріту триває шість с половиною хвилин і розповідає про мексиканських емігрантів, які намагаються перейти кордон між Мексикою та США. О. Глейberman говорить, що це був морально складний досвід: «я відчував зв'язок з іммігрантами, і я не відчував себе привілейованою білою людиною, я ніколи не отримував досвід, подібний до цього» [див. 30]. О. Глейberman каже, що у фільмі є сцена, коли охоронці вискакують, починають кричати та направляти свою зброю. Подібну сцену можна побачити у багатьох фільмах, але саме завдяки віртуальному існуванню у середині, вона сприймається реальною [див. 30]. «Carne y Arena» була чітко зроблена, щоб висловити актуальне питання нашого часу: скрізь, де піднімається питання нелегальної імміграції, мова йде про людей, які ризикують свої життя, щоб перетнути кордон [див. 30]. І саме віртуальна

реальність є тим засобом, який найкраще може передати, що відчують ці люди, їх досвід.

Принцип функціонування віртуальної реальності сприяє зв'язку з персонажами та історією. Лілі Болдуїн, чий віртуальний фільм «Через тебе» (2017 р.) був представлений на кінофестивалі «Санденс» говорить, що віртуальна реальність може повернути нас до себе, з її точки зору, віртуальна реальність є протилежною до уникнення та ескапізму.

«Через тебе» є інтимною любовною історією. Сашка Анселд, співавтор цього фільму, говорить, що центральним образом для них було почуття пам'яті про втрачене кохання, яке кожний із нас носить все наше життя. Віртуальна реальність дозволяє нам випробувати життя головної героїні Джулії через передачу її спогадів «у наші очі». Л. Болдуїн говорить, що віртуальна реальність вроджено пропонує почуття провини й інтимності, адже поміщає глядача всередині того, що відбувається навколо нього. І саме тому вона підходить для фільму «Через тебе», який відкрито розповідає про пікові моменти людського буття [див. 57].

Якщо подивитися на еволюцію комп'ютерного екрану, то можна побачити, що він пройшов той же розвиток, що і екран кінематографу. Співвідношення сторін екрану німого кіно було 4:3 чи 1.33. Коли телебачення отримало свої стандарти в 40-х роках, було обрано саме це співвідношення сторін, яке збігалось із кінематографічним. Подальший розвиток кінематографу був пов'язаний із переходом від цього майже квадратного формату, до більш прямокутного формату.

На початку ХХ століття був вибраний формат 16:9 чи 1.78: 1, який зараз більше асоціюється із кінематографічним зображенням ніж 4:3. Надалі цей формат отримував невеличкі видозміни (VistaVision 1.85, анаморфний 2.35 і т.д.) проте суть залишилась та ж – екран мав широкий формат [див. 16]. Той самий перехід і відбувся й у сфері комп'ютерних моніторів, тільки вже у ХХІ столітті. Приблизно до 2006 року, більшість комп'ютерних моніторів мали співвідношення сторін 4:3 і деякі з них 5:4. У період із 2006 по 2007 рік,

формат 16:9 і 16:10 (8:5) стали широко доступні, спочатку в ноутбуках, а потім і в автономних моніторах. Сучасний формат екранів смартфонів є частиною цієї тенденції.

Причини цього переходу можна побачити у тому, наскільки важливим є кінематографічний досвід для сучасної людини. Процес роботи із текстом, комп'ютерним кодом чи процес роботи у графічних програмах був би зручним із квадратним форматом екрану. Проте відчуття присутності у іншій, екранній реальності, яке надають фільми краще всього працює саме у прямокутному, кінематографічному форматі. Адже він найбільш співвідноситься із формою простору, яку охоплює людський погляд. Це одна із характерних рис того, що сучасна людина обирає індивідуальний, а не масовий рецептивний екранний досвід.

Кінематограф формував спільність перегляду на основі часового та просторового чинників: незнайомі між собою люди дивились фільм в один і той же час, в одному і тому же місці. Телебачення перенесло практику перегляду з кінотеатру у вітальню, тобто втратило просторовий чинник спільності. Але телебачення залишило часову спільність – кожна передача чи серіал людина дивилась не сама, а разом з іншими людьми, які дивились ту же саму передачу у той же час у своїх домівках.

Відео-арт, на противагу телебаченню, мав просторову спільність (галерею чи музей), але не мав часової спільності – початок та кінець перегляду творів відео-арту був таким же індивідуальним, як і перегляд картини. Відеоігри були тим медіа, який надав людині індивідуальний рецептивний екранний досвід. Але закріпилась ця практика у якості провідної завдяки появі та поширенню комп'ютера, мобільних пристроїв та розвитком мережі Інтернет.

Якщо екран телебачення був «сімейним екраном», то екран комп'ютера та смартфона став екраном окремого індивіда. Особливості Інтернету, у свою чергу, сприяли розповсюдженню і широкому вибору екранної продукції. У результаті людина отримала можливість дивитися відеопродукцію, там і у

той момент часу, коли це їй зручно і коли вона цього бажає. Момент екранної взаємодії став відноситись не до часу та місця події, як це було у випадку з кінематографом, не до визначеного графіку, як це було у випадку телебачення, а до ініціативи кожної окремої людини.

Разом з індивідуалізацією досвіду сучасна екранна аудиторія отримала нові виміри свободи. Можливості Інтернету сприяли легкому розповсюдженню і вибору екранної продукції. Стало можливим дивитися відеопродукцію дуже високої якості в зручний час. Якщо у східній частині світу цей процес здійснюється за допомогою піратських торрент-треккерів, то людина західного світу отримує широкі можливості наповнення своєї буденності за допомогою таких стрімінгових фірм, як, наприклад, «Netflix», «Hulu», «Amazon» тощо. Ці компанії, крім транслявання кіно і серіалів, також і створюють їх, на базі уподобань своїх глядачів. Особливість цих засобів полягає у швидкості отримання візуального контенту і можливості, фактично, ментально замінити один продукт на інший. Тобто, якщо глядачу не сподобається фільм чи серіал, він зможе, у той же момент, замінити його. Глядач може створити свій власний медіа профіль, тобто, фактично, сформувати персональний відеоканал, що складається із тієї продукції, яку вибере він сам.

Важлива особливість цих сервісів – це алгоритм рекомендацій. «Netflix» у цьому аспекті йде попереду інших. Розробники «Netflix» витратили значну кількість часу на створення програмного забезпечення рекомендацій, алгоритму, який би дізнався ваш смак і запропонував ідеальний продукт для вас з каталогу компанії [див. 48]. Протягом останніх кількох років на цю оригінальну функцію не звертали уваги через те, що у суспільному ракурсі, головним чином, говорили, про якість та зміст продуктів компанії та її глобальну експансію. Проте, сьогодні алгоритм рекомендацій «Netflix» є центром уваги.

Дотепер рекомендації користувачів базувались на тому, де вони живуть. Люди в США бачили пропозиції виходячи з того, що вибирають інші

люди в Північній Америці. Зараз «Netflix» розробляє систему рекомендації, що базується на звичках перегляду певних жанрів та видів продуктів з усього світу. Це звучить як відносно незначні зміни, але це значне досягнення, адже нерівномірність доступності відео потенційно перешкоджає якості рекомендацій. Локальні культурні уподобання у старій схемі перекривали можливості для тематичного та змістовного зіставлення різних творів, а також, для міжкультурного зіставлення схожих творів із різних країн.

Група інженерів «Netflix» витратила рік на створення глобальної системи рекомендацій, яка використовує графік смаку всієї абонентської бази, одночасно з урахуванням відмінностей у регіональних каталогах. Для регіонів, у яких вже є визначений графік смаку, «Netflix» тепер буде доповнювати місцеві уподобання глобальними рекомендаціями, і це станеться для кожної країни, коли вона отримає достатньо даних для створення індивідуальних алгоритмів.

Віце-президент з інновацій продукту «Netflix» та лідер реконструкції рекомендацій Гомес-Урібе говорить, що тепер навіть коли одна особа із крихітного острова підпишеться на «Netflix» і почне переглядати фільми, то вже в цей момент алгоритм зможе їй пропонувати більш персоналізовані рекомендації [див. 48]. Тобто, акцент робиться не на «одномірній людині» (представника маси), а на кожній конкретній людині. Це вже процес індивідуального споживання, тобто такого, у якому більшу роль отримує саме глядач (споживач), а не культурні інституції.

Єдиною проблемою на даний момент, пов'язаною із новим видом рекомендацій «Netflix», є проблема зіткнення культурних цінностей. Глобальні рекомендації можуть привести до того, що особа з однієї країни побачить у рекомендаціях продукт, у якому побачить певні образливі для себе моменти. Г. Урібе каже, що компанія розуміє, що різні культури по-різному сприймають певні символи та теми, але «Netflix» не ставить собі за мету інтерпретувати культурну реакцію [див. 48]. «Netflix» готовий образити кількох клієнтів для того, щоб дати своїм клієнтам більший вибір.



Генеральний директор компанії Рид Хастінгс сказав на це, що світовий потенціал – це як радість, так і виклик, який потрібно прийняти [див. 48].

