

Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова
на правах рукопису

Балашова Ольга Олександрівна

УДК 130.2

Медіамистецтво: філософсько-антропологічний вимір

**Спеціальність – 09.00.04 – філософська антропологія, філософія
культури**

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Науковий керівник:
Меднікова Галина Сергіївна
Доктор філософських наук,
професор

Київ – 2011

ВСТУП	2
РОЗДІЛ I	8
МЕДІАТЕОРІЯ: ГЕНЕЗИС ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ	8
1. МЕДІАПРОБЛЕМАТИКА ЯК ОБ’ЄКТ НАУКОВОГО АНАЛІЗУ.....	8
2. КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНА ПРИРОДА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ЇЇ ВІДОБРАЖЕННЯ У МЕДІАКУЛЬТУРІ.....	33
3. МЕДІАВІЗУАЛЬНІСТЬ ЯК НОВА МОВА МИСЛЕННЯ.....	47
Висновки до першого розділу.....	60
РОЗДІЛ II. МЕДІАМИСТЕЦТВО В КОНТЕКСТІ БУТТЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ	62
1. ВІЗУАЛЬНІСТЬ КЛАСИЧНОГО МИСТЕЦТВА ТА МЕДІА-АРТА: ЗАГАЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ.....	62
2. ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІДОМОСТІ ТА СТРУКТУРИ ПОВСЯКДЕННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ МЕДІА.....	77
3. РИЗОМНА ПРИРОДА МЕДІАМИСТЕЦТВА В КОНТЕКСТІ БУТТЯ ЛЮДИНИ.....	91
4. ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР МЕДІАМИСТЕЦТВА – НОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ БУТТЯ.....	103
Висновки до другого розділу.....	126
РОЗДІЛ III	127
МЕДІА ЯК ЧИННИК СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТА ХУДОЖНІХ ТРАНСФОРМАЦІЙ XXI СТОЛІТТЯ	127
1. МЕДІА У ТРАНСФОРМАЦІЯХ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ МИСТЕЦТВА.....	133
2. МЕХАНІЗМИ САМОЗБЕРЕЖЕННЯ МЕДІАМИСТЕЦТВА У ПРОСТОРИ КУЛЬТУРИ.....	146
3. НЕТ-АРТ ЯК ВИРАЗНИК КУЛЬТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	155
Висновки до третього розділу.....	164
ВИСНОВКИ	165
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	168

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасному інформаційно-техногенному періоду розвитку цивілізації відповідає певний тип культури – медіакультури, що створює принципово нове середовище людського існування. Це означає, що життя людини у новому просторі залежить від медіа – технічних пристроїв для створення, передачі та зберігання інформації. Отже, їх виникнення, розвиток та вплив на становлення сучасного суспільства мають бути досліджені, зокрема в аспекті медіавізуальної комунікації, одним з яскравих проявів якої є сучасне медіамистецтво.

Мистецтво, будучи самосвідомістю культури постійно освоює нові сфери людського досвіду, здійснює своєрідний дизайн реальності, розігруючи можливі сценарії її розвитку. Як специфічний тип художнього моделювання дійсності – медіамистецтво помітно виходить за межі традиційного розуміння мистецтва, народжуючись у відповідь на виклики нашого часу. У сучасному філософсько-культурологічному дискурсі зафіксовано появу принципово нової бази художньої креативності – активного використання сучасними митцями художніх, технологічних та комунікативних можливостей “нових медіа”. Для з’ясування їх дійсної природи, а також викликаних їх функціонуванням соціокультурних трансформацій - необхідний комплексний аналіз багатьох областей знання, чий предмет змінюється під впливом медіа: філософської антропології, культурології, психології, соціології та естетики. Лише за таких умов можуть отримати адекватне пояснення чинники, структура, форми та функції нової медіареальності з її візуальною домінантою, в яку занурена сучасна людина.

Актуальність дослідження полягає також у необхідності збалансування вітчизняної медіапрактики та медіатеорії. Українська гуманітарна наука сьогодні опинилася в ситуації, коли вона має за досить короткий період подолати певний теоретичний вакуум, який склався в області новітніх технологій та сучасної теорії медіа. При надзвичайно широкому їх застосуванні в найрізноманітніших сферах життя та мистецтва – самі медіа та породжені ними трансформації повсякденності – не стали предметом ґрунтовних теоретичних досліджень. Розуміння цього стає додатковим стимулом до розгортання вітчизняного культурологічного дискурсу, спрямованого на аналіз буття людини в світі медіакультури.

Ступінь розробленості проблеми. Головна заслуга у розробці концептуально-теоретичних основ розуміння філософсько-антропологічних аспектів медіамистецтва належить таким сучасним медіатеоретикам як Дж.Блейс, П.Вірільо, К.-Р.Гофман, О.Гра, Д.Іпполіто, Ф.Кітлер, Л.Манович, Ш.Теркль, В.Флюссер, М.Хансен, К.Хейлі, а також російським дослідникам О.Горюновій, С.Тетеріну, О.Шульгіну та представникам Санкт-Петербурзької школи медіафілософії О.Кузнецовій, В.Савчуку, М.Степанову, що розробляють категоріальний апарат та філософську методологію вивчення медіа.

Міждисциплінарний характер проблеми медіамистецтва обумовлює необхідність залучення у дослідне поле знань, напрацьованих у сучасному гуманітарному дискурсі: філософської антропології, соціальної філософії та соціології культури.

Теоретичний доробок київської філософсько-антропологічної школи: праці С.Кримського, М.Поповича, Т.Розової, В.Табачковського, В.Шинкарука та ін. - визначили наш вектор розуміння антропологічних трансформацій у сучасній культурі, перенасиченій інформацією та візуальними образами.

Аналіз медіамистецтва показує його безпосередній зв'язок з розвитком інформаційних технологій, філософське осмислення яких дано в працях Д.Белла, М.Кастельса, Ю.Габермаса, Е.Гідденса, Ж.Бодрійяра, К.Шенона та З.Баумана, що з'явилися у другій половині ХХ ст.

Стрижнем концепції інформаційного суспільства є теорія комунікації, вона ж є і головним аналітичним ресурсом у вивченні медіа-арта, твори якого є суто комунікативним жестом. Значення комунікації у сучасному суспільстві детально опрацьоване Ю.Габермасом, М.Кастельсом, Ч.Кулі, Н.Луманом, Е.Сепіером, Важливою для розуміння сутнісних основ комунікації у суспільстві є теорія розроблена вітчизняним вченим Г.Почепцовим. Значення медіа як посередників комунікації опрацьоване провідним медіатеоретиком ХХ століття М.Маклюеном, що, власне, і поклав початок медіатеорії (media studies) у другій половині ХХ ст. Принципове значення для нашого дослідження має теорія німецького соціолога Н.Лумана, що розглядає суспільство як аутопоетичну систему, яка відтворює себе за допомогою комунікації. Вивченні Г.Іннісом, та М.Маклюеном закономірності зміни комунікативних механізмів в структурі суспільства дозволяють розкрити зв'язок медіа-арта з медіатехнологіями, проаналізувати їх вплив на трансформації сучасної культури. Комунікативний аспект сучасної стратегії

художньої діяльності досліджують такі теоретики та практики медіамистецтва як К.Р.Гофман, О.Горюнова, С.Тетерін, О.Шульгін.

Основою для розуміння зміни сутнісних основ візуальності у сучасній культурі стали дослідження російських вчених В.Жуковського та Д.Півоварова, які аналізують специфічні риси візуального мислення, недоступні для вербально-логічного. Праці Г.Воробйова, О.Генісаретського, М.Епштейна, Г.Курерової, В.Стрельченко присвячені проблемі візуальності говорять про “візуальний поворот” (Дж.Т.Мітчелл) та його роль у світосприйнятті сучасної людини. Одним з перших, хто замислився про зміни, що виникають у людській почуттєвості у світі з “гіпертрофованим виробництвом візуальної продукції” був Г.Андерс. Так звана “екранність” сучасної культури, характерна для всіх видів медіамистецтва, досліджена і у працях вітчизняних теоретиків І.Зубавіної, Г.Чміль, В.Скуратівського. Динаміку форм візуальної репрезентації розглядає вітчизняна теоретик О.Пушонкова.

У дослідженнях, присвячених різноманітним практикам сучасної візуальної культури, Т.Апінян, О.Аронсона, О.Генісаретського ми знаходимо важливі для теорії медіамистецтва аспекти, що стосуються новітнього розуміння образу, міфу, віртуальної реальності.

Не зважаючи на такий пошвавлений інтерес до феномену медіа та медіакультури у сучасному науковому дискурсі – їх аналіз все ще не дістав свого ґрунтового опрацювання у філософсько-антропологічному аспекті, що зумовило вибір теми та напрямок нашого дослідження. Саме цей вектор аналізу сприятиме розширенню загальної філософсько-теоретичної бази дослідження, а з іншого – забезпечить належний рівень осмислення медіамистецтва, адже спроби зробити це у межах журналістської критики виявляється недостатніми.

Об’єктом дисертаційної роботи виступає актуальна форма сучасного мистецтва - медіамистецтво.

Предметом є філософсько-антропологічний дискурс медіамистецтва.

Метою дисертаційної роботи є філософсько-антропологічний аналіз феномену медіамистецтва як виразника фундаментальних зрушень світовідчуття людини ХХІ ст. Виходячи з поставленої мети, сформульовано **основні завдання:**

- проаналізувати основні положення медіатеорії від моменту її появи у 60-х рр. ХХ ст. до сьогодення;

- довести, що під впливом медіа змінюється комунікативна природа суспільства;
- проаналізувати медіасередовище як нову сферу буття сучасної людини;
- розкрити сутність медіамистецтва, його ризоматичну природу;
- запропонувати категоріальний апарат для філософсько-теоретичного дослідження медіамистецтва;
- здійснити філософсько-антропологічний аналіз художньої практики медіамистецтва та запропонувати типологію його різновидів;
- виявити зміни соціокультурного функціонування мистецтва під впливом медіа;

Методи дослідження. Аналіз медіамистецтва в дисертації спирався на комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Загальним методологічним принципом роботи стали принципи некласичної філософії, що визначили напрямок наукової розвідки та дали змогу розкрити онтологічний зріз явища медіамистецтва.

Природа медіамистецтва для адекватного її пізнання потребувала міждисциплінарного підходу, що й обумовило звернення до методологічних напрацювань таких наук, як психологія, соціологія та мистецтвознавство. Поєднання історичного та логічного методів дало змогу простежити залежність трансформацій світосприйняття людини від еволюції медіа. Компаративний метод дозволив порівняти медіа-арт із традиційними формами мистецтва, з'ясувавши чинники його специфіки. За допомогою методу узагальнення аналіз практики медіа-арта уможливив виявлення його сутнісних характеристик.

Також у дослідженні були використані такі загальнонаукові методи теоретичного дослідження як абстрагування, синтез, аналіз, індукція та дедукція.

Наукова новизна роботи визначається метою та завданнями дослідження, засобами їх розв'язання та конкретизується у наступному:

Вперше:

- на конкретному матеріалі медіамистецтва доведено, що існуючий комунікативний простір, створений новітніми медіа, максимально індивідуалізує кожного його користувача, через унікальність отриманого досвіду, що змінює структуру повсякденного буття людини і сприяє її самореалізації;
- шляхом застосування соціальної теорії Н. Лумана до аналізу медіамистецтва, обґрунтовано провідне значення адаптаційної

функції медіамистецтва за умов інтенсивних соціальних трансформацій;

- до українського гуманітарного дискурсу було введено теоретичні напрацювання провідних медіатеоретиків та дослідників медіамистецтва: дослідження Л.Мановича, присвячені художній мові нових медіа, Ш.Теркль, що аналізує трансформації ідентичності в добу Інтернету, М.Хансена, який розробляє підходи до вивчення медіа з позицій новітньої філософії, Д.Блейс та Д.Іпполіто, що здійснюють аналітику медіа у площині міждисциплінарних наукових пошуків та ін., що дозволило збагатити категоріальний апарат вітчизняної медіатеорії та сприяти її розвитку у напрямку освоєння новітніх когнітивних аспектів медіапростору;
- спираючись на положення візуальної антропології, що досліджують візуальні параметри сучасної культури, виявлено зв'язок між екранною формою комунікації, що притаманна медіакulturі та децентралізуючими трансформаціями у суспільстві;
- запропонована та обґрунтована авторська типологія медіамистецтва, що зводиться до чотирьох основних виявів художньої медіапрактики: відео-арт, діджитал-арт, нет-арт, сайєнс-арт, а також їх гібридних форм.

Уточнено:

- поняття медіакulturі, що на сьогоднішній день не просто позначає певний сегмент сучасного культурного простору, пов'язаного з розвитком медіатехнологій, але все більше набуває статусу метакультури;
- специфіку візуального мислення у медіамистецтві, що виражається у високій інформаційній ємності та переконливості образного сприйняття, домінуванні продуктивних можливостей над репродуктивними;

Дістало подальший розвиток:

- розуміння комунікації як самоцінності медіамистецтва;
- тлумачення проблеми медіамистецтва як істотно пов'язаної зі змінами у соціокультурному функціонуванні мистецтва: появи нових форм мистецької практики, зміні ролі автора, способу творення та презентації та подальшого існування твору мистецтва.