Важливою стратегією «Netflix», як і інших стрімінгових компаній, є випуск власної відео продукції. «Netflix», «Amazon», «Hulu» та інші стрімінгові сервіси активно співпрацюють із талановитими кінематографістами. Дослідник Андрій Бистрицький говорить, що сьогодні відбулась медіа-революція, і тепер глибини, витонченості, справжнього драматизму чекають від серіалів, тоді як сучасний кінематограф перетворив кінотеатр у центр розваг, в який аудиторія йде, щоб отримати насолоду від спецефектів й пережити «відчуття безмежності людських можливостей і могутності технологій» [4, с. 214].

Сфера сучасних серіалів – це сфера авторів. Тому до виробництва серіалів звертаються відомі режисери, та режисери зі сфери незалежного кіно: Девід Фінчер («Картковий будинок»), Стівен Содеберг («The Knick»), Мартін Скорсезе («Підпільна імперія», «Вініл»), Кері Фукунага («Справжній детектив»). Сучасні серіали, таким чином, стають ареною для вираження індивідуальних творчих ідей та художніх експериментів. Що є позитивним моментом в контексті індивідуального споживання (сприйняття), адже сприяє широкому вибору якісної екранної продукції – вибору продукції на свій власний смак.

Одним з прикладів художніх експериментів у сфері сучасних серіалів є розробка свого особливого візуального стилю у серіалі «Mr. Robot». Серіал «Mr. Robot» розповідає про хакерський та громадянський бунт проти корпорацій «E Corp», головним героєм у якому є Еліот Олдерсон, інженер безпеки та хакер, який страждає на психічний розлад. І все це подається через особливу візуальну стилістику. Кадрування у серіалі здійснюється протилежно до стандартних операторських правил – рамки кадру обмежують простір перед персонажами у момент їх розмов чи навпаки дають значну кількість простору зверху, поміщають персонажів у нижній частині кадру. Все це допомагає створити візуальну напругу.

Надмірний простір створює ізоляцію, самотність. А зображення низько в кадрі людини, яка дивиться угору, говорить про її слабкість. Обмеження рамками під час діалогів створює ефект, ніби насправді люди говорять не один з одним, а по одинці. Персонажів кадрують так, що їх обличчя знаходиться близько до краю кадру у тій стороні, де вони звертаються до іншого персонажу. Ці сцени створюють відчуття, що персонажі ніби не знають, що існують поряд один з одним. Ця естетика нагадує про зображення картинки-у-картинці, візуальної форми відеочатів, які надають можливість комунікації, але разом із тим нагадують, про дистанцію, яка існує між людьми. Візуальна аналогія із простором Інтернету є влучною метафорою для історії, у якій головні події відбуваються саме у цифровому середовищі.

Стрімінгові компанії роблять придбання на великих фестивалях. Компанія «Amazon» співпрацювала з кінотеатрами, випускала фільми, як наприклад оскарівський лауреат «Манчестер на березі моря» (2016 р.) у кінотеатрах, перед тим як зробити їх доступними передплатникам. «Netflix» співпрацює з різними кінокомпаніями й купує для показу фільми після того, як вони були показані у кінотеатрі. Проте із власною продукцією «Netflix» має чітку позицію – випускати кожен новий фільм безпосередньо на своїй платформі. Компанія пояснює цю позицію тим, що оскільки їх передплатники фінансують ці фільми, то вони повинні бути першими, хто їх побачить [див. 47]. У 2018 році компанія планує випустити 80 оригінальних фільмів і ці фільми не будуть показуватися у кінотеатрах [див. 20].

Головною продукцією «Netflix» є фільми середнього бюджету, які доволі часто є творчими експериментами молодих режисерів. Коли мова йде про блокбастери, то важливим є показ у кінотеатрі, який підсилює масштаби фільму. Але коли мова йде про інтимні експериментальні фільми, то у даній ситуації більш виграшним є індивідуальний досвід перегляду. Цю думку на даний момент підтверджує популярність продукції «Netflix». Але «Netflix» прагне піти ще далі у розвитку індивідуального досвіду. У 2018 році «Netflix» вирішив випустити блокбастер «Bright» зі значним бюджетом.

Начальник відділу контенту Тед Сарандос сказав, що «Netflix» буде робити більше таких проєктів [див. 50].

Це ще одна стратегія на індивідуалізацію екранного досвіду і найближчому майбутньому ми зможемо побачити її ефективність. А на даний момент ми можемо поглянути на факти, які говорять, що ця стратегія спрацює. Прибуток у 2017 році за літній сезон, який у сфері масового кіно є головним, був офіційно визнаний найгіршим. Літній сезон закінчився на цифрі 3,8 млрд. доларів США за внутрішніми продажами квитків [див. 37]. Це зниження на 14,6% з минулого літа, або одне із найістотніших знижень за останню історію. Щоб знайти літній сезон, який заробив менше ніж у 2017 року, потрібно було б повернутися до 2006 року, коли сезон склав 3,7 мільярда доларів [див. 37].

Ці цифри не говорять про кінець кінотеатрального бізнесу, адже у 2017 році були і фінансово вдалі проєкти. Проте вони, говорять про початок цього процесу, або про те, що йому сьогодні існує альтернатива. Ще декілька років тому у людини не було такого вибору. Технологічно чи змістовно якісні екранні продукти показувались лише у кіно, але сьогодні ситуація інша. Тому людина вибирає те, що для неї є економічно вигідним та зручним і це сьогодні індивідуальний екранний досвід.

Екранний досвід за допомогою сервісу «Netflix» є простим переглядом – ви вибираєте фільм чи серіал дивитесь його і все, ніяких додаткових моментів. Ви платите не за фільм, а за користування сервісом – абонплату. Екранний досвід у кінотеатрі не є простим переглядом, а практикою – у вас є певні зобов'язання (принципи того, як потрібно себе поводити) та обмеження у можливостях – ви не можете зупинити фільм, якщо у вас раптово виникла важлива справа. Кінотеатральний екранний досвід ще не зник тому, що він сприймається як подія – щось протилежне до буденності. У кінотеатр людина зазвичай не йде сам, а з кимось (знайомими, друзями і т.д.). Тобто значення має не тільки фільм, а проведення вільного часу. Але аспект у тому, що як подія, похід у кінотеатр не завжди економічно вигідний.

Сьогодні за ціною білету у кіно можна поїсти у кафе чи барі, сходити на концерт чи фестиваль тощо. А потім подивитися фільм у зручній домашній обстановці. Технології 3D, IMAX та 4D (технологія, яка дозволяє не тільки візуально, але і фізично відчувати екранні події) є фактами того, як кінотеатри та кіностудії намагаються конкурувати з іншими варіантами відпочинку – зробити перегляд фільму незвичною подією.

Тобто, у даному випадку виходить, що масовий екранний досвід базується не тільки на перегляді фільму, а на додатковому задоволенні. Тоді можна зробити висновок, що індивідуалізація рецептивного екранного досвіду являє собою наступний етап у деідеологізації мистецтва після втрати аури, до відкидання культової цінності матеріальності предмета додається відкидання цінності культурної практики його сприйняття. І як результат – залишається сам твір, без яких небудь додаткових обгортки.

Розвиток індивідуалізації рецептивного екранного досвіду не приведе до того, що кінотеатри зникнуть, так само, як поява кінематографу не привела до зникнення театру. Якщо вона не залишиться глобальною практикою, то буде практикою для певної групи людей: певних країн у який значно розвинена кінематографічна культура чи для певних субкультур.

Отже, у сфері сучасної екранної культури існує стратегія індивідуалізації рецептивного екранного досвіду. Домашні екрани все більше перетворюються на індивідуальні кінотеатри, а сфера Інтернет-мережі зі стрімінговими компаніями дають широкий вибір якісних продуктів, на будь-якій індивідуальний смак. Віртуальна реальність діє сильніше ніж кіно, адже має вроджений інтимний характер – поміщає глядача всередині того, що відбувається навколо нього.

Сучасні відеоігри поєднують кінематографію та інтерактивність, для створення ефективного простору рефлексії, замислення над важливими соціальними чи життєвими питаннями. У результаті, завдяки цим новим екранним медіа ми отримуємо не стільки ескапізм, скільки усамітнення. Ця індивідуалізація не стільки втеча від світу, скільки новий простір для

рефлексивного конструювання «Я». У контексті відео творів індивідуалізація рецептивного екранного досвіду означає нівелювання цінності культурної практики сприйняття цих творів. З одного боку, це приводить до утилітарного принципу – зручності використання, а з іншого – до зосередження на змісті самого твору. Це один з аспектів сучасної «приватизації життя», яка має як негативну цінність – втрата суспільної фізичної спорідненості, так і позитивну – через практику чистого екранного зв'язку відбувається твердження самоідентичності.

### **3.3. Нові медіа екранної культури як сфера культуротворчості**

Позиція людини як індивідуального користувача у сучасній екранній культурі є не просто окремою тенденцією, але й базовою основою для іншої – дієвої позиції. Стратегія індивідуалізації рецептивного екранного досвіду приводить до індивідуального споживання, причому часто такого, у якому більшу роль отримує саме глядач (споживач), а не культурні інституції, які створюють екранні продукти. Це нова ситуація, якої до цього у екранній культурі не було.

Потокові сервіси, такі як «Netflix», створюють відеопродукцію на основі уподобань своїх глядачів, які вони отримують завдяки алгоритму рекомендацій. А випуск фільмів та серіалів іншими компаніями стає залежним від реакції людей на них у просторі Інтернет. Так, наприклад, фільм «Deadpool» (2016 р.) був створений завдяки позитивним відгукам на тестовий ролик, який потрапив в Інтернеті у кінці липня 2014 року [див. 26].

Сьогодні глядачі можуть повертати на екран улюблених персонажів, як це, наприклад сталось, із повнометражним фільмом «Вероніка Марс» (2014 р.) та фінальним епізодом серіалу «Восьме чуття» (2015-2017 рр.). І здійснюють вони це не тільки через відкриті листи та коментарі у соціальних мережах, яким студії сьогодні приділяють значну увагу, але і завдяки власним

коштам. Сьогодні є популярними такі сервіси, як «Kickstarter», які збирають кошти на реалізацію творчих проєктів та різних стартапів.

Ж. Бодрійяр зазначав, що характерною рисою таких медіа, як кінематограф та телебачення, є те, що вони антикомунікативні, оскільки є односторонніми у передачі інформації [див. 2]. Вони функціонують на тому, що забороняють відповідь чи дозволяють її тільки в формах симуляції. Саме на цьому базується система масового контролю і єдиний спосіб протидії цьому – це відновлення можливості відповіді. Сьогодні у сфері екранної культури людина має можливість відповіді.

Ця відповідь, не та, яка дає здійснити справжню протидію масовому політичному впливу. Проте та, що може вирішити проблему масового споживання, адже за своїми принципами вона є технічно вдосконаленою «обґрунтованою естетикою» П. Уїлса. І цю ситуацію підсилює той факт, що сучасна екранна культура також ґрунтується на стратегії культуротворчості – того, щоб не тільки давати відповідь, а створювати власне повідомлення. Ця візуальна стратегія, як і багато інших базується на функціональному розвитку екранних медіа.

Якщо кінематограф, телебачення та відео-арт вимагали пасивного сприйняття, то поява відеоігор змінила принцип взаємодії з екранним простором. Відеоігри залучали людину на основі принципу інтерактивності. Тобто, вимагали від людини індивідуальної реакції у реальному часі. Пізніше цей принцип взаємодії з людиною продовжили комп'ютер та мобільні пристрої. Вони стали незамінними елементами нашого повсякденного життя та привели нас до звички асоціювати екран не з пасивним сприйняттям, а активним використанням. Інтерактивність цих екранних засобів спричинила нас бажати цієї інтерактивності у інших ситуаціях взаємодії з екраном. Розвиток соціальних мереж та мобільних додатків, як сфера активної комунікації, посилили цей процес, у результаті чого екранна культура стала культурою активної участі.

Смартфони зі своїми фото та відео камерами та програмним забезпеченням дають можливість сьогодні кожній людині бути творцем, а соціальні мережі переводять цю можливість у повсякденну звичку, роблячи її тим самим важливим аспектом сучасної культури. Один із головних принципів, на якому базується соціальна мережа «Facebook» є процес вираження думок через «пости», які зазвичай є не просто текстом, а візуальною інформацією структурованою користувачем певним чином. Соціальна мережа «Instagram» у цьому йде, ще далі, оскільки пропонує виражатись через створення візуальних продуктів: фотографій, колажів, відеороликів, візуальних історій та прямих трансляцій.

Л. Манович говорить, що соціальна мережа «Instagram» сьогодні є для молодих людей засобом для створення власної ідентичності [39, с. 19]. Звичайно, що в мережевій культурі «Instagram», де люди можуть бачити зображення один одного і використовують ті самі інструменти для редагування, не може бути досягнуто повної унікальності. Проте Л. Манович говорить, що принаймні в «Instagram» можна сформувати візуальний стиль, який є «достатньо унікальним» – те, що не вписується у звичайні типи і не може бути записано за допомогою одного чи декількох хеш-тегів (ключових слів) [39, с. 20]. У цьому екранна культура подібна до фанівської культури – створює власний стиль життя на основі готових культурних продуктів.

Представник Cultural Studies Генрі Дженкінс визначив, що сутність фанівського руху полягає у «браконьєрстві» – використанні об'єктів споживання для створення альтернативного культурного середовища [33, с. 223]. Тобто, фани намагаються опиратися вимогам буденності та ординарності, вони прагнуть жити більш насиченим життям, ніж звичайні люди [33, с. 268]. Суть полягає не тільки у тому, що вони прагнуть жити краще, а у тому, що здійснюють дії, щоб це дійсно було так, – формують власний стиль життя.

Розвиток екранних медіа та мережі Інтернет надав нові можливості для фанівського руху. Якщо до Інтернету фанати створювали журнали, спільні

акції та збори, то сьогодні вони, крім цього, можуть створювати: фанатські відеоблоги, форуми, сторінки у соціальних мережах, візуальні канали у «Tumblr, «Instagram» тощо. А також, за допомогою доступного у отриманні та використанні програмного забезпечення фанати створюють те, що називається фантворами. Це можуть бути графічні зображення, відеоролики, відеоігри та повнометражні фільми.

Сутність фанатів полягає у тому, що вони є фанатами чогось, а отже, їх діяльність та творчість базується на певному головному об'єкті, персонажі чи історії. Проте, головною у їх діях є винятковість використання цих готових культурних об'єктів [33, с. 284]. Сьогодні саме фанати найкраще розуміють сутність одного із головних принципів епохи Постмодерну, який говорить, що інтерпретація є власним окремим твором.

Так само, як фільми ніколи не є «просто фільмами», через їх вплив і культурний контекст, фантвори ніколи не є «просто фан-арт». Вони є культурними продуктами. Творчість фанатів – це важливий акт, який змінює те, як ми бачимо світ, як ми взаємодіємо з популярною культурою, і як ми розуміємо себе в контексті обох.

Часто фанати створюють фантвори тому, що вони не знаходять те, що шукають з оригіналу чи з наявних фанівських робіт. Таким чином, фантвори часто можуть вказати на прогалини в екранних творах. Так багато шанувальників створюється людьми, які не знаходять історії чи теми, які вони хочуть подивитися. Якщо ви хочете чогось, і ви з якоїсь причини не отримуєте це, вам, можливо, потрібно самому це зробити. І саме так вчиняють фанати. При цьому вони структурують власний культурний простір із власними цінностями та принципами.

Фантвори відіграють ключову роль в розумінні не тільки культурного змісту творів, а й контексту, в якому вони існують. Через них одні люди передають іншим культурні цінності та практики. Участь фанів важлива в збереженні історії культури. Часто трапляється, що дії фанатів показують більш глибокі істини і знання певного часового періоду.



Фантвори – це засіб бути учасником культури, це спосіб побачити себе в роботі, яку ви любите та спосіб бачити себе частиною світу – відчуття, яке людина не обов'язково може мати у своїй повсякденній діяльності. У сучасному світі внаслідок технічного розвитку, значна кількість професій перейшла зі сфери «творення» у сферу «посередництва». І тому значна кількість людей сьогодні у своїй повсякденній робочій діяльності не займається створенням речей, але відчуває таку потребу. Внаслідок різних обставин людина може не отримувати задоволення від своєї діяльності. Фантвори є одним із способів вирішення цієї проблеми.

Можливості, які надають собою краудфандингові платформи (англ. crowdfunding, crowd – «громада, гурт, юрба», funding – «фінансування»), призводять до того, що іноді навіть постає проблема між розділенням фанівського і професійного виробництва. Так, сталося із фанівським фільмом «Axanar», який зібрав понад одного мільйону доларів – суму, яка перевищує чиесь розуміння того, як може виглядати бюджет аматорського фільму. І це потягнуло відповідну реакцію зі сфери масової екранної індустрії. У 2016 році компанія «Paramount Pictures», що володіє франшизою «Star Trek» подала в суд за порушення авторських прав.

Позов не дозволив почати виробництво фільму. Через кілька тижнів після того, як суддя окружного суду США відхилив вимоги справедливого використання від виробників фанівського фільму «Axanar», «Paramount» і «Axanar Productions» оголосили про врегулювання, яке дозволить обом сторонам пропустити судовий процес. Врегулювання вимагало від виробників внести істотні зміни в фільм для вирішення судового розгляду та установило майбутні правила для фан-фільмів. Ці правила говорять, що виробництво має бути менше ніж 15 хвилин, вони не можуть використовувати назву «Star Trek» в своїй назві, і вони повинні використовувати комерційно доступні костюми і реквізити. Збір коштів для таких фільмів обмежений в розмірі 50 000 доларів США [див. 36].

Фанати протягом тридцяти років знімали аматорські фільми «Star Trek» з різним ступенем популярності, і тільки недавно студія вирішила врегулювати, які фільми для шанувальників можуть бути створені і як вони можуть бути поширені. Цей факт показує, наскільки розвинулась творчість фанатів у просторі сучасної екранної культури. Ще раніше запровадження цих принципів не було необхідним. Але сьогодні бажання людей до творення знаходить свою реалізацію завдяки новими засобами фінансування та розповсюдження екранної продукції, що звичайно викликає побоювання у культурних інституцій.

З точки зору Г. Дженкінс, приклад з фільмом «Аханар» показує, що фанати гостро усвідомлюють економічну цінність, яку вони породжують для медіавиробників, і бачать свою культурну продукцію насамперед як гласність, а не як порушення [див. 32]. Г. Дженкінс говорить, що молоді люди сьогодні не цінують творчий потенціал інтелектуальної власності, бо у них є інша модель творчості [див. 32]. Їх концепція полягає в тому, що творчість підживлюється запозиченням в інших художників, що присвоєння – це не експлуатація, а асигнування – це просто частина творчого процесу. Підхід сучасного покоління до авторського права визначається сильним почуттям етики, пов'язаних з обміном інформацією і ресурсами всередині спільноти. Г. Дженкінс стверджує, що мережеве суспільство – те, де люди розраховують один на одного, щоб вони могли надавати необхідну інформацію на спеціальній чи тимчасовій основі [див. 32].