Теоретичне і практичне значення дисертаційної роботи полягає в тому, що отримані результати допомагають систематизувати та доповнити

вітчизняну медіатеорію, залучаючи до аналізу новітні західні розробки медіапроблематики, а також опрацьовуючи досить розпорошені спроби осмислення медіа українськими дослідниками. Її результати можуть знайти своє застосування в подальшому науковому дослідженні даної теми.

Сформульовані теоретичні висновки можуть застосовуватися при вивченні актуальних проблем культурології, естетики, мистецтвознавства та інших гуманітарних дисциплін. Дисертаційне дослідження може стати основою для розробки курсу теорії медіамистецтва у профільних вузах. А також, бути залученим до розробки спеціальних курсів та факультативів із зазначених дисциплін: “Мистецтво новітніх технологій. Комунікативні практики”, “Нет-арт: мистецтво у Інтернет-просторі”, “Медіапрактика та медіатеорія: мистецтво високих технологій або високі технології в мистецтві”

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження доповідались та обговорювались на засіданнях кафедри культурології Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, а також на ряді міжнародних науково-практичних конференцій та семінарів, а саме: «Дні науки філософського факультету» (м.Київ, 2007, 2008), “Науки о культуре – шаг в XXI век» (м.Москва, 2007) “Шевченківська Весна –2008” (м.Київ, 2008), “Українське мистецтво: історія та шляхи розвитку у XXI столітті” (м.Варшава, 2008), “Медіафілософія III” (м.Санкт-Петербург, 2009)

Публікації. Основні положення та результати дослідження викладені у 9 наукових публікаціях, з них 6 - наукові статті, опубліковані у фахових виданнях, затверджених ВАК України для філософських наук та 3 тези у збірниках матеріалів міжнародних наукових конференцій.

Структура роботи відповідає меті дослідження та відображає послідовність вирішення поставлених у роботі задач. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 185 сторінок, із них 168 – основний текст, список використаних джерел включає 254 позицій з яких 34 іноземною мовою і становить 17 сторінок.

Розділ I

Медіатеорія: генезис та актуальні проблеми

1. Медіапроблематика як об'єкт наукового аналізу

Художня практика завжди тісно пов'язана з певними культурними, соціальними, політичними процесами свого часу, а отже є свого роду документом своєї епохи. Мистецтво є чуттєвим відображенням стану людини в конкретних історичних умовах, в певному місці, в певний час і в цьому сенсі воно не може помилятися – потрібно лише вміти його адекватно інтерпретувати. Актуальність медіамистецтва – мистецької практики початку ХХІ століття - збуджує до нього широкий дослідницький інтерес, проте складність аналізу обумовлена його існуванням на перетині багатьох художніх та позахудожніх практик – перешкоджає напрацюванню єдиного, наскрізного методологічного підходу, що допоміг би виявити його суть, приховану в калейдоскопі його явлень. На нашу думку, саме антропологічний вектор аналізу створює для цього всі можливості.

Мистецтво початку ХХІ століття функціонує в принципово іншому ніж у минулі епохи, соціокультурному просторі, а, отже, має відмінність від традиційних уявлень про нього. Наше дослідження здійснюється у просторі функціонування так званого “contemporary art”, яке постійно утверджує себе все в нових і в нових формах. Contemporary art – означає актуальний зріз загального масиву сучасного (modern) мистецтва, де modern – є чисто темпоральною характеристикою.

У зв'язку з цим виникає питання, що коректно вважати “сучасністю” та як визначити її тривалість з огляду на сучасний темп розвитку цивілізації в умовах постійного приросту інформації.

Впливовий російсько-німецький дослідник Борис Гройс пропонує визначати сучасність мистецтва через його відповідність своєму часу: “(..) мистецтво може вважатися дійсно сучасним, якщо воно автентичне. Якщо, наприклад, воно схоплює та виражає присутність теперішнього, через спотворення традицій минулого чи означення стратегій, націленими на успіх в майбутньому.” [238] І хоча, дослідник відразу обмовляється, критикуючи саму можливість схоплення цього моменту “присутності теперішнього”, що постійно вислизає, щомиті перетворюючись на минуле, але все ж констатує, що єдиним простором, де його все ж таки можливо зафіксувати виявляється мистецтво.

З огляду на це нам здається досить слушним використовувати поняття актуального мистецтва, що виникає в точці перетину минулого і майбутнього. Загальне поняття сучасного мистецтва, що є суто темпоральною характеристикою і може означувати нинішній період історії мистецтва, потребує постійного уточнення через поняття актуальності, адже коли майбутнє має тенденцію надто швидко перетворюватись на минуле - це поняття дає можливість артикулювати відповідність мистецтва найгострішим запитам сучасності.

Одним з найпотужніших сегментів актуального мистецтва сьогодні є медіамистецтво, чийм замовником виступає людина медіадоби завантажена інформацією, що отримується невпинно з нескінченного числа каналів. Можливість появи та розвою медіа-арта обумовлена розвитком медіа (від лат. *medium* – засіб, посередник)- технічних посередників для запису, передання та збереження інформації, що робить аналіз їх еволюції необхідною складовою в дослідженні медіамистецтва.

Сучасне розуміння медіа почало складатися з їхньою появою у ХХ столітті, і сьогодні вже можна констатувати, що саме це поняття стало загальноживаним у позначенні засобів масової комунікації - друку, фотографії, радіо, кінематографу, телебачення, відео, мультимедійних комп'ютерних систем, Інтернет-мережі, мобільного зв'язку тощо - і в

цьому сенсі воно не має різночитань. Та коли ми торкаємось самої природи медіа, принципове питання щодо генетичних начал медійності виявляється відкритим, його вирішення проблематизується у зв'язку з постійним нарощуванням медіа свого інструментального тіла та відповідного розширення простору його соціокультурного функціонування.

У пошуках відповіді на питання про “точку відліку” - одні теоретики схиляються до думки, що перші кроки медіальності пов'язані з появою технічних засобів для масового розповсюдження інформації, зокрема друкувального верстату, інші вбачають її народження в появі медіамистецтва, вважаючи першим його продуктом фотографію (друга половина XIX століття), треті стверджують, що легітимація медіа як закономірної частини сучасного соціокультурного простору відбулась у 70-ті рр. XX століття у зв'язку з розповсюдженням електронних носіїв інформації. Відсутність одностайності в питанні витоків медіальності не дозволяє пояснити ту владу, якої все більше набувають медіа, перетворюючись на життєзабезпечувальну основу сучасного суспільства.

Більш плідним у цьому відношенні є феномен, що фіксується у дослідженнях сучасних медіатеоретиків – як західних, так і представників російської школи медіафілософії – явище медіакультури. Його поява свідчить про певний, досить високий, рівень розвитку та впровадження технологічно-комунікативних посередників у повсякденне життя, новітні якості якого вже неможливо ігнорувати. На противагу таким поняттям, як кіберкультура, а згодом і дигітальна культура, активна артикуляція яких досягла свого піку наприкінці 90-х – впровадження терміну медіакультури, що з'являється та набуває широкого розповсюдження у нульових – має під собою ґрунтовніші підстави. Якщо кіберкультура та дигітальна культура означають певний досить маргінальний прояв культури свого часу, пов'язаний з комп'ютеризацією життя людини, значення якого часто міфологізувалося та перебільшувалося її адептами – поняття медіакультури має не субкультурний, а скоріше метакультурний характер. Сьогодні ми

все частіше можемо почути визначення медіапростір, медіареальність, медіасередиче не лише у науковому обігу, але і у нашому щоденному спілкуванні. Ми стаємо свідками ситуації, коли майже кожне означення з нашої побутової мови може отримати префікс “медіа-” і це буде специфікувати лише один конкретний прояв цього феномену – технічно опосередкований спосіб його функціонування. Отже, і поняття “медіакультура” є до певної міри функціональним, тому що означає не просто новий етап у розвитку культури, але її нову перманентну якість, яка вочевидь, призведе до трансформацій всього життєвого світу людини.

Потрібно зазначити, що в нашому дослідженні ми використовуватимемо два досить близьких, але не тотожних поняття “медіальність” та “медійність”. В усталеній практиці поняття “медійності” пов’язується з розтиражованістю та легкозчитуваністю образів, розповсюджуваних, як правило, засобами масової інформації (“медійне обличчя”, “медійний образ”, “медійний політик”). Медіальність – значно ширше поняття, яким лише позначають характер створення образу (за допомогою різноманітних медіа), воно не передбачає наявності таких його якостей, як наприклад, масовий характер розповсюдження, або впізнаваність серед широкої аудиторії, тоді як для “медійності” це є обов’язковим.

Якщо звернутися до історії поняття “медіа”, то у традиційному (а з огляду на масштаб сучасного розгортання цього феномену – частковому) значенні, склалося у 20-і роки ХХ століття у зв’язку з появою національних радіомереж і позначало технічний бік розуміння проблеми. Потреба у науковому осмисленні природи медіа в її дійсній, унаочненій з часом повноті виникла лише у другій половині ХХ століття. В науковий контекст поняття “медіа” у 60-х роках ввів канадський соціолог Маршал Маклюен, називаючи словом “media” різноманітні посередники комунікації (включаючи дороги, усне мовлення, письмо, одяг та навіть електричне світло). Маклюен був одним з перших, хто заговорив про значення «mass-

media» та передрікав появу сучасних електронних ЗМІ. Його дослідження поклало початок швидкій появі різноаспектних праць про медіа, масові технології та комунікації, вивченню їх специфічного значення для сучасної людини, що, зокрема, засвідчено у дослідженнях Бодрійяра (Франція), Н.Лумана (Німеччина), Д.Рашкоффа (США), В.Бореєва, Коваленко А.(Росія) та ін..

В аналізі медіа всі вони рухаються у площині з'ясування їх комунікативних можливостей і саме з ними пов'язують їх специфічний вплив на культуру в цілому. При цьому, на думку Маклюєна, засоби масової комунікації мають вплив на людину та соціум самі по собі, незалежно від того, що саме вони транслюють. Його знаменитий вираз “медіум є послання” (“medium is the message”) багато в чому скерував подальший розвиток медіатеорії. “Медіа” розглядаються Маклюєном як зовнішнє розширення людини, як безпосереднє технічне продовження її тіла, органів, чуттів та здатностей. Будучи такими розширеннями, вони в кінцевому рахунку відділяються від людини та набувають влади маніпулювати нею. Це відокремлення “засобів” від людини метафорично описується Маклюєном як “ампутація”: розвиток технологічної інфраструктури людського тіла (а потім і людських колективів) супроводжується послідовною “ампутацією” різноманітних людських здатностей. Розвиток електронних засобів інтерпретується ним в цьому плані як фінальна “ампутація” людської свідомості.

Відповідно, здатності людини виносяться за її межі, набувають власної технологічної логіки та нав'язують цю логіку людині, хоче вона того чи ні. Перед обличчям цієї відчуженої техно-інфраструктури вона виявляється слабкою та залежною. За Маклюєном, людина не усвідомлює того, що з нею відбувається: радіючи широким можливостям, які отримує завдяки розвитку технологій, і врешті, з оптимізмом втрачає саму себе.

Протилежну позицію займав французький дослідник Жан Бодрійяр, стверджуючи, що медіа навряд чи мають таку владу, а посланням є лише

трансльоване ними повідомлення. Його підхід до розуміння медіа багато в чому визначався ототожненням їх зі ЗМІ. Він відмовляв їм у головній функції – комунікації, пов’язуючи це з їхньою заангажованістю владою: “Характерною рисою мас-медіа є те, що вони постають в якості антипровідника, що вони не транзитивні і тому антикомунікативні, - якщо ми визначаємо комунікацію як обмін - простір взаємозв’язку слова та відповіді, а, отже, і відповідальності, - виявляється, що вони зовсім не мають ані психологічної, ані моральної відповідальності, але виступають у якості особистісної кореляції однієї та іншої сторони у процесі обміну. Іншими словами, якщо ми визначаємо комунікацію як дещо інше, ніж просто передачу/прийом інформації, то у останньої має бути можливість “feed-back” зворотнього зв’язку .” [32, 66]

У зв’язку з можливостями комунікації розглядав медіа і послідовник Е.Гуссерля Вілем Флюсер. На його переконання про медіа можна говорити лише як про посередника в отриманні інформації. У зв’язку з цим Флюсер запропонував вважати медіа структурами, завдяки яким функціонує певний код - мовний, цифровий, тощо. Ці структури можуть бути матеріальними і нематеріальними, технічними або ні, мова йде лише про засіб, за допомогою якого відбувається комунікація. Таким чином, теоретик фактично наділяє “статусом медіа” всі можливі засоби комунікації в історії людства.

Такий погляд, на нашу думку, є досить суперечливим: подібне узагальнення розмиває поняття медіа, робить його абстрактним, унеможлиблюючи, тим самим, й напрацювання адекватних підходів та парадигм дослідження даного феномену і, врешті, результативність його аналізу. Однак це не було принциповим для В.Флюсера, послідовника феноменологічної традиції та її головного методологічного прийому – редукції – який прагнув показати всю сцену медіа в цілому. Особливе місце в своїй теорії він віддає фотографічним зображенням. Цей вид медіа, на думку дослідника, вимагає найбільшої уваги, адже при механічному

створенні зображення втрачає статус посередника, припиняючи відсилати до будь-якої точки життєвого простору, створюючи новий простір на формальній основі. Таке зображення описується Флюсером як пустий простір, як Ніщо.

Подальше звернення В.Флюсера до медіа пов'язано з роздумами теоретика щодо необхідності виокремлення тих, що потребують технічних засобів для створення “повідомлень”. У зв'язку з цим він наполягав на необхідності поділу медіа на “старі”, що створюються людиною, та “нові”, створювані апаратами, технічними пристроями.

В постструктуралістському дискурсі більшість теоретиків медіа схиляються до думки, що першою протомедійною системою слід вважати мову. Як суспільна істота, людина, з необхідністю потребує спілкування як простору самореалізації і гарантії виживання. Неможливо заперечити що воно, як і обмін інформацією, здійснюється, здебільшого, за посередництвом мовних конструкцій. Щоправда ця думка, хоч і не позбавлена сенсу, проте також є і досить суперечливою, адже виникнення мови нерозривно пов'язане з розвитком людського мислення в процесі філогенезу. Якщо припустити, що виникнення мови є лише підступом до медіатизації суспільства, то виникнення писемності – стає першим впевненим кроком на цьому шляху.

Навряд чи можна заперечити, що перехід до письма перервав віковичний розвиток усної традиції з характерним для неї виражальним багатством вербальних форм, з іншого боку, він значно посилив їхню комунікативність та привніс можливість зберігати та передавати інформацію не лише сучасникам, але і наступним поколінням.

За час свого існування людина створила безліч посередників для уможливлення обміну інформацією, проте лише у ХХ столітті, коли розвиток комунікативних практик досягає технологічного оптимуму, було запропоновано теорії, що транскрибували світову історію з позицій зміни засобів комунікації.

Першим, хто почав досліджувати цю закономірність виявився канадський історик Гарольд Інніс, у 1951 році вийшла друком його книга "Вплив комунікації", що представляла собою збірку досить розрізнених, але досить новаторських статей, присвячених проблемі впливу типу комунікації на характер соціальних перетворень на певному історичному етапі. Інніс працював у тому самому інституті в Торонто, що і фундатор медіатеорії Маршал Маклюен. Комунікація для Інніса – засіб збереження знання, а знання – це влада, відповідно, способи комунікації завжди характеризують владу, адже знаходяться під її контролем. На думку дослідника саме за характером засобів передачі інформації ми можемо безпомилково судити про культуру. Гарольд Інніс помер так і не встигнувши розвинути свою теорію, але його ідеї дуже вдало використав Маршал Маклюен, який у своїй праці “Галактика Гутенберга”, відправним моментом для епохи панування медіа називає час створення Гутенбергом друкувального верстату (1456 р.). На думку Маклюена, саме ця подія відкрила шлях масовому розповсюдженню інформації.

Як відомо, першою друкованою книгою в історії була “Діамантова Сутра”, (X ст., Китай) проте через неможливість її масового розповсюдження – занадто мало було письменних людей в тогочасному Китаї і занадто високу ціну мав папір – вона не може претендувати на подібну роль.

Як зазначав М.Маклюен, саме завдяки книгодруку було створено перший промисловий товар масового виробництва в сучасному розумінні цього слова, який на відміну від інших продуктів вжитку (текстилю, цегли чи цукру) був продуктом довготривалого загального використання. Ця позиція демонструє формування сучасного розуміння “масовості”, активно задіяного в дослідженнях культури споживання.

Поява друкувального верстату розчахнула цілісність притаманну європейському середньовічному світу: його основа – християнські релігійні уявлення, згідно з М.Маклюеном, тепер мали для свого

транслявання два інформаційні канали – адресований “масовому” глядачу образно-візуальний ряд церковних розписів та письмовий - “для обраних”. Специфіка розрахованої на масового реципієнта, образно-візуальної культури полягала в оперуванні легкими для сприйняття форми донесення змісту християнської релігії, доступними для будь-кого в будь-якій області християнської ойкумени. Письмова ж культура вимагала спеціального знання та підготовки. Робота друкувального верстату, подарувавши християнам друковану Біблію, підняла релігійне знання на якісно новий рівень, а, залучивши до раніше втаємничених знань маси людей, відкрила нові можливості й для розвитку знання в цілому. З появою можливості тиражування та розповсюдження текстів відбулася перебудова всієї комунікативної структури суспільства: друковане слово дозволило пізнавати світ індивідуально, поза колективною свідомістю. З часом, з виникнення перших періодичних наукових видань, наука відмовилася від ідеології кастовості на користь ідеології публічності, а отримавши можливість вільного розвитку, посприяла виникненню сучасних форм масової комунікації.

Зрештою, сьогодні ми маємо незліченну кількість каналів отримання інформації: радіо, друковані ЗМІ, телебачення, перенасичений рекламними повідомленнями простір міста і, звісно, всесвітня мережа Інтернет, що стає виключним глобальним комунікативним простором, який за кількістю та доступністю інформації набуває небачених до сьогодні масштабів. Її постійний приріст в цьому просторі відбувається в геометричній прогресії, що зрештою призводить до формування сучасного “медіапростору”, що надзвичайно активно утверджує себе, набуваючи через свою соціокультурну вмотивованість такого значення, що майже унеможлиблює повноцінне функціонування людини поза його межами. Удосконалюються і комунікативні можливості його користувачів, що призводить до поживленого примноження різноманітних персоналізованих ЗМІ, соціальних мереж, файлових обмінників, просто інформаційних сторінок і

відповідного програмного забезпечення. Майже будь-яка інформація, необхідна людині, може бути їй доступна миттєво, вже через хвилину після того як у ній виникла потреба. З іншого боку, вона сама може створювати інформацію та оприлюднювати її — віднині, ця сфера не є суто професійною — будь-хто може створити інформаційний привід та обговорити його з іншими користувачами мережі в режимі он-лайн. Таким чином, формується надзвичайно розвинута система горизонтальної комунікації, що стає можливим завдяки сучасним медіатехнологіям, які забезпечують таке функціонування системи культури.

Розглядаючи сучасну культуру в контексті її медіатизації, можна стверджувати, що людина не тільки глибоко поринає у медіасередовище, вплетене в структуру її буття, а, зрештою, і сама стає її продуктом. Маршал Маклюен був одним з перших, хто припустив, що нові технології змінять оточення, в якому опиняється наша нервова система. В його розумінні оточення — це процес, що програмує людський досвід і може бути як природним, так і штучним, створеним людиною. Маклюен розглядав інформаційні технології як продовження біології, адже вони призводять до соціального і психологічного розширення органів чуття. Він також зазначав, що впровадження будь-яких технологій завжди супроводжується болем та відчаєм. Вони, на його думку, супроводжували і вторгнення гуттенбергівської технології, жах від якої ініціював виникнення образів, представлених у роботах таких художників як І.Босх. Вони ж стали причиною неврозів і нашої інформаційної доби. Але особливість сучасних медіатехнологій заключається в тому, що вони перетворюють комп'ютер у продовження нервової системи людини.

З цією думкою погоджується американський соціолог та культуролог С.Ароновіц говорячи, що “техніку зараз не так то й легко відрізнити від людського тіла, тому що вона опиняється і всередині нас (медичні технології, модифікована синтетична їжа), і ззовні (супутники). Іноді ми її заселяємо (будинки з клімат-контролем), або вона стає частиною нас

(кардиостимулятори). Іноді вона для нас є додатком (протези, слухові апарати) іноді - ми для неї (робочий на конвеєрі). [246, 49]

Очевидно, що ХХ століття було лише першим кроком на шляху до медіацівілізації. Комп'ютери вже стали невід'ємною частиною нашого життя, стали нашим “другим Я” і нашим “іншим” - метафорою для роздумів про людський розум та інтелект. Вони змінили наше сприйняття самих себе, примусивши переосмислити наші зв'язки зі світом та наше місце у ньому.

Технологічна досконалість організації життя людини початку ХХІ століття та невпинне оновлення сучасної техніки, є продуктом безперервного розвитку технологічного інструментарію, яке на початку ХІХ ст. досягло першої “критичної точки” в результаті індустріальної революції. На цей же час припадають і перші спроби осмислення цього процесу німецькими філософами, які почали розглядати техніку та її значення для культури, означивши напрямок своїх досліджень як “філософія техніки”, що виявляє свою генетичну спорідненість із сучасною медіатеорією. Вперше цей термін з'являється у 1977 році у праці Ернста Каппа “Основи філософії техніки”, який і став фундатором нового перспективного напрямку філософської думки.

Е.Капп був одним з перших, хто почав серйозно займатися розробкою цього питання, втім саме його думки виявляються вкрай плідними для сучасного розуміння техніки та розвитку її стосунків з людиною. Він пише про несвідоме відтворення людиною самої себе в знаряддях своєї праці. На його думку несвідомим ідеалом будь-якого технологічного винаходу є людський орган, силу якого необхідно збільшити. При цьому людина не лише відтворює свої органи, але і пізнає себе з їх допомогою. Для того, щоб означити свій підхід К.Капп вводить поняття органопроєкції [100, 76]. Автор вважає, що майже всі давні та нові знаряддя мають свої органічні першообрази (*organische Vorbilder*), починаючи з молота - образу руки, стиснутої в кулак, одягу – другої шкіри, архітектури – аналога тіла

людини, залізних доріг – кровоносної системи, телеграфу – нервової системи, закінчуючи мовою та державою – найбільш зовнішньою проекцією внутрішнього світу. Фактично Капп наголошує на тому, що людина створює світ у якому вона живе за власною подобою, надаючи йому своєї логіки, єдиної, яка їй доступна – він заново віднаходить принцип тотожності, що поєднує людину і космос.

Цей же підхід до техніки розробляв і П.Флоренський: “За образом органів створюються і знаряддя. Адже <...> одне і те саме творче начало інстинктивно пов'язує тіло з його органами, а в розумі – техніку з її знаряддями”. [197, 39] Говорячи про перспективи розвитку техніки, філософ зазначає, що у нас немає жодних підстав вважати, що цей розвиток може бути чимось обмежений і не може продовжуватись безкінечно. Праобразами майбутніх знарядь будуть ще невідомі нам рудиментрані або лише потенційні органи, що з'являються в різних сутностях “внаслідок розгортання потоку життя”. Техніка має “свідомо продовжувати своє органопроєктування, виходячи з рішень, що даються в неупередженій тілорозбудові душі”. “Життя може технічно здійснювати проекцію якогось органа раніше, ніж він стане нам відомий анатомно-фізіологічно, у нас самих або у інших організмів. Якщо вивчення організмів є ключем до технічного винаходу, то і технічні винаходи можна розглядати як реактив до нашого самопізнання” [197, 42]

Саме принцип органопроєкції сьогодні розглядається теоретиками комп'ютерних технологій як найбільш перспективний у їх дослідженні. Тим не менш, протягом ХХ століття відносини людини та техніки розглядалися із дещо інших позицій, які можна умовно означити технофобією. Як сталося, що саме цей напрямок розвитку гуманітарного знання став переважати?

Кожна людина завжди є заручником власної ідеології – деякої “концептуальної схеми”, системи засобами якої вона осмислює, “переживає” матеріал власного життя. Ця схема може складатися з

найрізноманітніших ідей та наративів, частково вона є продуктом свідомості, а частково залежить від зовнішніх впливів: свідомо та несвідомо засвоєних міфів, образів та принципів їх систематизації.

В історії були періоди, коли така ідеологія формувалась за допомогою традиції, що передавалась від покоління до покоління, згодом ці функції взяла на себе церква, пізніше – держава. Найбільш утопічні ідеології сформовані державним апаратом, могли виникнути лише у ХХ столітті, коли було досягнуто значного прогресу у розповсюдженні засобів масової інформації та комунікації. Ідеологічно заангажовані медіуми - фотографії, радіо, кінематограф, а потім і телебачення – стали основними засобами пропаганди та викривлення історичних подій. Держава, віднайшовши ключ до контролю, ствердження та укріплення свого ладу у сфері культури та ідеології отримала необмежену владу над своїми громадянами, що не могли опиратися маніпулятивним технологіям їх розповсюдження. Зрештою саме це і призвело до трагічних наслідків, від яких ще й досі не може оговтатися людство.

Зрозуміло, що гуманітарна та філософська думка ХХ століття, сформована у цих історичних умовах позначена печаткою технофобії та технокритицизму.