Крім спільноти й вільного обміну, у сучасному поколінні є важливою позиція творчої незалежності – розуміння, що корпоративні правила передбачають значну кількість посередників, які не сприяють, а заважають творчому процесу [див. 32]. Саме тому у сучасній екранній культурі відбувається розвиток нових екранних медіа, які співвідносяться з принципами нової творчості. Одним з таких нових екранних медіа у сучасній мережі Інтернет є анімоване GIF-зображення.

GIF (від англ. Graphics Interchange Format – «формат обміну зображеннями») – це цифрове зображення, головна характеристика якого полягає у підтримці анімації. Формат був розроблений компанією «CompuServe» ще у 1987 році, але отримав надзвичайну популярність завдяки появі відеохостингів «Coub» та «Vine», які дозволили своїм користувачам публікувати короткі зациклені відеоролики. Саме у форматі короткого візуального ролику сьогодні використовується GIF-зображення, оскільки воно має невеликий цифровий об'єм, а отже може бути ефективним засобом для розповсюдження у мережі Інтернет.

GIF-зображення має багато спільних характеристик із так званим попередніми кіно чи раннім кіно: відсутністю звуку, стислістю, кратністю чи набором візуальних ефектів. Сьогодні GIF широко використовуються в області реклами, журналістики, наукової візуалізації й освітніх практик. Через дуже простий спосіб створення, GIF є особливо дієвим інструментом для аналізу фільму. За допомогою методу захоплення кадру вона стало привілейованим засобом для відновлення фрагментів, взятих із кіно і телебачення, он-лайн відео, і навіть комп'ютерних сеансів. Розкидані GIF фрагменти, найбільш часто породжувані анонімними користувачами, провокують археологічне читання нашого досвіду медіа. GIF можна описати, як каталізатора різних темпоральностей засобів масової інформації та як привілейований інструмент для цифрової синефілії [див. 56].

Соціальні мережі, такі як «Tumblr», «Behance», «Instagram» сприяли швидкому поширенню GIF-зображень, як нового засобу художнього вираження. І як наслідок GIF-зображення стали об'єктом виставок у музеях і художніх галереях по всьому світу. У 2012 році «Tumblr» і аукціонний будинок «Paddle8» спонсорував виставку «Miami Art Week», на якій були приставлені анімовані GIF-зображення [див. 51]. А галерея «Saatchi Art» і «Google+» у 2014 році провели перший «Motion Photography Prize» [див. 51].

Використання слова «Photography» (у перекладі з англ. – фотографія) у назві премії, пов'язано із тим, що анімовані GIF-зображення часто існують

між фотографією та кіно, а тобто між статичністю та динамікою. Художник-графік Кевін Бург і фотограф Джеймі Бек придумали для цієї екранної форми назву «сінемаграф». К. Бург говорить, що сінемаграф – це жива фотографія, фотографія, яка має живий момент всередині себе [див. 35]. У своїх роботах К. Бург і Д. Бек зберігають більшу частину зображення статичною та анімують тільки один аспект сцени. Вони прирівнюють це до заморожування часу, у якому тільки одному моменту можна «жити». К. Бург говорить, що вони хотіли взяти ідеї фільму чи відео і помістити їх в нерухоме зображення, яке ви можете побачити й дуже швидко зрозуміти, якщо приділити цьому свою увагу і час [див. 45].

Анімовані GIF-зображення працюють, як кінематографічний великий план – абстрактний ізольований об'єкт із просторо-часових координат, який викидає нас із лінійного часу і залишає наодинці зі ставленням до зображення, яке є чистим афектом. Проте, на відміну від великого плану в кіно, GIF «фізично» існує без цілого, без розповіді, з якою зіставляється. Це зіставлення є віртуальним на основі досвіду іншого екранного твору із частини якого це GIF-зображення було створено. Або ж це зіставлення формується самостійно глядачем на основі його власного досвіду та спогадів.

Досвід анімованого GIF є особистим і одноразовим. Дуже мало зусиль потрібно, щоб побачити твір – не потрібно їхати у галерею чи платити за вхід. Від глядача повністю залежить, скільки часу проводити з твором і це значення тільки афективного досвіду, який складає критерій утримання погляду. Сприйняття анімованого GIF – це інтенсивність невідомості. Це момент зародження і прийняття рішення, перш ніж емоція кваліфікується і заднім числом визначить афект. GIF-зображення досить малі, щоб запропонувати рух, але досить великі, щоб створити відчутний розрив, що означає, що є багато часу для опанування афекту.

Дослідник Джайампаоло Біанконі говорить, що захоплення GIF має важливе значення, адже створення і поширення GIF-зображень дозволяє користувачу брати активну участь у створенні й розповсюдженні контенту.

Завдяки цьому формату сучасні користувачі стають редакторами, критиками, перекладачами, і авторами зображень [див. 21]. Таким чином, анімовані GIF-зображення трансформують користувачів у творців, свого роду інтернет-художників, які використовують демократичні онлайн технології для створення своїх творів.

Ще одним новим екранним медіа є відеоесе. Відеоесе є ефективним засобом для вираження індивідуальної точки зору й емоційних переживань. Сфера існування відеоесеїстики – це соціальні мережі Інтернету, головним чином відеохостинг «Vimeo». Відеоесе більш поширені у «Vimeo», оскільки він є більш вільним, у порівнянні із «YouTube», у ньому немає заборон на показ «дорослого» контенту і він не слідкує за дотриманням авторських прав, що дає можливість користувачам використовувати для своїх робіт будь-які відео та аудіо твори.

Відеоесе являє собою поєднання певним чином з'єднаних частин різних відео робіт. Головною темою для відеоесе є теорія й історія кінематографа, однак воно, також починає звертатися і до інших соціально-культурних аспектів людського життя. Відеоесе може базуватися на монтажі частин одного фільму, різних фільмів, або являти собою поєднання частин фільмів із музичними кліпами й авторським відео. Відеоесе може зберігати оригінальний звук, або використовувати альтернативне звуковий супровід.

Тобто, відеоесе використовує постмодерністські методи: деконструкцію для пошуку внутрішньої суперечливості, залишкових та прихованих смислів; та раціональну реконструкцію – використання і трактування слів інших (візуальних образів), для вираження власної думки. Особливість відеоесе, полягає у тому, що воно долає дистанцію між критичною роботою (есе) і його об'єктом (аудіовізуальним твором), оскільки одночасно є і тим і іншим.

Форма відеоесе не є новою. До цього жанру можна віднести ідеологічні документальні фільми і кінематографічні авангардні колажі першої половини ХХ століття. Різниця між сьогодишнім відеоесе і схожими роботами

минулих поколінь полягають у технічно-художніх особливостях. Сучасне відеоесе має невелику тривалість (в середньому 3-4 хвилини) так, як співвідноситься з сьогоднішнім принципом сприйняття інформації. Крім того, воно є вираженням індивідуальної думки, а не продуктом певної економічної чи ідеологічної інституції.

Сучасне відеоесе виникло завдяки технічному і комунікаційному прогресу, вільному доступу до програмного забезпечення та доступу до мережі різних відео творів. Тобто, відеоесеїстика є продуктом інтернет-свобод. Поява доступних інформаційних технологій з їх здатністю до публічного самовираження дозволяють активно розвивати і творчий аспект навчання, який призводить до більш прогресивним і стійких форм знання і навичок. Платформа відеоесеїстики не тільки технічно, але й ідейно демократична. Вона відкрита для різноманітних ідей і підходів і тому може реалізовувати себе як у формі нового виду наукового дослідження, так і простого загравання з відео контентом.

Сьогодні серед всієї сукупності різноманітних відеоесе можна виділити декілька стратегій використання мови візуальних образів. Дві стратегії ідейно-естетичного формування відео пов'язані з іменами найвідоміших на сьогодні відеоесеїстів: Когонада і Тоні Жоу.

Для Тоні Чжоу відеоесе служить зручним способом для пояснення художньої мови й технік найвідоміших кінематографістів. Візуальні образи він використовує, як ефективний засіб для вираження необхідної інформації. Монтажне поєднання кадрів, із дикторським текстом реалізують наративний хід його думок з приводу певної кінематографічної теми. Аудіовізуальне рецензування для Тоні Чжоу – це метод, що рятує від самих незручних, ненадійних передавальних механізмів. Монтажне компонування кадрів, із дикторським текстом реалізують наративний хід його думок з приводу певної кінематографічної теми. Відеоесе, у такому випадку, стає найкращим засобом для вираження ризоматичного ходу сучасного типу мислення.

Інший напрямок пов'язане з ім'ям Когонада. На противагу Тоні Чжоу, Когонада не використовує дикторський текст і майже відмовляється від чіткого наративу. Його стратегії монтажу – це поєднання зображень на основі подібності естетичних принципів. По суті – це матеріалізація принципу *punctum*. Через візуальну естетику Когонада передає явище несвідомого порядку, індивідуальну художню техніку, яка «завдає укол», наділяє зображення особливої ідейною цінністю. Фактично, це реалізація головної особливості візуальної мови – передачі інформації через емоційне переживання. Для вираження відчуттів через текст необхідний особливий літературний хист і, досить часто, подібний текст повинен мати значний обсяг. Візуальний образ же діє блискавично і тому є ефективним засобом для передачі інформації, що містить емоційний, естетичний та етичний контексти.