Провідні філософи ХХ століття, такі як М.Бердяєв, Г.Маркузе, М.Хайдеггер, К.Ясперс, поривають з традиційною (Й.Гете, О.Шпенглер) європейською захопленістю технікою і показують парадоксальні наслідки технізації життя.

Вже у 1929 році, коли ще не спала хвиля захопленості технікою серед теоретиків авангарду та художників, М.Бердяєв напише, що “страшна сила руйнує природні сили людини. Вона піддає людину процесу розщеплення, розподілу, внаслідок чого людина немовби перестає бути природною істотою, якою вона була раніше”. [27, 84].

Німецький філософ М.Хайдеггер також відкидає уявлення про те, що техніка є засобом у руках людини. Навпаки, саме людина, на його думку,

віддана техніці, зажадана нею. Техніка охоплює людину, підкоряє її. Проте загроза для людини проходить не від техніки як такої, а лише від нерозуміння її сутності.

До певної міри ця думка є продовженням Марксової теорії відчуження, яка розглядає відчуження як процес відділення людини від процесу та результатів її діяльності, які зрештою стають непідвладні людині і навіть панують над нею. Він називав чотири види відчуження: людини від процесу праці, від продукту праці, від власної сутності та людей одне від одного.

До шкіл, що вивчають феномен відчуження, ідеології, маніпуляції та аналізують роль технологій у тому що відбувається, відноситься одна з найвпливовіших філософських шкіл ХХ століття франкфуртська школа. Представники якої, М.Хоркхаймер, Т.Адорно, В.Беньямін, Г.Маркузе та Ю.Габермас першими в західній філософії звернулись до аналізу мас-медіа як засобу маніпуляції та пригноблення особистості. Філософи цієї школи звертають увагу на те, що ніколи раніше історія не знала такого панівного становища, тотального всепроникного контролю суспільства над індивідом. Такого, що пригнічує контр-сили не за допомогою терору, а ведучи “інформаційну війну” за допомогою медіа, і в цьому головна відмінність нового типу суспільства від всіх попередніх.

Нав’язування хибних потреб відбувається за допомогою медіатехнологій – завдяки наповненню їх певним змістом, а також завдяки способу їх функціонування – технічній повторюваності, всюдисущості. Наше суспільство організоване механістично і будь-яка машина стає найефективнішим політичним та соціальним інструментом. Крім того, техніка стала універсальною формою матеріального виробництва і, як наслідок, вона вільна представляти і власний проект світу.

Тут постає питання про походження такої системи контролю, яке займало всю франкфуртську школу в цілому: чому західна цивілізація найвищому етапі розвитку впала у новий тип варварства?

Головна теза представників франкфуртської школи в тому, що причина цього криється не лише в економічних формах, а в наявності деякого “панівного принципу”, що від самого початку появи західної цивілізації було її наріжним каменем. Людина намагається повністю підкорити собі природу, але приборкати її означає одночасно і підкорити людську природу – все ірраціональне, безпосереднє, вільне. Ідеал раціональної поведінки та логічного лінійного мислення лежить в глибинних основах західної цивілізації. Тому цей “панівний принцип” і призводить до панування людини над людиною. І це прагнення до влади, панування, формує не лише свідомість людини, але і її позасвідомі прагнення.

Для контролю та маніпуляції, для створення хибних потреб та формування “потрібної” ідеології було створено цілу індустрію – культуріндустрію, яка є постачальником чуттєво даної реальності і водночас контролює “механізм опрацювання” цієї реальності окремою особистістю. “Кіно і радіо вже більше не потребують того, щоб видавати себе за мистецтво, - вони самі називають себе індустрією. Вони утворюють замкнене коло між маніпуляцією та потребою, що є реакцією на неї, - вони працюють на єдність системи” [204, 16]. Технічна раціональність, схема культури сьогодні є раціональністю самого панування як такого. Техніка культуріндустрії була перетворена на феномен стандартизації та серійного виробництва і в жертву було принесено все те, що завжди відділяло логіку мистецтва від логіки соціальної системи.

З іншого боку, ми не можемо заперечувати, що всі ці закиди на адресу медіатехнологій та характеру їх функціонування були цілком виправданими у середині ХХ століття, адже вони в першу чергу стосуються тих комунікаційних технологій, що мають необмежену аудиторію, але не передбачають “зворотного зв’язку”, інтерактивної взаємодії. Сучасні технології пропонують нам принципово іншу модель комунікації, заснованої на горизонтальних інтерактивних зв’язках між всіма її учасниками, яку забезпечує Інтернет (англ. Internet, от

Interconnected Networks — об'єднані мережі) — глобальна телекомунікаційна мережа інформаційних та обчислювальних ресурсів, ідею створення якої у 1989 році запропонував британський вчений Тім Бернерс-Лі. Саме тому сьогодні подібні нарікання були б необґрунтованими та невиправданими.

Найкраще відмінності сучасного періоду розвитку технологій та тим якими їх наслідки бачили М.Хоркхаймер та Т.Адорно можна проілюструвати на ставленні до індивідуалізації внаслідок технічного розвою.

В культуріндустрії індивідум є ілюзорним не лише через стандартизацію властивого їй способу виробництва. Індивідуальність, бунтарство стає “товарним знаком” того, кому вдалося забезпечити виробництво новими ідеями. Хто зміг заявити про свою неординарність – тому буде надано місце на вершині культуріндустрії. Будь-який спалах спонтанного самовираження неминуче абсорбується системою. “Те, що не виказує конформізму, не хоче працювати на індустрію, прирікається на економічне безсилля, та, будучи виключеним із виробничого процесу, перетворюється на неповноцінне. Воно опиняється у такому андеграунді в якому не лише неможливо бути почутим, але і вижити буває складно”. [204, 26] Ця думка, була справедливою для соціальної системи другої половини ХХ століття, проте сучасні мережеві медіа, буквально за 20 років свого існування настільки швидко змінили існуючий суспільний устрій та схеми комунікативної взаємодії, що сьогодні репресивність індустрії не лише не виглядає настільки тотальною, але взагалі ставиться під сумнів. За останні п'ять років стало очевидно, що вже найближчим часом соціальну систему буде пребудовано беручи за основу зовсім іншу логіку, ніж маніпулятивність та диктат індустрії, як це було притаманно масовій культурі. Теоретики відзначають, що в першу чергу це буде пов'язано з характером розповсюдження інформації, яка тепер поширюється через мережі, в першу чергу через мережу Інтернет.

Заключний етап діяльності Франкфуртської школи пов'язаний з ім'ям Ю.Габермаса, який одним з перших по-новому розуміє феномен та значення комунікації в культурі. Саме в комунікації Ю.Габермас вбачає вільну зону, хранителя культурних знань. При цьому головною суттю комунікації є взаєморозуміння, яке окрім згоди учасників комунікації та відмови від суб'єктивізму, також включає в себе і спільність життєвого світу. В якості можливого шляху розвитку вільного простору Ю.Габермас пропонує концепцію утворення нових форм колективної ідентичності. Автономні утворення спільності, згустки комунікації, вузлові пункти, що виходять з диференціації життєвого світу і спираються на нього, мають стати новими центрами управління, що будуть діяти таким чином, що адміністративна влада не зможе їх ігнорувати.

Широкий простір функціонування сучасних медіа, їх надзвичайна соціокультурна активність вимагають розкриття фактичної природи цієї сукупності специфічних засобів забезпечення комунікації, провідників та розповсюджувачів. Їх принципова новизна пов'язується дослідниками з отриманою для сприймаючого суб'єкта можливістю відчутти новостворений штучний світ зсередини “завдяки просторовим ілюзіям тривимірності і тактильним ефектам зануритися у нього, перетворитись із споглядача у протагоніста.” [144, 198] Таким чином, естетична база медійної комунікації полягає в експлуатації всіх рівнів людської почуттєвості. Цій внутрішній інтенції відповідає сучасне функціонування медіа як “мультимедіа” (від *lat. multum* – багато і *media* - *medium* – засіб, посередник) – одночасне використання різних форм зберігання та обробки інформації на одному носії, поєднуючи на ньому текстову, аудіальну та графічну інформацію, а також спосіб інтерактивної взаємодії з цією нею. 1

Високі темпи розвитку сучасних мультимедійних технологій привели до тотальної медіатизації суспільства: проникаючи у всі сфери людського

¹ Термін мультимедіа також часто використовують для позначення електронних носіїв інформації. В такому випадку він означає, що комп'ютер може надавати інформацію користувачу через всі можливі канали даних - аудіо, відео, анімацію, зображення тощо в доповненні до традиційних способів її надання, таких як текст.

життя, незворотно реформуючи його надлюдськими можливостями нових медіа (new media). Мова йде про сучасні цифрові технології для прискореного запису, збереження та передавання інформації. Цей етап розвитку медіа характеризується, перш за все, швидкістю, доступністю та легкістю маніпуляцій з інформацією для кожного її користувача. Саме феномен нових медіа лежить в основі медіамистецтва, яке є предметом даного дослідження.

Введення у науковий обіг поняття “нові медіа” у 80-их рр. ХХ ст, зафіксувало появу нового покоління засобів комунікації, принципово відмінних від фото, радіо, телебачення, що з’явилися на початку минулого століття. З їх виникненням формується новий дискурс дослідження медіа, центрований до поняття медіакультури. За визначенням Н.Б.Кирилової, медіакультура - це специфічний тип культури інформаційної доби, “що є посередником між суспільством та державою, соціумом та владою і включає в себе культуру передачі та сприйняття інформації.” [104, 15]. На думку дослідника поняття медіакультури з одного боку, підкреслює її комунікативність, з іншого - наділяє медіа провідною роллю у здійсненні ідеологічного впливу.

На думку Н.А.Кирилової, знання генезису медіа у ХХ ст. дозволяє розглядати медіакультуру в її історичній ретроспективі: в контексті свого соціального функціонування вона виявляє себе як знакова система, певний “код”, за допомогою якого передається інформація про оточуючий світ. “Медіакультуру, - зазначає Н.Б.Кирилова, - можна визначити як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, напрацьованих людством у процесі культурно-історичного розвитку, таких, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості. Медіакультура включає в себе культуру передачі інформації та культуру її сприйняття; вона може виступати і системою рівнів розвитку особистості, здатної читати, аналізувати, оцінювати

медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа і т.д.” [104, 16]

Однак, на наш погляд, таке визначення медіакультури сьогодні не може вважатися вичерпним, адже фактично зводить її до культури споживання інформації, надаючи їй суто прикладного характеру, відмовляючи у можливості бути проявленою у своїй власній суті.

Із трансляцією динамічних образів, що отримали широке розповсюдження завдяки сучасним технічним засобам запису та передачі зображення та звуку (кіно, телебачення, відео, систем мультимедіа) пов'язує медіакультуру французький теоретик Поль Вірільо. Ця думка виявляється для нашого дослідження найбільш плідною, адже сьогодні ми маємо можливість говорити не стільки про новий тип культури, скільки про зміни у способі її функціонування, які полягають у нових можливостях трансляції кодів культури. Сьогодні ця трансляція відбувається за допомогою сучасних медіа і ми не можемо заперечити той факт, що спосіб трансляції культурної інформації змінює і саму матерію культури. Дослідники сучасної культури говорять про початок нового етапу її розвитку, який до кінця ще неможливо артикулювати. Необхідність виділити цей новий етап була продиктована незворотними змінами, викликаними появою та глобальним розповсюдженням медіа, проте, кордони між Постомодерном та тим етапом, що його змінив, сьогодні ще настільки розмиті, що будь-яка спроба це зробити буде непереконливою. Дійсно, сучасна людина, все ще перебуває у вимірі постмодерних перетворень, тим не менш, очевидно, що механізм змін у соціокультурному просторі вже запущено і його навряд чи вдасться зупинити. Однією з відмінностей, яку вже сьогодні можна вважати за таку - є відмова від будь-яких ілюзій минулого. Вже не лишилося жодної моральної системи, яку можна було б звести до рангу незаперечної. Відповідальність за людину та якість життя лежить лише на ній і залежить лише від неї самої, в цьому, з одного боку, проявляється крихкість та негарантованість людського буття,

але з іншого – усвідомлення кожною людиною власного значення та відповідальності за майбутнє, в першу чергу перед самою собою. На відміну від іронічної розгубленості людини посмодрену, приходять людина нової епохи, що здатна брати на себе відповідальність, обираючи власний шлях.

Специфіка сучасного стану культури, який можна охарактеризувати поняттям медіакультура, як слушно зазначає Н.Б.Кирилова, – визначається її “семіотичною природою та технічними можливостями засобів її реалізації: високою інформаційною ємністю та переконливістю образного сприйняття, домінуванням продуктивних можливостей над репродуктивними, швидкістю і широтою трансляції та тиражування, масовістю і доступністю.” [104, 16]

Маємо зазначити, що пріоритет медіа у сучасному соціокультурному просторі зовсім не означає відмову від традиційних форм функціонування культури. Практично всі вони продовжують свій розвиток, знаходячи своїх прибічників та критиків, але медіакультура є в певному розумінні зоною актуальності. Іншою її найсуттєвішою характеристикою є креативність, що найповніше виражена у меда-арті.