Також, є популярним вид відеоесе, який має назву *tribute* (в перекладі з англ. – данина). Стратегія даного відеоесе спрямована на висловлювання, через візуальні образи, емоційного ставлення з приводу якогось режисера, фільму чи серіалу. *Tribute* є найбільш масово поширеним видом відеоесе.

Значний розвиток відеоесе спричинив те, що його почали використовувати, в якості навчального засобу. Професор Джеймсом Вікс у 2017 році запропонував своїм студентам із курсу постколоніальної літератури та кіно створити відеоесе замість традиційних есе [див. 59]. Хоча студенти не були одностайні в схваленні цієї форми, але більшість рекомендувало, щоб подібні завдання були в майбутніх частинах курсу [див. 59]. Д. Вікс провів анкетування, яке виявило додаткові моменти, пов'язані з використанням цієї екранної форми. 15 із 17 студентів заявили, що вони з більшою ймовірністю будуть ділитися своїми есе з іншими через «YouTube», ніж ділитися своїми письмовими есе [див. 59].

Таким чином, відеоесе по своїй суті найкраще співвідносить зі свідомістю сучасної людини, яка бажає творчої реалізації та вираження індивідуальних почуттів. Важливим є те, що відеоесе є найкращою формою

для цих цілей. Візуальність не тільки ефективно передає інформацію, але є і зручним засобом для перекладу власних думок, духовних та емоційних станів. Крім того, як спосіб аналізу відео зображень, відеоесе працює краще ніж звичайний текст, адже «розмовляє тією ж мовою».

Відеоесе може стати новою навчальною чи науковою формою, новим варіантом того, що медіазнавець Григорій Ульмер назвав «Mystory». Г. Ульмер вів це поняття у 1989 році для використання позитивного моменту пов'язаного з розвитком телебачення. Замість того, щоб критикувати телебачення як масовий медіа, Г. Ульмер намагався знайти місце для екранного пізнання, хотів відкрити жанр для академічного дискурсу, який зможе функціонувати у новому медіа-дискурсі [див. 24]. «Mystory» – це текст, який об'єднує публічний дискурс (фільми, міфи, події тощо), приватну біографію (пам'ять, реальність чи вигадку) та дисциплінарний дискурс (предмет не має значення) [див. 24]. Принцип «Mystory» припускає, що мислення починається не з узагальнених класифікацій суб'єктного утворення, а від специфічного досвіду, історично розташованого, і який завжди мислить за допомогою та через ці специфіки [див. 24]. Такий жанр вигідний педагогічно, тому що він не просить учня відмовитися від своєї культури перед початком вступу в академічну культуру. Навпаки, він використовує тло будь-кого, як спосіб використати його до дисциплінарного дискурсу. Так само і відеоесе використовує тло екранного досвіду, який сьогодні є глобальним та використовує різні жанри та методи для аналізу певної ідеї.

Ще один новий екранний медіа – це відеопоезія. Як відеоесе, вона бере початок із ранніх кінематографічних експериментів та своєму головному сучасному розвитку завдячує «Інтернет-свободам». Відрізняє ж її від відеоесе зміст, який у даному разі має поетичну основу. Дослідник Алістер Кук говорить, що відеопоезія є спробою взяти вірш і представити його через середу, яка створює новий твір, окремо від оригінального вірша [див. 25]. Поезія зазвичай звертається до абстрактного світу думок і почуттів, а відео працює з буквальним світом речей. У цьому сутнісне значення відеопоезії, як



засобу поєднання різних просторів. А. Кук говорить, що це поєднання може за своєю структурою сприяти об'єднанню людей і поезії, зробити поезію більш відкритою для тих людей, які є не сприйнятливими до друкованого слова [див. 25]. Тобто, відеопоезія служить для реабілітації поезії у нових технічних та культурних реаліях.

Переведення тексту у поезію може краще передати людський досвід і привести поетичні ідеї на новий рівень. Поезія розвинулася з усних і традиційних форм до друку та виконанню, і до нашого справжнього моменту, коли з технологіями можна об'єднати всі форми. Відеопоезія – це перегляд усних і перформативних традицій поезії в сучасному контексті та перегляд способу її сприйняття. Поет Дейв Бонта говорить, що спостереження за відеопоезією в Інтернеті в деякому роді більш схоже на читання книги, ніж відвідування кінотеатру, оскільки можна зануритися в відео в будь-який момент і повернутися до нього знову [див. 23].

Це індивідуальний досвід, але і соціальний, завдяки тому, що відео з «YouTube» і «Vimeo» можна додавати й коментувати в «Facebook» і «Twitter». Також, відеопоезія може бути формою не тільки індивідуальної, але й колективної творчої взаємодії. У цьому разі може бути два варіанти взаємодії: взаємодія на основі колаборації поета та відеохудожника чи пасивної взаємодії «без згоди» – використання відеохудожником, в якості ідейної основи чужої поезії, вибраної з культурного архіву.

Дослідник Рік Прелінгер говорить, що творчість на основі готових матеріалів із культурного архіву є одним із найважливіших напрямків сучасної культуротворчості [див. 49]. Він говорить, що якщо ми хочемо заохочувати тих, хто ще не народився, мислити історично, то нам потрібно почати з історичного тлумачення [див. 49]. Коли ми вводимо історію в сучасний досвід, ми робимо історичне втручання, яке може мати важливі наслідки. Це один із аргументів на користь існування архівів і на користь експансивного архівного доступу. Тому важливим є народне мистецтво, а не

корпоративне. Йдеться про перетворення залишків у щось, що є одночасно трансцендентним і корисним [див. 49].

Це перетворення здійснюється індивідуально, але має як індивідуальне, так і культурне значення. Адже розповсюджує старі і нові сенси, впливає і змінює творців та тих, хто сприймають ці думки, а разом із тим і змінює культуру. Дослідниця Мартіна Пфайлер говорить, що відеопоезія дає нам можливість досліджувати поетичний досвід з багатьох куточків світу, співпрацювати і ділитися ними в Інтернеті й дозволяти поезії діяти щоб сформувати нас як людей [див. 46].

У сфері відеопоезії формуються різні проекти, творчі лабораторії. Наприклад, такою лабораторією був проект Вірджинії Пагуагі «HAVANA TIMES» У ньому брала участь група поетів-жінок, фотографів і кінематографістів, щоб вони могли створити аудіовізуальну антологію і переосмислювати тексти, написані жінками з Центральної Америки.

В. Пагуагі говорить, що цей проект виник як її особиста потреба в експерименті й створенні різних форм мистецтва, щоб мати можливість експериментувати зі зображеннями, а потім колективізувати її досвід [див. 55]. Але ця індивідуальна потреба тягне за собою трансформацію думок і почуттів, які відеопоезія формує серед інших у процесі творчості, адже 18 «відеопоем», які складають роботу, стосуються таких предметів, як насильство, творчість, свобода і права жінок. Творчий процес, який стояв за кожною відеопоезією складав собою етапи різних індивідуальних творчих рішень. Один вибрав текст, інший створював ідею, засновану на цьому тексті і знімав її, а третій потім монтував матеріал за власним розумінням теми [див. 55]. Тобто, на кожному кроці творчого процесу була індивідуальна творча свобода, щоб кожна людина могла дати свою інтерпретацію.

У сфері відеопоезії існують і не географічно та тематично локальні проекти. Наприклад, проект «The Poetry Storehouse», який проходив із жовтня 2013 року до листопада 2015 року. «The Poetry Storehouse» – був веб-сайтом, складений групою поетів і літературознавців, він не мав бюджету та

фінансової допомоги і будувався лише на ентузіазмі учасників. Місія проекту звучали наступним чином: «Творча енергія ніколи не створюється з нуля і ніколи не вмирає, а постійно перетворюється з форми в форму, оскільки кожен з нас надихається тим, що було перед нами, і, у свою чергу, надихає тих, що приходять після нас» [див. 52].

Відповідно цілями проекту, у такому випадку, було: використання онлайн-технологій, щоб спробувати знайти ширшу аудиторію для сучасної поезії, яка в іншому випадку могла б обмежитись друкованими виданнями малого накладу; а також стимулювати творчість у інших художників – режисерів, акторів, фотографів, художників чи композиторів, які могли б трансформувати своє враження від вірша в іншу форму. Поетам було запропоновано представити приклади своєї роботи й зробити їх доступними за ліцензією «Creative Commons», яка дозволяє іншим людям використати роботу у власних творчих цілях. За вісімнадцять місяців існування проекту, у ньому прийняли участь у загальній кількості 174 людини.

«The Poetry Storehouse» став прикладом безпечного цифрового простору, в якому художники з усього світу могли взаємодіяти спільно і у такий спосіб сприяти подальшому розвитку живої й доступної форми гібридного мистецтва. Одна з учасниць проекту, поетеса Еріка Госс, каже, що була в захваті від концепції проекту, адже вона збігається із її філософією [див. 53]. Е. Госс не вірить у приватну власність та у приватну інтелектуальну власність [див. 53]. Для неї, оскільки неможливо контролювати те, як люди інтерпретують твір, то не потрібно і мати своє право власності над ним [див. 53].