Медіа-арт – мистецтво, побудоване на використанні новітніх інформаційних технологій. Це мистецтво, яке фіксує протиріччя викликані розвитком техногенної цивілізації, критично осмислюючи їх. Воно еволюційне за своєю природою, оскільки залежить від темпів розвитку високих технологій та програмного забезпечення.

Медіамистецтво, або мистецтво нових медіа – не дивлячись на всю свою іноваційність має тривалу історію свого становлення. Протягом всього ХХ століття мистецька пракака рухалась в напрямку освоєння нових технологій, а тому сьогодні ми можемо вписати його у певний історичний контекст і, навіть, вибудувати певну традицію, починаючи з мистецтва авангарду. Художники-авангардисти першими почали використовувати техніку, як засіб художньої виразності в своїх творах,

захоплюючись її можливостями та покладаючи на неї великі надії в своїх утопічних мріях про технологічне майбутнє людства.

Медіамистецтво також має багато спільних рис з мистецтвом дадаїзму. Дадаїсти дуже вправно експериментували з іноваційними художніми практиками та новітніми ідеями свого часу, які були своєрідною реакцією на військову індустріалізацію, механічне репродукування тексту та зображення. Мистецтво нових медіа, в свою чергу, можна вважати відгуком на інформаційну та технологічну революцію. В медіа-арті застосовується більшість дадаїстичних художніх прийомів включаючи фотомонтаж, колаж, редімейд, політичний акціонізм та перформанс. Характерна для дадаїстів провокативна іронія очолила рейтинг найулюбленіших прийомів медіахудожників.

Вже на початку ХХ століття в мистецтві з'явилося широке розмаїття альтернативних традиційних технік та засобів виразності. Автори почали "гратися" із зображеннями, звуками, мелодіями; міксувати, цитувати та колажувати їх. Із виникненням нових медіа ця тенденція ще більше поглибилася. Такі інновації як мережа Інтернет, з її можливістю миттєво знаходити будь-яку потрібну інформацію: файли, зображення, треки – дали можливість робити це набагато швидше та зручніше - натисненням лише декількох клавіш.

Дійсно, розповсюдження персональних комп'ютерів та розвиток програмного забезпечення відіграли принципову роль у становленні мистецтва нових медіа, яке отримало розвиток у 90-х роках ХХ століття. Не дивлячись на те, що перші персональні комп'ютери з'явилися дещо раніше (перший Apple Macintosh було випущено на ринок у 1984 році). Але до середини 90-х на комп'ютерах ще неможливо було ані працювати з зображеннями, ані створювати веб-сторінки, не кажучи вже про можливість редагувати аудіо чи відео файли. Не менш важливим є той факт, що перша генерація медіамитців 80-х - виросла на персональних

комп'ютерах та відеоіграх, а тому нові медіа для них були настільки ж звичним явищем, як і більш традиційних технік для старшого покоління.

Прагнення сучасних художників “приручити” техніку, пізнати всі її можливості, лежить в основі медіатворчості, протиставляючи їй інші моделі художньої творчості, які вже встигли стати класичними. Медіа-арт сьогодні є ареною постійної зміни та вдосконалення технічного інструментарію, при цьому вони є основою не лише його не технологічного, а сутнісного забезпечення.

Невідомо скільки триватиме збалансоване співіснування мистецтва і медіатехнологій та які це матиме наслідки в майбутньому, але неможливо заперечувати, що сьогодні ми є свідками появи нового типу мистецтва, легітимованого в сучасній культурі фактом його соціального замовлення і виокремленого в ній принципового іншим порівняно з мистецькими традиціями, комплексом задач.

Художня медіапрактика, у певних проявах сегментарно присутня майже у всіх актуальних мистецьких проектах: починаючи від кінематографу і закінчуючи архітектурою. В цьому розумінні медіамистецтво – це живе явище культури, яке постійно еволюціонує, змінюється саме та змінює інші форми культури до яких залучається і в яких будь-якою мірою присутнє.

Один із впливових американських медіатеоретиків Е.А.Шанкен, прагнучи віднайти єдиний методологічний канон для вивчення медіамистецтва ввів поняття AST (art, science, technology), зафіксувавши характерний для нього зв'язок між наукою, мистецтвом та технологіями. Теоретик досліджує історію AST, ретельно відстежуючи будь-які натяки на цей зв'язок в теоретичній думці XX століття. Дослідження таких істориків мистецтва, як Д.Крері, Д.Елкінс, Р.Краус, М.Кемп, допомагають Шанкену знайти приклади AST в епохах Ренесансу, Барокко та Модерну. Для розробки своєї концепції він також залучає праці видатних філософів XX століття як В.Беньямін, Р.Барт, Ж.Бодрійяр, Ж.Деріда, Ж.Дельоз та

П.Віріліо. Проте найбільш продуктивними для його дослідження стає теоретичний доробок сучасних медіамитців: Аскота, Бурнхама, Д.Девіса, М.Фланаган, Ф.Поппера та ін. Врешті, Шанкен пропонує прийняти єдиний підхід до розуміння надзвичайно складного та різноликого феномену – медіамистецтва, який, на його думку, має полягати в тому, що в аналізі продукту медіамистецтва слід враховувати обов'язкове поєднання в новому трьох складових: наукового підґрунття, арт-креативності та її технологічного втілення.

Необхідно зазначити, що серед цілої низки різнопланових та різномасштабних досліджень медіамистецтва або мистецтва нових медіа (New Media Art) переважно англо- та німецькомовних є по-справжньому резонансні та значущі розробки, побудовані на емпіричному матеріалі. Вони аналізують конкретні прояви медіамистецтва, намагаючись вийти на рівень загального розуміння феномену. Показовою в цьому плані є праця М. Хансена “Нова філософія для нових медіа” [238] видана Масачусетським технологічним інститутом. Здійснений в ній аналіз візуального матеріалу медіамистецтва апробує в якості методологічної бази теорію сприйняття А.Бергсона та філософські концепції Ж.Дельоз та Р.Краус.

Важливу частину його дослідження складає естетичне обґрунтування технології віртуальної реальності та її сприйняття. Спираючись на теорію А.Бергсона, що розглядав бачення, як віртуальний дотик на відстані – Хансен, розглядає віртуальний простір медіамистецтва як продовження тілесних відчуттів – просторову тілесність (*bodily spacing*). Він доводить, що інтерфейс віртуальної реальності єдиний, що може забезпечити абсолютне бачення в інформаційному просторі.

Оригінальна концепція медіамистецтва належить американським дослідникам Д. Блейс та Д.Іпполіто. Розглядаючи у своїй праці “На межі мистецтва” сучасне мережеве мистецтво (нет-арт), вони порівнюють культуру з імунною системою людини, а мистецтво з вірусом, що має

підготувати соціальне тіло до зіткнення з незнайомими культурними кодами. На думку цих авторів, в момент, коли суспільство зіштовхнеться з загрозою, яка походить з технологічного мему² – таке мистецтво втрутиться у цей мем, руйнуючи його значення. Воно може здаватися бруталним, неприємним, абсолютно ворожим до людини, та зрештою, дає необхідне - глибоку зацікавленість у нашому світі, у тих шляхах, які допомагають вижити. [228]

Деякі дослідники намагаються з'ясувати суть медіамистецтва, вивчаючи його історичні витоки. Так наприклад, впливовий німецький теоретик мистецтва Олів'є Гра проводить паралель між сучасними формами медіамистецтва і середньовічними містеріями. Такий підхід свідчить про прагнення вписати медіа-арт до загального масиву світового мистецтва. Однак, для розуміння такого феномену, як мистецтво нових медіа самого історичного контексту недостатньо. Адже його теорія народжується на перетині таких різних дисциплін як: філософія, комп'ютерна теорія, психологія сприйняття.

У пошуках розуміння специфіки медіамистецтва найбільш перспективними видаються дві позиції. Перша представлена працею американського професора, вихідця з Росії, Льва Мановича “Мова нових медіа” [243]. Розглядаючи візуальність як визначник специфічної природи він наголошує на їх екранності. Продуктивність даного підходу обумовлена, на нашу думку, виходом в естетичну площину впливу медіа на людину. Розглядаючи у своїх дослідженнях широке коло проблем пов'язане із сучасною медіакультурою він обґрунтовує специфіку нової мови мислення сучасної людини, що формуються завдяки медіазасобам.

Інший вектор аналізу медіа-арту обрала американська дослідниця Ш.Тарклє у своїй праці “Життя на екрані. Ідентичність в добу Інтернету” вона наполягає, що криза ідентичності, яку сьогодні переживає сучасна

² Мем (*meme*) – одиниця інформаційної свідомості, чие існування впливає на події таким чином, що велика кількість її копій виникає і в інших свідомостях. Окремі салогани, лозунги, музичні мелодії та візуальні зображення, мода – це типові меми.

людина, прямо пов'язана з тотальним розповсюдженням медіа, відмінність сучасної культури в тому, що вона все більше стає культурою приватних, індивідуальних користувачів.

Кожна із згаданих позицій в аналізі медіамистецтва так чи інакше знаходиться у просторі інтердисциплінарної проблематики, а, отже, з необхідністю передбачає залучення різних областей знань. На нашу думку, з'ясування природи медіамистецтва лежить на шляху розкриття медіаторчості як такої, що фіксує зміни у людині, її сприйнятті, її оточенні викликані розвитком медіакультури.

Зважаючи на складність самого феномену медіамистецтва здійснити адекватний і максимально повний його аналіз можливо лише на філософському ґрунті, адже жодна інша область гуманітарного знання не має адекватних інструментів для розкриття цього феномену. Але також вивчення медіамистецтва з необхідністю потребує залучення знань з інших областей знання, адже як актуальна форма мистецької практики воно передбачає звернення до проблем народжених функціонуванням медіа, та їх критичне осмислення. В більшості своїх проявів медіамистецтво так чи інакше дає характеристику різним аспектам існування сучасного соціуму та стану людини у ньому, розкриває взаємовідносини людини з технікою або досліджує міжлюдську комунікацію, опосередковану технічними пристроями.

Таким чином, сьогодні йде активне формування медіатеорії, яка передбачає осмислення того чим є сучасні медіа та яку роль вони відіграють у зміні комунікативної природи суспільства, яким є буття людини у просторі сучасної медіакультури, а також займається методологічними принципами вивчення медіамистецтва та розробкою категоріального апарату для адекватного аналізу новітніх явищ медіакультури.

2. Комунікативно-інформаційна природа сучасного суспільства та її відображення у медіакультурі

Існування медіакультури стає можливим завдяки широкому розповсюдженню різноманітних медіа. Її аналіз в будь-якому аспекті з необхідністю передбачає вивчення стосунків людини й соціального середовища з технічними засобами, за допомогою яких відбувається комунікація та високими технологіями, що вперше з'явилися у ХХ столітті.

Завданням даного параграфу є аналіз інформаційно-комунікативного простору, створюваного новітніми технологіями в дискурсі антропологічного виміру нашої техногенної цивілізації.

Дійсно, суспільство початку ХХІ століття має принципово інші характеристики, базові засади якого пов'язані зі швидкістю розповсюдження інформації, глобалізаційними процесами та нарощуванням технологічного інструментарію, що прискорює комунікацію. З огляду на це сучасне суспільство часто визначають як постіндустріальне (Д.Белл) або інформаційне (Д.Белл, М.Кастельс, Е.Гідденс). Розробкою цих понять протягом другої половини ХХ століття займалися також Г.Шиллер, Ю. Габермас, М.Постер, З.Бауман.

Д.Белл – автор найбільш фундаментальної теорії постіндустріального суспільства – довів, що збільшення зайнятості населення у сфері надання послуг, тобто саме у тих професіях, що зайняті обробкою інформації, призводить до суттєвих наслідків у розвитку постіндустріального суспільства. В своїх останніх працях Д.Белл звертається саме до терміну “інформаційне суспільство”, підкреслюючи принципове значення інформації для його функціонування.

М.Кастельс – автор не менш фундаментальної праці “Інформаційна епоха” (The Information Age) - описуючи наш час, звертається до поняття “інформаційний капіталізм”. Спираючись на емпіричні дані вчений

вибудовує теорію, що аргументовано та послідовно доводить значення сучасних інформаційно-комунікативних технологій для розгортання більшості соціально-економічних процесів. При цьому він наголошує на тому, що суспільство завжди в будь-яку епоху базувалося на інформації, а тому і визначення саме сучасного суспільства як “інформаційного” є не цілком доречним. Принциповим сьогодні стає не сама інформація, а мережевий характер її розповсюдження.

Цілком погоджується з М.Кастельсом і Е.Гідденс, який був також досить скептично налаштований до вживання терміну “інформаційне суспільство” : “..вважається, що ми лише вступаємо у нову еру інформації, насправді суспільство було інформаційним від самого початку” [64]. Але водночас він наголошував, на тому, що ми живемо в епоху “радикальної модернізації”.