Таким чином, у просторі сучасної екранної культури реалізується візуальна стратегія культуротворчості, суть якої полягає у наданні людині простору та можливостей для індивідуальної діяльності: самостійного формування власної сфери споживання та стилю життя, впливу на створення екранних продуктів та творчого вираження своїх власних думок та емоцій. Це результат як технічного розвитку, так і бажань людей, які прагнуть бути

активним учасником культури. Дане бажання та його реалізація через нові екранні медіа (анімоване GIF-зображення, відеоесе та відеопоезію) презентує, також, нові суспільні цінності – цінність творчої та економічної незалежності, вільного обміну інформації та доступу до культурного архіву й ресурсів.

### **Висновки до третього розділу**

У сучасній екранній культурі можна виділити три нові візуальні стратегії, які презентують поступову зміну позиції людини від глядача до активного учасника екранної культури. Це візуальні стратегії інформатизації, індивідуалізації рецептивного досвіду та культуротворчості.

Візуальна стратегія інформатизації екранного простору показує, що сьогодні інформація у сучасному суспільстві є продуктом першої необхідності. Тому ця проблема є актуальним питанням філософської та естетичної рефлексії. Візуальна стратегія інформатизації здійснюється у всіх сферах екранної культури, за допомогою особливого формування екранного простору, як на поверхневому рівні, так і на прихованому (естетичному) рівні та через створення та використання нових екранних медіа.

Акцент на інформатизацію в екранній культурі показує, що для сучасної людини важливо бути власником унікальної інформації, першим отримати її чи просто відчувати її присутність на естетичному рівні. У загальному ракурсі інформація є лише об'єктом, а отже, її вплив реалізується у залежності від того, як її використовують. Проте, перехід інформації у сферу естетичних категорій говорить про те, що втрачається головна суть інформації, адже більш важливими стають не її якісні характеристики, а кількісні й сам факт присутності. Але на загальному рівні візуальна стратегія інформатизації показує нам світосприйняття сучасної людини – сприйняття з позиції користувача. Це модель людини, яка дивиться на все (або хоче бачити у всьому) те, що можна використати. Ця модель з акцентом на індивідуальну

важливість власних потреб, власних цілей та дій. І дана модель доповнюється іншим сучасними візуальними стратегіями.

Візуальна стратегія індивідуалізації рецептивного екранного досвіду презентує собою зміну суспільної взаємодії – нівелюванням цінності суспільної культурної практики сприйняття відео творів. Домашні екрани все більше перетворюються на індивідуальні кінотеатри, а сфера Інтернет-мережі зі стрімінговими компаніями дають широкий вибір якісних продуктів на будь-якій індивідуальний смак. Віртуальна реальність діє сильніше ніж кіно, адже має вроджений інтимний характер – поміщає глядача всередині того, що відбувається навколо нього. Сучасні відеоігри поєднують кінематографію та інтерактивність для створення ефективного простору рефлексії, замислення над важливими соціальними чи життєвими питаннями. У результаті, завдяки цим новим екранним медіа ми отримуємо усамітнення людини у власному просторі. Ця індивідуалізація є не ескапізмом – втечею від світу, а новим комфортним простором для формування власної особистості.

Формування власної особистості у просторі сучасної екранної культури, також, здійснюється через візуальну стратегію культуротворчості. Сучасна екранна культура сьогодні є культурою активної участі, оскільки у ній реалізується принцип масового індивідуального творення нових культурних продуктів та концептів стилю й образу життя. Завдяки розвитку Інтернет-свобод та новим екранним медіа (анімоване GIF-зображення, відеоесе та відеопоезії) людина сьогодні може самостійно формувати власну сферу споживання та стиль життя, здійснювати вплив на створення екранних продуктів, сама створювати їх і у такий спосіб виражати власні думки та емоції. Ці можливості – це результат бажання людей бути активним учасником культури. Особливості способів реалізації цього бажання презентують нові суспільні цінності: цінність творчої та економічної незалежності, вільного обміну інформації та доступу до культурного архіву й ресурсів.

### Список використаних джерел до третього розділу

1. Бельгійський інноваційний VR-театр CREW у Мистецькому арсеналі. *Інформаційна агенція культурних індустрій ППРО*. 2018. URL: <http://i-pro.kiev.ua/content/belgiiskii-innovatsiinii-vr-teatr-crew-u-mistetskomu-arsenali> (дата звернення: 20.02.2018).
2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. *Библиотека Гумер*. URL: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Rekviem.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Rekviem.php)(дата звернення: 20.02.2018).
3. Будущее компьютерных игр. *Журнал Шмандерчайзера*. 2015. URL: <http://shmandercheizer.livejournal.com/50355.html?page=1>(дата звернення: 25.10.2016).
4. Быстрицкий А. Сериалы начинают и выигрывают : телешоу между аттракционом и драмой. *Логос*. 2014. № 6 (102). С. 209-217.
5. Васильев Є., Галич О., Назарець В. Теорія літератури : підручник. Київ : Либідь, 2005. 488 с.
6. Горных А., Усманова А. Эстетика Интернета и визуальное потребление : к вопросу о сущности и специфике Рунета. *Belintellectuals*. URL: [http://belintellectuals.eu/media/library/Cont\\_Shift\\_Gornykh\\_rus.pdf](http://belintellectuals.eu/media/library/Cont_Shift_Gornykh_rus.pdf). С. 3–22 (дата звернення: 27.09.2016).
7. Делез Ж. Кино. Москва : Ад Маргинем, 2004. 622 с.
8. Дуглас П. Искусство сериала : Как стать успешным автором на TV. Москва : Альпина Диджитал, 2011. 370 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха : Экономика, общество и культура. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
10. Кач Ю. О современных геймерах и онлайн-RPG как способе социализации. *Look At Me*. 2012. URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/games/177037-o-sovremennyh-geymerah-i-onlayn-rpg-kak-sposobe-sotsializatsii> (дата звернення: 20.10.2016).

11. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / укл. Ю.І. Ковалів. Київ : Академія, 2007. Т. 2. 624 с.
12. Маренич, Н. А. Уподобиться фильму. О влиянии элементов кино на структуру видеоигры. *Искусство и культура*. - 2013. - № 3 (11). - С. 85-89.
13. Меднікова Г. С. "Серіальний бум" у контексті ціннісних змін сучасної молоді. *Культурологічний альманах*. Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2015. Вип. 1. С. 6-13.
14. Рапопорт Е. Логика сериала. *Логос*. 2013. № 3 (93). С. 21-36.
15. Сериал «Безумцы». Какая райская картина. *Искусство кино*. 2010. URL: <http://kinoart.ru/archive/2010/02/n2-article7> (дата звернення: 15.04.2016).
16. Эластичный кадр : как значение соотношения сторон изменилось благодаря цифровой проекции. *Cinemotion*. 2016. URL: [http://www.cinemotionlab.com/novosti/elasticchnyy\\_kadr\\_kak\\_znachenie\\_sotnosheniya\\_storon\\_izmenilos\\_blagodarya\\_cifrovoy\\_proekcii/](http://www.cinemotionlab.com/novosti/elasticchnyy_kadr_kak_znachenie_sotnosheniya_storon_izmenilos_blagodarya_cifrovoy_proekcii/) (дата звернення: 21.07.2017).
17. Ямпольский М. Б. Кинематографический человек. Заметки о киноязыке и антропологии. *Сеанс*. 2011. URL: <http://seance.ru/n/45-46/kinematograficheskij-chelovek-zametki-okinoyazyke-iantropologii/> (дата звернення: 20.07.2016).
18. 7 ключевых трендов веб-дизайна на 2015 год. *Хабрахабр*. 2014. URL: <http://habrahabr.ru/company/sketchbuilder/blog/243611/> (дата звернення: 16.08.2015).
19. 7 тенденций веб-дизайна в ближайшем будущем. *Хабрахабр*. 2015. URL: <http://habrahabr.ru/post/260929/> (дата звернення: 16.08.2015).
20. Alexander J. Netflix working on 30 original anime series, 80 movies. *Polygon*. 2017. URL: <https://www.polygon.com/2017/10/16/16486304/netflix-anime-original-films> (дата звернення: 20.02.2018).

21. Bianconi G. Gifability. *Rhizome*. 2012. URL: <http://rhizome.org/editorial/2012/nov/20/gifability/> (дата звернення: 21.08.2017).
22. Bolter D., Grusin R. Remediation : Understanding New Media. Cambridge : MIT Press, 2000. 312 с.
23. Bonta D. Poetry videos on the web : Some preliminary observations. *Moving poems magazine*. 2014. URL: <http://discussion.movingpoems.com/2014/10/poetry-videos-on-the-web-some->(дата звернення: 21.08.2017).
24. Bystory : "An Unrelated Story That's Time Consuming". URL: <http://www.byronhawk.com/bystory/mystory.html> (дата звернення: 20.02.2018).
25. Cook A. The filming of poetry. *Moving poems magazine*.. 2011. URL: <http://discussion.movingpoems.com/2011/03/the-filming-of-poetry/> (дата звернення: 21.08.2017).
26. Davis E. 'Deadpool' Spin-Off With Ryan Reynolds Is Finally Green Lit, Set For A Winter 2016 Release Date. *IndieWire*. 2014. URL: <http://www.indiewire.com/2014/09/deadpool-spin-off-with-ryan-reynolds-is-finally-green-lit-set-for-a-winter-2016-release-date-272130/> (дата звернення: 20.02.2018).
27. Dowd V. Is 2017 the year of virtual reality film-making? *BBC*. 2017. URL: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-39623148> (дата звернення: 21.07.2017).
28. Fassone R., Giordano F., Girina I. Re-framing video games in the light of cinema. *GAME*. 2015. URL: [https://www.gamejournal.it/intro\\_5/](https://www.gamejournal.it/intro_5/) (дата звернення: 21.07.2017).
29. Fusco J. When Video Games Are Better Than Movies. *No Film School*. 2017. URL: <https://nofilmschool.com/2017/08/watch-why-video-games-are-better-movies> (дата звернення: 21.07.2017).