Герберт Шиллер вважає, що інформаційний вибух у післявоєнні роки стався у значній мірі завдяки потужному розвитку корпоративного капіталізму, тобто в прямому сенсі пов’язаний з діяльністю великих транснаціональних корпорацій.

Кожен з дослідників, наводячи абсолютно різні, іноді навіть суперечливі аргументи наголошують на тому, що сучасне суспільство має в основі інакшу модель комунікативного устрою ніж всі попередні. Дослідники пов’язують це з інформатизацією способу життя, що, між тим, триває вже не перше століття. У XIX ст. її темпи пошвидшила індустріалізація та виникнення національних держав, а у XX - глобалізація та розвиток інформаційних технологій вивела цей процес на новий рівень. “Сучасна культура більш інформативна, ніж будь-яка попередня. – пише один з провідних критиків теорії інформаційного суспільства Ф.Уебстер – Ми існуємо у медіанасиченому середовищі, що означає: життя суттєво символізується, воно проходить у процесах обміну та отримання – або у спробах обміну та відмови від отримання – повідомлень про нас самих та

інших. Визнання вибухового приросту змістів примушує багатьох авторів говорити про те, що ввійшли в еру інформаційного суспільства.” [194, 28]

Серед найбільш помітних ознак народження нового етапу у розвитку комунікативної природи суспільства, яку не оминає увагою жоден дослідник – називається розповсюдження новітніх технологій, під якими, зазвичай, розуміється кабельне та супутникове телебачення, комп’ютерні мережі, персональні комп’ютери, мобільний зв’язок, надання онлайн-ових інформаційних послуг та ін. В кожен історичну епоху спочатку винаходяться технології і лише потім вони здійснюють вплив на соціум, змушуючи людей прилаштовуватись до нових умов. Не викликає жодних сумнівів, що технології завжди відображають цінності свого часу і часто навіть символічно втілюють його. Так, наприклад, ми сьогодні ми можемо говорити про “еру друкувального верстату”, “епоху парового двигуна”, “століття атомної енергетички”. Проте абсолютизація технологій та визнання за ними провідного положення у конструюванні соціального простору призводить до технологічного детермінізму, який розглядає технологічний прогрес як основний рушій соціальної динаміки, що майже повністю нівелює історичні, політичні, економічні передумови соціальних змін.

Очевидно, що сьогодні людина занурена у специфічне медіасередовище – систему технологічно опосередкованих масових комунікацій, що постійно розширюється, не залишаючи людині можливості існувати поза сформованим медіапростором. Основними характеристиками цього середовища є “хаотичність, безмежність та надлишковість”. [104, 7]. Всі ці три характеристики рівною мірою стосуються двох ключових для медіатеорії понять: інформації та комунікації з якими ми будемо працювати. Надлишковість інформації, «інформаційний бум», «інформаційний вибух» було зафіксовано у післявоєнні роки і теоретично обґрунтовано протягом другої половини ХХ століття. У 1983 році Ж.Бодрійяр афористично зауважує, що «Інформації

стає все більше, а смислу все менше». Весь постмодерністський філософський дискурс намагається розплутати те неймовірне павутиння знаків, що втратили свою занковість, перетворившись на симулякри. Знаки, що підступають з різних сторін, постійно примножуються, швидко змінюються і суперечать одне одному. Медіасередовище, що перенасичене подібними знаками народжує свою аудиторію. Вона креативна, саморефлексивна, свідома, а тому, з легкістю інтерпритує, переінакшує, спотворює зміст цих образів, народжуючи нові симулятивні конструкції. Відтак, знання отримане через безпосередній досвід втрачає свій онтологічний статус, адже очевидно, що знаки вже більше не є носіями достовірної інформації. На основі цих знаків, за Бодрійяром, формується «гіперреальність». Фахівець з теорії масової комунікації американець Дуглас Рашкофф, говорить про неї, як про певне середовище - іншосферу, створену на основі медіа: “єдине середовище в якому наша цивілізація ще може розширюватися, наш єдиний справжній фронтір³ - це ефір, іншими словами – медіа”. [174].

Західне суспільство раніше за інші усвідомило, що опинилося в “іншосфері”, яка формується в паралелі до реального життя завдяки засобам масової комунікації, що мають владу надавати пересічним подіям непересічного значення завдяки їх трансляції в ефірі. На думку Рашкоффа, на формування суспільної думки впливають тільки ті події, що були висвітлені у ЗМІ. Він називає їх медіавірусами – інформаційними приводами для подальшої маніпуляції суспільною думкою, а, отже, і життям суспільства в цілому. Ця позиція здається цілком слушною, зважаючи на характер функціонування медіа у сучасному світі, однак вона фіксує лише один з аспектів існуючого медіапростору. Іншосфера Рашкоффа – це лише один з її проявів, побічний ефект.

³ ФРОНТИР (від англійського frontier – кордон, межа) –термін, яким історики позначають нові, освоєні поселенцями, землі на заході США

В будь-якому разі, зрозуміло, що ми маємо справу з онтологічно невизначеним, нереклексивним медіапростором - «паралельним виміром» в якому доводиться існувати сучасній людині. Змінюється простір її буття і вона сама неминуче зазнає змін. Ці зміни пов'язані з принципово іншим характером побудови комунікаційних зв'язків та граничною індивідуалізацією людини у цьому новому комунікативному просторі. Причому остання спричинена усвідомленням людиною свого досвіду перебування у медіапросторі – її медіатизацією. Деякі наслідки, що свідчать про трансформації нашого світовідчуття описує Е.Гідденс, говорячи про те, що із соціального життя сьогодні все більше зникають “вбудовані” елементи. Під вбудованими, або зафіксованими елементами він розуміє такі, що контролюються не самою людиною, але суспільними інститутами (общиною, державою, церквою) або природою (ландшафтом, зміною пор року та ін.). Сучасна людина позбавлена необхідності дотримуватися тієї моделі поведінки, що нав'язується їй і отримує свободу обирати як їй жити. Звичайно, це призвело до важливих наслідків: людина відмовляється визнавати свою долю як щось заздалегідь визначене та неминуче. Гідденс говорить, що ми живемо у посттрадиційному суспільстві, у якому все піддається сумніву, а іноді і зовсім відкидається. Ми здатні обирати, проте це не означає що наша свобода вибору абсолютна, вона також детермінована певними соціальними обставинами, але ключова відмінність заключається в тому, що відтепер ці зміни не задаються ззовні, не визначаються авторитетами, тепер вони хоч і залишаються соціально обумовленими, але ці соціальні обставини ми здатні обирати за власним бажанням. Модернізація суспільства – за Гідденсом – це збільшення можливостей вибору для його членів, але вона з необхідністю вимагає і підвищення рефлексивності на кожному рівні суспільної організації.

Цю рефлексивність для сучасної людини багато в чому забезпечує мистецтво, медіамистецтво - є рефлексією на специфічні стосунки людини і новітнього медіапростору. Про здатність мистецтва фіксувати стан людини

говорить Ю.Крістева “Щоб безпосередньо пізнати той чи інший феномен або ту чи іншу сукупність феноменів слід особисто брати участь у практичній боротьбі, мета якої – трансформувати реальність, трансформувати цей феномен або цю сукупність феноменів, бо це єдиний спосіб увійти в контакт з ними як з видимостями” [113, 117] У просторі, що базується на медіа - досвід постає як процес. Як постійна актуалізація інтерпретації зв'язків відношення людини і світу, досвід у своєму перебігові продукує певні структури, що стають тлом його подальшого розгортання і, навіть, можуть стати засадами для реактуалізації попереднього досвіду. Досвід є можливістю практики її безпосередньою актуалізацією, конструктивним моментом практики.

Отже, протягом ХХ століття на основі інформаційно-комунікативних технологій поступово відбувалось створення іншосфери людського буття, що носила принципово техногенний характер. За цей час людство пройшло досить важкий шлях до подолання технофобії, що була спровокована маніпулятивними властивостями технологічних пристроїв та їх ще недостатньою розвинутістю. На початку ХХІ століття ми підійшли до тієї точки, в якій розвиток технологій створює всі умови для подолання цієї фобії через безперешкодне циркулювання інформації та мережевий характер її розповсюдження джерелом забезпечення якої стає всесвітня мережа Інтернет.

Інтернет – це максимально децентралізоване, мультикультурне утворення, що стало одним з найважливіших місць зустрічі та розвитку різноманітних субкультур, з їх специфічною креативною спрямованістю. Зустріч різних культур завжди стимулює культурний розвиток, особливо це помітно сьогодні, коли реальні політичні кордони стали в певному розумінні прозорими завдяки глобалізаційним процесам, туризму, еміграції і розвитку новітніх засобів комунікації та соціальних мереж. Мешканці різних країн постійно стикаються з ідеями, продуктами, творами які відрізняються від їх власної специфіки. Одночасно в світі розвивається неймовірна кількість

субкультур і кожна з них має свої специфічні риси, що будуть однаково проявлені у будь-якій з країн світу.

В сучасних розвинених країнах відбувається поштовханий приріст числа інформаційних каналів, які не витісняють один одного, а взаємодіють через взаємне доповнення, причому інформаційна щільність кожного з них постійно зростає. Така тенденція до нескінченного приросту інформації, що існує сьогодні завдяки всесвітній мережі Інтернет, можливість постійно створювати нову інформацію, легко обмінюватись нею – з одного боку дійсно поштовхає комунікацію, але має вона і інший бік. Річ у тім, що у ситуації, коли комунікація відбувається лише за допомогою мови, людина завжди спрямована на розуміння іншого, який є своєрідним відтворенням її людського начала. Але у ситуації спілкування через комунікаційні пристрої (особливо в мережі Інтернет) в більшості випадків хоч і передбачає використання мовних конструкцій, та в цьому випадку порозуміння не є обов'язковим, комунікація спрямована лише на передачу інформації, а те як з нею вчинити, справа самої людини – зреагувати, прийняти, проігнорувати.

Ця проблема виявляється для нашого аналізу надзвичайно важливою, адже впливає на самоусвідомлення людини в сучасному інформаційному світі, де існує постійно зростаюча потреба в комунікації. На перший погляд – вона цілком задовольняється, але насправді проблема навіть поглиблюється. Адже комунікація, що не призводить до порозуміння та співпереживання, емпатії індивідів – перетворюється на симуляцію. В цій ситуації – творча активність користувачів медіа є свого роду рятівною зоною, адже вона направлена на те, щоб віднайти можливість порозуміння завдяки створенню інтерактивних творів, де автор і глядач – є співавторами, співкреаторами.

Інформаційні технології, комп'ютер дають людині широкі можливості для її творчої самореалізації. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології – значно полегшили творчий процес - перехід від зародження ідеї до її кінцевого продукту. Якщо раніше вважалося, що творчість – це “територія обраних”, зараз будь-який аматор може стати автором

непересічного твору. Якщо до тепер його створення було, перш за все, важкою працею і лише одним відсотком натхнення, то зараз, процес створення арт-продукту потужно опосередкований технічно, а, отже, полегшений, адже сьогодні, щоб бути художником, вже не має необхідності роками набувати школи, вивчаючи пластичну анатомію, закони перспективи, копіюючи зразки, відточуючи рисунок та розвиваючи відчуття кольору, потрібно лише мати відповідне програмне забезпечення і час для його освоєння. Не в останню чергу це обумовило сучасний приріст медіаторів та нових медіакреаторів.

Інформаційно-технологічне забезпечення художньої творчості змінило модель стосунків між автором та читачем/глядачем/слухачем його твору. Для того аби це проілюструвати, досить звернутися до того як подається інформація в мережі Інтернет. Відбувається це сьогодні трьома способами.

Перший характеризується тим, що інформаційні сторінки підпорядковуються потребам користувачів, які вільні у виборі матеріалів та часу їх споживання.

Другий спрямований на забезпечення роботи креативних та інноваційних мереж, зокрема підтримки дискусійних форумів, де читачі обговорюють матеріали видання та вступають в полеміку з авторами інформації, а також в тій чи іншій формі приймають участь у підготовці медіаматеріалів.

Для третього характерне самостійне створення соціально активними користувачами медіа необхідних їм різноманітних співтовариств, поява яких, засвідчує те, що традиційна модель циркуляції інформації вже не задовольняє нове покоління креативних читачів та глядачів, що тяжіють до свободи горизонтальної медіаструктури. В такій ситуації користувачі менш за все орієнтуються на “офіційну” позицію, не сприймають погляд на проблему традиційних ЗМІ, вони протиставляючи їм засоби інформації нового покоління, де автором та читачем може виступати одна й та сама особа, при чому кількість авторів безкінечна і обмежена лише кількістю

читачів. Контент нових медіа – це максимально інтерактивна інформація, на яку реципієнт, по-перше прагне відреагувати, а по-друге, буде мати технічну можливість це зробити достатньо швидко та зручно.