30. Gleiberman O. Cannes Virtual Reality Review: Alejandro G. Iñárritu's 'Carne y Arena'. *Variety*. 2017. URL: <http://variety.com/2017/film/reviews/carne-y-arena-review-alejandro-g-inarritu-1202438293/> (дата звернення: 21.07.2017).
31. Grusin R. DVDs, Video Games, and the Cinema of Interactions. *Post-Cinema: Theorizing 21st-Century Film* / Eds. S. Denson, J. Leyda. Film Falmer : Reframe Books, 2016. URL: <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/1-3-grusin/> (дата звернення: 18.09.2017).
32. Jenkins H. Millennials, New Media, and Social Change (Part Three). 2018. URL: <http://henryjenkins.org/blog/2017/12/19/millennials-new-media-and-social-change-part-three> (дата звернення: 21.09.2017).
33. Jenkins H. Textual Poachers : Television Fans and Participatory Culture. New York : Routledge, 1992. 343 p.
34. Laurel B. Computers as theatre. Addison-Wesley Professional, 1991. 272 p.
35. LIN J. C. When Photos Come to Life : The Art of the Cinemagraph. *TIME*. 2014. URL: <http://time.com/3388024/when-photos-come-to-life-the-art-of-the-cinemagraph/> (дата звернення: 01.07.2017).
36. Liptak A. Axanar has settled its lawsuit with Paramount over its Star Trek fan film. *The Verge*. 2017. URL: <https://www.theverge.com/2017/1/20/14340666/axanar-productions-settled-lawsuit-paramount-star-trek-fanfilm> (дата звернення: 21.09.2017).
37. Kelley S. Summer Box Office Officially Worst in Over a Decade. *Variety*. 2017. URL: <http://variety.com/2017/film/news/summer-box-office-2017-worst-decade-1202548272/> (дата звернення: 20.02.2018).
38. Majek D. The Cinematisation of Computer and Console Games. *Stockholm University*. 2011. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:756308/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 21.07.2017).
39. Manovich L. Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity (and also photography, design, Kinfolk, kpop, hashtags, mise-en-scène, and состояние). 2016. URL: <http://manovich.net/content/04->

- projects/094-notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity/notes-on-instagrammism.pdf (дата звернення: 20.02.2018).
40. Manovich L. Post-media Aesthetics. 2001. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/032-post-media-aesthetics/29\\_article\\_2001.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/032-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf) (дата звернення: 31.08.2015).
41. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge : MIT Press, 2001. 307 p.
42. Manovich L. Understanding Hybrid Media. 2007. 23 p. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52\\_article\\_2007.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52_article_2007.pdf) (дата звернення: 20.02.2018).
43. Nsubuga J. How the Berlin Film Festival got everyone thinking about the African film industry. *Metro*. 2017. URL: <http://metro.co.uk/2017/04/01/how-the-berlin-film-festival-got-everyone-thinking-about-the-african-film-industry-6530456/> (дата звернення: 21.09.2017).
44. Nutt C. David Cage and the future of cinematic games. *Gamasutra*. 2013. URL: [https://www.gamasutra.com/view/news/198646/David\\_Cage\\_and\\_the\\_future\\_of](https://www.gamasutra.com/view/news/198646/David_Cage_and_the_future_of) (дата звернення: 21.09.2017).
45. Patkar M. Web culture GIFs, The Language Of The Web : Their History, Culture, and Future. *MakeUseOf*. 2015. URL: <https://www.makeuseof.com/tag/gifs-language-internet-history-culture-art-future/> (дата звернення: 21.09.2017).
46. Pfeiler M. Some thoughts on Tom Konyves' "Videopoetry – A Manifesto". *Moving poems magazine*. 2014. URL: <http://discussion.movingpoems.com/2014/11/some-thoughts-on-tom-konyves-> (дата звернення: 31.08.2017).
47. Plante C. Netflix is willing to put its films in theaters — but not before online release. *The Verge*. 2017. URL:

- <https://www.theverge.com/2017/4/17/15331834/netflix-streaming-movies-adam-sandler-amazon> (дата звернення: 31.08.2017).
48. Popper B. How Netflix completely revamped recommendations for its new global audience. *The Verge*. 2016. URL: <https://www.theverge.com/2016/2/17/11030200/netflix-new-recommendation-system-global-regional> (дата звернення: 21.09.2017).
49. Prelinger R. On the Virtues of Preexisting Material. *Contents*. URL: <http://contentsmagazine.com/articles/on-the-virtues-of-preexisting-material/> (дата звернення: 21.09.2017).
50. Rodriguez A. As subscriber growth slumps, Netflix offers cinema chains a truce. *Quartz*. 2017. URL: <https://qz.com/961359/as-subscriber-growth-slumps-netflix-nflx-offers-cinema-chains-like-amc-and-regal-a-truce-as-it-makes-more-blockbuster-films/> (дата звернення: 01.12.2017).
51. Roll N. Opinion : Pop culture relevance makes GIFs a new art form. *The Lantern*. 2014. URL: <https://www.thelantern.com/2014/04/opinion-pop-culture-relevance-makes-gifs-new-art-form/> (дата звернення: 16.08.2017).
52. Smith O. The poetry storehouse : an experiment in collaboration and ekphrasis. *Digital cultures network*. 2016. URL: <https://cardiffdigitalnetwork.org/2016/11/04/the-poetry-storehouse/> (дата звернення: 01.07.2017).
53. S. N. “Anything I create belongs to anyone who wants it” : An interview with Bill Yarrow. *Moving poems magazine*. 2014. URL: <http://discussion.movingpoems.com/2014/03/anything-i-create-belongs-to-anyone-who-wants-it-an-interview-with-bill-yarrow/> (дата звернення: 01.07.2017).
54. Tallerico B. The 5 Most Cinematic PlayStation Games. *Lifewire*. 2016. URL: <https://www.lifewire.com/most-cinematic-playstation-games-2717096> (дата звернення: 21.07.2017).
55. Vilchez D. A Project to Connect Poetry and Film. *Havana Times*. 2017. URL: <https://www.havanatimes.org/?p=126850> (дата звернення: 21.09.2017).

56. VIRAL ART The New Imageries of GIF Culture. 2016. URL: <http://viralart.wixsite.com/gifconference2016> (дата звернення: 28.09.2017).
57. Virtual Reality 'Through You' : An Interview with Saschka Unseld and Lily Baldwin. *Berlin Art Link*. 2017. URL: <http://www.berlinartlink.com/2017/02/02/virtual-reality-through-you-an-interview-with-saschka-unseld-and-lily-baldwin/> (дата звернення: 16.08.2017).
58. Vivarelli N. Venice Film Festival to Launch New Competitive Section for VR Works. *Variety*. 2017. URL: <http://variety.com/2017/film/festivals/venice-film-festival-to-launch-competitive-section-dedicated-to-virtual-reality-works-1202018453/> (дата звернення: 01.12.2017).
59. Wicks J. Teaching the Video Essay. *Transnational / Cinema / Reflections*. 2018. URL: <https://jawicks75.blogspot.com/2018/01/teaching-video-essay.html> (дата звернення: 31.01.2018).
60. Yee N. The psychology of massively multi-user online role-playing games: motivations, emotional investment, relationships and problematic usage. *Avatars at work and play : collaboration and interaction in shared virtual environments* / ed. by Schroder R. & Axelsson A. London : Springer, 2006. P. 187-207.
61. Zeitchik S. Is television really the new cinema? Or is that just something TV people like to say? *Los Angeles Times*. 2010. URL: <http://latimesblogs.latimes.com/movies/2010/08/mad-men-emmys-gee-avatar-television-film.html> (дата звернення: 01.12.2017).

## ВИСНОВКИ

У результаті дослідження філософсько-антропологічного аспекту візуальних стратегій сучасної екранної культури отримано наступні узагальнюючі висновки:

1. Екранна культура є складною системою актів (моделей поведінки), об'єктів (речей і творів), ідей (уявлень, знань) і почуттів (позицій, цінностей), які формуються внаслідок дії екрану. Тобто, вона репрезентує різні рівні та аспекти людського життя, тому її філософсько-антропологічне дослідження повинно базуватися на міждисциплінарному підході. Методологічною основою дослідження візуальних стратегій були підходи та напрацювання Франкфуртської школи, Cultural Studies, Media Studies та Visual Studies. Візуальні стратегії є складними конфігураціями засобів (технічних та технологічних) і принципів (ідейних, естетичних та соціальних) для формування простору екрану і способів взаємодії з ним. Тобто, візуальні стратегії містять у собі: рівень медіа, рівень художніх екранних засобів та рівень принципів їх використання та застосування. Всі ці рівні об'єднані на основі певної ідеї – культурної тенденції, яка репрезентує ціннісно-сміслові особливості певного культурного періоду. Отже, візуальні стратегії є тими засобами, через які розкривається філософсько-антропологічний вимір екранної культури у певний період часу.