Саме тому, сьогодні ми маємо підстави констатувати, що середовище мережі Інтернет стимулює творчу активність його користувачів, що пов'язане з бажанням проявити себе, засвідчити свою присутність у віртуальному просторі, прагнучи подолати недостатність соціальної комунікації. Це змушує користувачів весь час вдосконалювати медіазасоби за допомогою яких вони можуть існувати та реалізовувати себе в цьому просторі.

Основною причиною такого бурхливого розвитку мережі теоретики називають прагнення людей до спілкування, отже будь-які теоретичні роздуми про сучасність натикаються на проблеми пов'язані з комунікацією, яка сьогодні є певним каменем спотикання, адже коли розрив між людиною та оточуючим її світом стає все більш очевидним, суспільна природа людини вибудовує рятівні мости – нові форми та способи комунікації. Відчуття співпереживання, в основі якого полягає здатність відчутти у собі іншу людину вихолощується сучасними засобами комунікації, які насправді формують зону індивідуального досвіду, призводять до самозаглиблення людини і розширення її персональних можливостей.

Ось як описує свій досвід зустрічі з мережею Інтернет російський культуролог, філософ та есеїст М.Епштейн: “До мережі я підключився у травні 1995 року і відразу відчув у ній новий інструмент свідомості, на багато більш пластичніший ніж ручка, папір або книга.. Було відчуття, що до мене в руки потрапив колосальний, надлюдський мозок, до якого я можу по ланцюжку нейронів-лінків підключитися своїм мозком. Річ у тім, що я завжди мислив гіпертекстуально, думки розгалужувались у просторі і мені дуже важко було вибудувати їх на папері, у лінійно-часовій послідовності. Адже папір – це двовимірний площина плюс однонаправлений час, а Інтернет – це тривимірний континуум, де можливо рухатися у будь-якому напрямку.

Іншими словами, час тут вбудовано у простір. Мережа так багато говорить нашому мозку, тому що і сам мозок мережеподібний та гіпертекстуальний.” [221]. Ідея органопроекції виправдовує себе також і у випадку з мережею, що наслідує структуру нашого мозку. Та потрібно пам’ятати, що всі технології, з точки зору їх значимості не для окремої людини, а для соціуму в цілому, стають важливими лише тоді, коли з технічної сторони вони стають буденним та звичним явищем. Саме в той момент, коли люди починають сприймати їх, як належне, колишні високотехнологічні іграшки проникають у суспільство та отримують змогу змінювати соціальну дійсність. Так сталося і з мережею Інтернет.

За останні 500 років відбулося 4 медіареволуції, пов’язані з характером розповсюдження інформації. Перша, як вже зазначалося, була пов’язана з винайденням Гутенбергом друкувального верстата. Друга мала місце близько 200 років тому, коли відбувся переворот в сфері двосторонньої комунікації: спочатку винайшли телеграф, потім телефон. Ще через 50 років з’явилась можливість зберігати інформацію не лише на папері: спочатку фото, потім запис звуку та кіно. І лише 100 років тому людство оволоділо електромагнітними хвилями та навчилося передавати голос повітрям – так виникли радіо та телебачення, які визначили характер медійного середовища ХХ століття. Його основою були технології, що забезпечували спілкування, але не давали можливість створювати групи людей, а ті, які доносили повідомлення до певної групи населення, не давали можливості спілкуватися в середині цієї групи: якщо ви хочете говорити – можете мати лише одного співбесідника, а якщо хочете передати повідомлення групі людей, не отримаєте відповіді. Медіа ХХ ст. були позбавлені інтерактивності, характерної для доби нових медіа.

В результаті того, що інформація стала цифровою, а мережа Інтернет – основним каналом її розповсюдження – в мережі сьогодні опиняється будь-яка інформація та можлива будь-яка комунікація: починаючи від телебачення та друкованих ЗМІ і закінчуючи приватними телефонними

перемогами. Та найголовніше полягає у тому, що у зміненому Інтернетом медійному просторі глядачі, читачі та слухачі можуть “збиратися” та обговорювати запропонований їм інформаційний продукт в реальному часі.

Коли в мережі з’являється новий споживач, автоматично в його особі виникає і новий *виробник інформації*, який може оприлюднювати її, створюючи привід для обговорення іншими користувачами. Покоління сучасних користувачів мережі знаходиться в ситуації постійного росту самовираження. Завдяки цій своїй властивості, а також збільшенню числа користувачів Інтернет постійно зазнає змін, підпорядковуючись вимогам нових і нових груп людей, що його використовують.

Таким чином, він стає найбільш продуктивним інструментом у розбудові по-справжньому демократичного суспільства, здатного здійснювати самоконтроль завдяки тому, що люди отримують можливість моментально оприлюднювати інформацію, робити її доступною іншим громадянам, причому робити це не через вертикальні, владні, зв’язки, а по горизонтальних каналах в міжособистісній комунікації.

Завдяки виникненню нових медіа та залученню з їх допомогою нових учасників комунікації щохвилини відбувається розширення комунікативного простору. Невблаганне проникнення медіа в усі сфери людського існування призводить до реорганізації на їх основі традиційної моделі культури та виникнення медіакультури заснованої на принципах граничного індивідуалізму її користувача з його прагненням подолати самотність шляхом соціальної комунікації, яка сьогодні базується на візуальності, адже відбувається за посередництвом екрану, у взаємодії з візуальними образами.

Саме комунікація стає для актуальної медіакультури ключовим культуротворчим ресурсом. Власне медіамистецтво є суто комунікативним жестом, народженим особливостями медіапростору. Таким чином, важливим чинником соціокультурної парадигми функціонування медіамистецтва є комунікація, а в його теоретичному пізнанні – теорія комунікації.

Сам термін “комунікація” з’являється у науковій літературі на початку ХХ століття. Один з основоположників американської соціології Чарлз Кулі вважав, що “під комунікацією слід розуміти механізм, завдяки якому стає можливим існування та розвиток людських відносин – всі символи розуму разом зі способами їх передачі у просторі та збереженні у часі.” [116, 77]

Більшість теорій відштовхуються від того, що базова концептуальна модель комунікації складається з чотирьох елементів: «хто говорить, що говорить, по якому каналу та з яким ефектом» [108, 18]. В цьому можна погодитись з Кольцовою Е.Ю., що висловила таке припущення. Дана модель передбачає, що значення повідомлення зафіксовано у самому повідомленні та передається без будь-яких спотворень значення, що звичайно є надзвичайно спрощеною формулою, яка не відповідає дійсності.

В сучасних теоріях комунікації (а саме вони дають змогу адекватно розкрити природу медіа-арта) повідомлення розглядається як культурно-семіотичний конструкт, що дозволяє описувати багаторівневий процес створення і трансляції смислів. Суспільство при цьому є самовідтворюваною структурою, що носить цілісний характер в силу комунікативних зв’язків своїх членів. Медіа-арт, як і будь-який інший варіант мистецтва, є спілкуванням смислами, яке єднає людей. Врешті і тут чинною залишається логіка соціальної комунікації. Як зазначає Сепір Е. “суспільство лише здається статичною сумою соціальних інститутів: насправді воно із дня у день відроджується або твориться за допомогою певних актів комунікативного характеру, що мають місце між його членами.” [182, 47]

Розуміння комунікації як сутнісної характеристики суспільства, поглиблює теорія комунікації впливового німецького соціолога Н.Лумана. Стверджуючи, що “людські відносини і саме суспільне життя неможливі без комунікації”, додає «лише комунікація може здійснювати комунікацію» [132] Ця думка є надзвичайно плідною для осмислення медіамистецтва, як такого що відображує дійсний стан суспільства у медіаепоху.

Соціальні системи, як і біологічні, є аутопойетичними, тобто системами, що здатні за допомогою компонентів, з яких вони складаються, виробляти та відтворювати всі процеси, структури, елементи. Тоді смертю, чи зникненням системи є саме завершення процесу виробництва і відтворення. Для того щоб описати цей феномен австралійський дослідник У.Матурана винайшов термін “аутопойесіс”, для позначення як життя так і смерті в розумінні завершення процесу виробництва та відтворення, що характерні для аутопойетичної системи.

Суспільство розглядається Луманом як аутопойетична система, що самовідтворюється та відмежовується від зовнішнього середовища певними способами дії. Відбір відбувається в результаті міжсуб’єктної взаємодії. Луман вводить поняття смислу як особливої форми впорядкування людської взаємодії. Смысл дозволяє виявити горизонти, всередині яких можлива організація соціальних систем.

Враховуючи те, що комунікація є фундаментальним соціальним процесом, за допомогою якого розрізняється, яка дія кому належить в плані відповідальності за зроблений вибір, сучасне суспільство, на думку Лумана є функціонально диференційованим. Воно базується на розрізненні автономних функціональних підсистем - господарства, політики, виховання, релігії, мистецтва та ін.). Таке суспільство неможливо розглядати як впорядковану цілісність, оскільки немає єдиного центру або верхівки, звідки можна було б побачити його як цілісність. Різниця між функціональними підсистемами, між індивідом та колективом, між минулим та майбутнім руйнує принцип структурної єдності, виводячи на перший план комунікацію. Кожна підсистема комунікує всередині себе, ззовні та про себе. В такому суспільстві кожна соціальна підсистема, а, отже, - мистецтво як одна з цих підсистем, виробляє власні репрезентації, що претендують на цілісність та всезагальність, але насправді реально діють лише у рамках свого поля.

Кожний новий засіб комунікації, будь то писемність, телеграф, телефон, електронні мережі, не лише трансформує характер повідомлень, а й продукує

нові змістові конфігурації, нові повідомлення. Людина вводиться в мережу комунікативних повідомлень, використовуючи накопичений культурний досвід і всі наявні засоби комунікації.

За висловом американського історика комунікації Д.Д.Пітерса, ХХІ ст. докорінно відрізняється від ХХ перш за все тим, що сьогодні існує надлишок комунікації. Не в останню чергу це перенасичення відбувається через те, що Луман називає “досягнення за допомогою комунікації”, а саме: до тих пір, поки дехто може бути включеним до комунікативного процесу він є частиною суспільства, якщо ж ні – він знаходиться поза ним.

Важко сперечатися з думкою, що кожне суспільство народжує адекватне собі мистецтво, що якнайкраще виражає його сутнісні характеристики. Суспільство, описане Луманом, де центром є комунікація і де відсутня єдина ідеологія, а разом з нею і всі Великі ідеї, навколо яких можливе об’єднання людей, позбавлене “великих наративів”. Тому воно не може народити мистецтво, яке можна було б вписати в класичну модель мистецтва, застосовуючи традиційну парадигму його оцінки. Художня практика, що є актуальною для такого різноманітного суспільства з безліччю субкультурних утворень, систем та підсистем в ньому також має бути гетерогенним явищем. Використовуючи поняття актуальний ми маємо також розуміти, що воно завжди потребує уточнення: актуальний для кого/чого. Медіамистецтво є актуальним для сучасної медіакультури, є рефлексією на ті зміни, які вона приносить з собою.

В свою чергу, медіасередовище, що формується сучасними медіа характеризується *надмірністю* інформації що у ньому циркулює; *перенасиченістю* візуальними образами, що вже перестають бути тотожними самі собі – набувають безлічі конотацій в залежності від контексту відтворення. у ньому циркулює та неможливістю її обробити; *безмежністю* віртуального простору, що не має ані початку, ані кінця та перебуває у стані безперервного творення та розгортання; та *хаотичністю* – відсутністю будь-якої заздалегідь визначеної логіки, впорядкованості та ієрархії між різними

суб'єктами медіапростору. Медіамистецтво, що є органічною частиною цього медіасередовища – і в той самий час є художньою рефлексією на нього.

3. Медіавізуальність як нова мова мислення

Медіамистецтво максимально експлуатує візуальний канал сприйняття інформації, проте його особливість порівняно з іншими візуальними мистецтвами полягає у тому, що воно створює унікальний віртуальний простір, де окрім візуального, що залишається провідним – задіяні також й інші канали чуттєвого сприйняття: слуховий та/або тактильний. Саме тому розглядаючи новітню візуальність медіамистецтва ми маємо звернутись не лише до теорії візуального мислення та візуального сприйняття ґрунтовно розробленні протягом ХХ століття, але і теорію прямого та опосередкованого сприйняття, що розроблена у межах когнітивної психології. А також розглянути культурологічний вимір забезпечення медіавізуальності та як вона заявля про себе у конкретних проявах медіамистецтва.

Провідним фахівцем у питаннях психології екранного візуального сприйняття є американський психолог Рудольф Арнхейм, який довів, що при зоровому сприйнятті не усвідомлюються умови отримання інформації. Пізнання являє собою результат “безпосереднього розсуду” або “цілісної фіксації” умов ситуації.

Серед специфічних рис візуального пізнання, виділених Р.Арнхеймом: креативність та активність, що проявляються у створенні візуальних моделей. В процесі візуального сприйняття, на його думку, відбувається не лише активне вивчення об'єкту, але і його візуальна оцінка, відбір суттєвих рис, аналіз і організація в цілісний образ. Сприйняття зводиться автором до формування перцептивних понять. Таким чином, у Арнхейма сприйняття виступає як чуттєвий аналог інтелектуального пізнання.