2. Сьогодні особливості екранних медіа (кіно, телебачення, відео-арту, комп'ютера та мобільних екранних засобів) проявляються у двох аспектах: індивідуальних технічних характеристиках на основі фізичних принципів функціонування кожного окремого екранного медіа та спільних для всіх екранних медіа характеристик, пов'язаних з технологічною стороною цифрового середовища. Технічні принципи функціонування екранних медіа визначають наявність відчуття акту медіапосередництва (принцип безпосередності та гіпермедіації), принципи взаємодії з людиною та позицію людини відносно екранного простору. Серед таких принципів

можна виділити: позицію глядача – позицію всередині екранного простору, позицію спостерігача – позицію зовні та всередині, а також, інтерактивну позицію – позицію користувача. Важливим моментом є те, що ці принципи формують різні темпоральні характеристики сприйняття екранного простору: концептуальний час, інтерсуб'єктивний час та реальний час. Технологічні особливості цифрового середовища функціонують на основі технічних особливостей екранних медіа, вони підсилюють та модифікують останні. Крім того, технологічні особливості цифрового середовища екранних медіа презентують принципи постіндустріального суспільства: акцент на постійну змінність та інтереси індивідуальної особистості.

3. Основними художніми екранними засобами є: образ-рух, образ-час, екранні форми, композитинг, *punctum*, *stadium* та види візуального насилля (романтичне, карнавалізоване, абсурдиське та іглітизоване). Вони розкривають основну варіативність потенційно можливого впливу екранних медіа й, водночас, філософсько-антропологічне значення візуальних стратегій. Вплив екранних медіа здійснюється через: вторгнення, відображення та симуляцію реальності, через формування певних асоціацій та реакцій, та через направлення інформаційним потоком – запровадження певних способів подачі та сприйняття інформації. Аспект того, які методи використання екранних медіа та їх художніх засобів є популярними у певний період часу, презентує певні культурні тенденції: людські бажання, цінності та принципи світосприйняття.

4. У сфері сучасної екранної культури існують два напрямки (бінарні опозиції): масова екранна культура та екранна арт-культура. Через свої візуальні стратегії вони презентують подвійність сприйняття та бажань сучасної людини: бажання відпочинку від реальності та бажання правдивої інформації про реальність. Тим самим вони здійснюють культурний баланс суспільних тенденцій. Масова екранна культура через візуальну стратегію ілюзорного реалізму та завдяки принципу безпосередності дарує людині втечу від повсякденних турбот та проблем. А екранна арт-культура, навпаки,

через візуальну стратегію культурної критики, завдяки принципу гіпермедіації, повертає людину з віртуального простору в реальне життя, до складних та пікових життєвих ситуацій. При цьому обидва напрями реалізують свої візуальні стратегії через принципи реалізму. Масова екранна культура використовує художні засоби реалізму як додаток, поєднує їх з фантастичними образами, щоб на певний період часу людина повірила у реальність віртуального світу. Внаслідок поєднання реальності та віртуальності здійснюється певний ритуальний ефект, результатом якого є формування фетишів на предметному та ідейному рівні. Екранна арт-культура як реакція та протидія масовій екранній культурі, звертається до реалізму як до максимальної відмови від художніх екранних засобів, до візуальної нейтральності зображуваного. Вона здійснює це для того, щоб не звужувати значення зображення, але розширювати його, прагне позбавити екранне зображення аури і у такий спосіб зробити акцент на індивідуальному сприйнятті та інтерпретації. У результаті, ці два напрями формують дві різні позиції для людини як учасника екранної культури: пасивну позицію споживача (масова екранна культура) та активну аналітичну позицію (екранна арт-культура).

5. Візуальна стратегія ілюзорного реалізму масової екранної культури для свого ефективного функціонування у сучасних культурних обставинах доповнюється візуальною стратегією динамізму та візуальною стратегією естетизації насилля та смерті, які продовжують принципи культуроіндустрії зі створення механічної розваги. Візуальна стратегія динамізму через художні засоби «хаос кіно», просторового комп'ютерного моделювання у відео творах та внутрішньорівневого оповідання у відеоіграх формує через прості швидкі реакції програмування інтенсивної розваги, у такий спосіб прибирає відчуття плинності часу. А візуальна стратегія естетизації образів насилля та смерті маніпулює цими образами, перекодує із негативних у такі, що викликають задоволення. Таким чином, ці візуальні стратегії є засобом боротьби з екзистенційними проблемами: відчуттям

плинності індивідуального часу та фактом людської смертності. Дані візуальні стратегії є одними із неявних соціальних гарантій, які надаються сьогодні людині. Важливим моментом є те, що способи, якими ці гарантії реалізуються, призводять до певних культурних наслідків, а саме до формування людини, для якої найбільш важливими є миттєво-інтенсивні моменти переживання, а факти насилля та смерті не мають етико-аксіологічного значення.

6. Принципи візуальних стратегій екранної арт-культури подібні до філософських методів екзистенціалізму та феноменології. Візуальна стратегія культурної критики, яка звертається до граничних життєвих ситуацій і станів для виявлення ключових життєвих сутностей та суспільно-культурних проблем, доповнюється візуальною стратегією естетики повільного та візуальною стратегією жорстокості. Візуальна стратегія естетики повільного, через темпоральну подібність екранного часу до реального часу, здійснює інтенціональну спрямованість до сфери повсякденного. У такий спосіб вона відкриває сакральність повсякденних дрібниць, як елементів, що констатують людське життя. Візуальна стратегія жорстокості здійснює реабілітацію філософсько-екзистенційного значення образів насилля та смерті, віртуалізованих та естетизованих масовою екранною культурою. Оскільки візуальні стратегії екранної арт-культури також функціонують в якості критики екранного та поза екранного простору, то вони складають частину культурних та суспільно-політичних рухів, які виступають проти масових та локальних ситуацій, які існують на даний момент у світі.

7. У сучасній екранній культурі існує візуальна стратегія інформатизації екранного зображення, котра презентує нову сучасну культурну парадигму, в якій інформація є головною цілю та цінністю. Сучасний екранний простір наповнений інформацією, причому не тільки і не стільки через зміст, скільки через форму – за допомогою особливого формування екранного простору, як на поверхневому рівні, так і на прихованому (естетичному) рівні, а, також через створення та використання



нових екранних форм та нових екранних медіа. Як результат, інформація переходить в сферу естетики, що має негативні культурні наслідки, адже у такому разі здійснюється перехід з цінності її змісту до цінності її кількості і самого факту присутності. Також візуальна стратегія інформатизації показує сучасну модель людини як користувача, для якого важливо відчувати присутність значної кількості даних, володіти унікальною інформацією чи першим отримати її, та, що ще більш важливо, користуватися інформацією, тобто не бути пасивним глядачем.

8. У сучасній екранній культурі існує сфера пост-кіно – сфера нових медіа, які здійснюють ремедіацію структурних елементів та сутнісних особливостей кінематографу. Такими новими медіа є сучасні серіали (візуальні романи), ігрові фільми та віртуальна реальність. Вони, разом зі стрімінговими сервісами та фізичною трансформацією персонального екрану, презентують візуальну стратегію індивідуалізації рецептивного екранного досвіду. Сутність творів віртуальної реальності реалізується через інтимний контакт з глядачем, ігрові фільми формують ефективний простір для рефлексії через індивідуальну взаємодію з людиною, а сучасні серіали та стрімінгові сервіси створюють широту вибору якісних продуктів на будь-якій індивідуальний смак. Саме тому сучасна людина прагне до індивідуального екранного досвіду, адже він є комфортним та зручним, а також надає широкі можливості для формування власної особистості. У контексті відео творів індивідуалізація рецептивного екранного досвіду означає нівелювання цінності суспільної культурної практики сприйняття цих творів. З одного боку, це призводить до утилітарного принципу – зручності використання, а з іншого – до зосередження на змісті самого твору. Це наступний етап деідеологізації мистецтва, після процесу технічного відтворення.

9. Однією з найважливіших візуальних стратегій у сучасній екранній культурі є стратегія культуротворчості. Вона базується на візуальних стратегіях інформатизації та індивідуалізації рецептивного досвіду. Розвиток екранних медіа від кінематографу до мобільних пристроїв

призвів до трансформації взаємодії людини з екранним простором, здійснив перехід не тільки до рецептивного екранного досвіду, але й до досвіду активної участі у конструюванні екранного простору. Як результат, сучасна людина має можливість самостійно формувати власну сферу споживання, впливати на створення екранних продуктів та здійснювати творче вираження власних думок та емоцій. Остання можливість реалізується, зокрема, через нові екранні медіа (анімоване GIF-зображення, відеосес та відеопоезію), які є відповіддю на культурний запит сучасної людини, а тому презентують і нові суспільні цінності. Для сучасної людини важливо бути активним учасником культури, проте її діяльність повинна реалізуватися у рамках творчої та економічної незалежності, тобто замість цінності приватної (творчої) власності більше важливими стає цінність вільного обміну інформації та доступу до світового культурного архіву.