Безпосереднім вираженням сутності художньої творчості за Арнхеймом є “створення адекватних образотворчих понять”, як результатів

перцептивно-мислиневої діяльності, важливих у виявленні характерних особливостей об'єкту при візуальному сприйнятті. Теоретик довів, що активний творчий характер сприйняття мистецтва дозволяє співставити його з процесом інтелектуального пізнання, фактично вводячи поняття візуального мислення. У зв'язку з цим виявляється, що сприйняття – не пасивний акт споглядання, а має під собою продуктивні функції, які заключаються у створенні візуальних моделей. Їх активне вивчення, візуальна оцінка, співставлення із образами що існують у пам'яті мають базове значення для формування аудіовізуальних творчих здібностей, передачі досвіду в розвитку медійної творчості. Теорія Арнхейма, доводить, що візуальне мислення яке превалює у сучасної людини відбувається внаслідок співставлення образів, що накопичені досвідом з інформацією сприйнятою з оточуючого світу. Головним психологічним моментом візуального сприйняття є виокремлення та переживання реципієнтом особистого, побаченого в зображенні змісту, який залежить від стану розвитку візуальної культури людини. Отже, візуальне сприйняття працює на індивідуалізацію сучасної людини-корисувача.

На основі експериментальних досліджень російський психолог В.П.Зінченко робить висновок про наявність в зоровій системі творчих механізмів породження образу, завдяки яким людина може бачити світ не лише таким, яким він є в дійсності, але і таким яким він може бути. Візуальна культура при цьому пов'язується з подвійним функціонуванням виникаючих образів: регуляцією творчої діяльності та зміною суб'єкту сприйняття. Отже, ми маємо ще один аспект – продуктивно-творчу активність візуальної культури, що актуалізує світ особистих переживань людини, виводить персональний досвід в актуальну сферу культури.

Отже, сприйняття – це активний процес, що представляє собою систему дій, організованих у вигляді послідовних рівней діяльності, що передбачає формування образу та маніпулювання ним. Аудіовізуальна естетична творчість є варіантом перцептивного, заснованого на значному наближенні

до повноти та адекватності сприйняття за рахунок механізмів синестезії, полісенсорності та поліхудожності екранного простору, узагальнення естетичної реальності. На цьому засновується соціокультурне сприйняття екранної інформації користувачами.

Ця теорія виявляється надзвичайно продуктивною при осмисленні продуктів візуальної творчості, що виникають на екрані. Але в разі коли реципієнт не просто спостерігає за картинкою на екрані, а виявляється фізично “занурений” у певне симулятивне середовище – особливості сприйняття дещо змінюються. Якщо це середовище відтворює, симулює наявну дійсність по законам прямого, реального сприйняття.

Розробляючи гештальттеорію Арнхейм виводить нас на сутність аудіовізуальної творчості, тоді як висновки, що були зроблені в рамках когнітивної психології дають нам можливість наблизитись до розуміння віртуальної реальності.

В рамках когнітивної психології одним з її основоположників Дж.Гібсоном було зроблено чітке розмежування прямого та опосередкованого сприйняття. Його теорія екологічної оптики враховує вплив оточуючого середовища на сприйняття людиною того чи іншого об’єкту. У разі коли відбувається пряме сприйняття – необхідно щоб реципієнт мав можливість дивитися навкруги, виокремлюючи певні об’єкти, і таке сприйняття за Гібсоном, не має нічого спільного з отриманням інформації з сигналів, що потрапляють на вхід оптичного нерву людини. В такій системі найважливішою частиною оточуючого світу є сама людина, що спостерігає, реципієнт. [62]

Той хто сприймає здійснює певний акт, що включає як інформацію від середовища, так і його власні когнітивні механізми. Він сам змінюється в результаті отримання нової інформації. Ця зміна не зводиться лише до створення внутрішньої копії там, де раніше нічого не було, мова йде про зміну перцептивної схеми, таким чином, що кожен наступний акт вже буде здійснений за іншим сценарієм. Через такі зміни, а також через те, що світ

відчиняє кваліфікованому спостерігачу нескінченно варіативну інформаційну фактуру - два перцептивних акта ніколи не будуть тотожними навіть у однієї й тієї ж людини, не кажучи вже про різних реципієнтів.

Отже ми знов стикаємось з ситуацією підкресленої індивідуалізації людини, що має справу з віртуальним середовищем, але в цьому випадку додається ще і фізіологічна достовірність всіх відчуттів у симулятивному середовищі.

На цій основі ми можемо констатувати, що медіамистецтво не вкладається у суто мистецькі рамки живлячись досягненнями сучасної науки та новітніх технологій, освоюючи їх за допомогою гри у її постмодерному потрактуванні. В рамках медіамистецтва набуває нової актуальності загальновідоме твердження Й.Хейзинги, що немає нічого більш серйозного ніж гра, яка, власне і визначає - сутність нашого біологічного виду - *Homo ludens*, «людина, що грає». Працюючи з сучасними медіа митці зосереджуються на технології та починають гратися з ними відпускаючи свою художню свідомість вони часто використовують технічні пристрої не за їх прямим призначенням. І зрештою отримують неочікуваний результат. Одна зі співавторів російського арт-проекту “Кібершолом” Марина Колдобська так описує процес роботи над твором: “Начебто і сам цього не вигадував, а воно – саме вийшло. В будь-якому разі, позиціонуючи себе просто як художник – такого ніколи не зробив би.” [102]

Важливим аспектом сучасного розвитку візуальної культури є описаний у теоретичній психології феномен “кліпової свідомості”. Цей термін характеризує свідомість, що вирізняється високою швидкістю сприйняття образів та позбавлена акцентуації на деталях, для неї характерні візуальність, іманентність, антирефлексивність, емоційність, та асоціативність. Всі ці характеристики справедливі для культури Постмодернізму, що наразі ще не вичерпала всі свої ресурси, хоча, вже багато в чому поступається новому варіанту культури, що продукує візуальні образи та з їх допомогою створює симулятивну віртуальну реальність з

горизонтальною системою комунікації та організації соціальних зв'язків. Медіакультура виявляється генетично пов'язаною з постмодерною культурою, а тому будь-яке їх розмежування на сьогоднішній день ще буде штучним. А отже, саме Постмодерний дискурс є необхідним для розуміння медіакультури.

Як відомо, Постмодернізм як особливе світобачення складається в процесі критики позитивного знання (та відповідних способів пізнання) і зазвичай пов'язується з іменами Ж-Ф. Лі отара, Ж.Деріда, М.Фуко, Ю.Крістевої, Р.Барта,. Ці дослідники піддали сумніву можливість раціонального існування і раціоналістичних методів осмислення різноманітних проявів буття. “Раціональне осягнення світу базується на можливості побудувати впорядковану модель світу за допомогою сталих категорій мови. Впорядкована модель світу являє собою деяку організовану центровану структуру. Центр чи фіксований початок, що лежить в основі такої структури, забезпечує причинно-наслідкову визначеність, створює ілюзію присутності початку та кінця. Центр невловимий, тому за різних часів йому приписували різні імена: Бог, людина, свідомість, сутність, що дозволяли зафіксувати структуру. Проте кожен раз нова категоріальна система вичерпувала себе, вимагаючи переосмислення та перекодування.” [117]

У ХХ ст. відбувається “подія”, що знаменує собою загальну кризу іменування. Ця криза представляє собою той самий розрив, про який говорить Фуко і який у Дерріда зветься “децентруванням”. Суб'єкт, що пізнає вже не може користуватися сталою категоріальною системою, що домінує над думкою і нав'язує стереотипи розуміння та поведінки. Для того, аби вловити невловиме Буття, необхідно постійне перейменування, постійний пошук нових імен та понятійних систем.

Отже, мова стає проблемою, людина вже не може “заволодіти” світом за допомогою мови. Мовні ігри (за Вітгінштейном) з їх “центрованими” правилами відходять у минуле. Кожен раз гра починається спочатку, нові

правила формулюються шляхом заперечення та розхитування старих. В дискурсі реалізується безкінечний процес означення, інтерпретації та реінтерпритації. Людина, як суб'єкт, що діє може діяти лише шляхом цього означення, вбираючи в себе усі можливі знаки культури і продукуючи нові знаки. За Ліотаром людина постмодерну є осереддям різноманітних текстів, повідомлень, знаків, що виникають в процесі різноманітних мовних ігр.

Говорячи про постмодернізм, не слід забувати і про те, що “обгрунтуванням його методів і розмислів є теза про художність, поетичність будь-якого мислення” [94, 188]. Така романтизація продукту культури – є спробою долучити постмодерну культуру до традиційного концепту культури. Дискурс постмодерну є дискурс сумніву, що обумовлений неможливістю пошуку кінцевого означеного, і філософська рефлексія досить переконливо це доводить, спираючись скоріше на метафору, ніж на аргумент. Такий дискурс можна схопити лише інтуїтивно, його неможливо зафіксувати у понятті. Отже, його не можна протиставляти класичному варіанту культури – скоріше він є її логічним завершенням. Принципова невимовність призводить до трансформації тексту, як основної категорії постмодерної культури, а зрештою і до формування всередині неї нового типу культури -медіакультури, заснованої не на вербальній, а на візуальній комунікації.

В цьому новому варіанті культури не існує автора та реципієнта у їх звичному потрактуванні, їх роль зводиться до ролі учасників комунікації. В рамках постмодерної теорії Р.Барт доводить, що читач зі споживача перетворюється на виробника тексту [17]. Він перестає бути пасивним, відчуваючи радість процесу письма, означення. Саме це перетворення відбувається і з користувачем медіакультури.

Художній простір медіамистецтва базується на відмінному від традиційного розуміння ролі автора художнього твору та його реципієнта. Людина, що сприймає медіапродукт завдяки інтерактивності стає його невід'ємною частиною і на фізичному рівні: глядач перетворюється на засіб

виразності твору, вступаючи з ним у комунікацію. Така інтерактивна здатність медіатехнологій неминуче формує нове розуміння часу та простору в художньому творі, відтак, спричиняє зовсім інше його сприйняття, відмінне від традиційних мистецьких практик.

Такі суттєві трансформації у практиці функціонування мистецтва змінили акценти у розумінні ключових постатей мистецької комунікації: автора та реципієнта. Сучасні медіамитці не ілюструють заздалегідь сформовану тезу, не пропонують спожити готовий продукт, а здійснюють своєрідні дослідження, експериментують, спонукаючи глядача до самостійного вибору моделі сприйняття та висновку.

Також, дуже важливим є той факт, що медіамистецтво через свій опосередкований спосіб творення та можливість тиражування майже позбавляється авторства, а, отже, знімається й опозиція копії - оригіналу. Цей факт не тільки породжує проблеми, пов'язані з правом на інтелектуальну власність, авторським правом, але й має певні естетичні наслідки.

Протягом свого існування мистецтво підносило як найбільшу цінність унікальність свого продукту його монотипічність. Вже один факт існування артефакту у єдиному екземплярі маніфестувало свою вищість та елітарність, що, звісно, впливало і на його сприйняття. “Спілкування” з оригіналом мистецького твору – це зовсім інший комплекс естетичних переживань, ніж контакт з його навіть дуже якісною копією, тому що лише оригінал позначений особою автора є репрезентантом його міфології і традиційно сприймається як носій духовної цінності. Для актуального сьогодні медіамистецтва не існує опозиції копія-оригінал, адже суто технічно будь-яка копія медіатвору нічим не відрізняється від оригіналу і може навіть ним вважатися. Звичайно, ця ситуація не влаштовує самих медіамитців, що також прагнуть надати своїм творам унікальності у той чи інший спосіб; щоправда, ця інтенція керується здебільшого визначенням їх подальшої долі як товару.

В процесі теоретичного осмислення медіамистецтва ми стикнемося зі ще однією проблемою невизначеності систематизації художньої практики, що має незліченну кількість видів, підвидів та напрямків. Охарактеризувати кожний з них, склавши певну типологію – справа майже безнадійна, адже будь-яка спроба це зробити – надто швидко втратить свою актуальність через постійну заангажованість медіапрактики технічними інноваціями. Будь-який твір медіамистецтва існує на перетині художніх та позахудожніх практик, використовуючи передові досягнення науки, новітні розробки програмного забезпечення, можливості мережевої комунікації, що постійно розвивається.

На думку російських медіахудожників та кураторів С.Тетеріна, К.Бохорова та О.Шишко, медіамистецтво (від англ. *media art*) – це художня діяльність, що реалізується засобами запису та передачі інформації. Ці засоби мають бути, по-перше, відносно новими, по-друге - незамінними у художньому творі, адже на них покладається основна функція при його створенні. [191]

Сергій Тетерін, один з провідних російських теоретиків та практиків медіамистецтва зробив переконливу спробу охарактеризувати видову специфіку медіамистецтва.

відео-арт – мистецтво роботи з відео та телевізійними образами, кінцевий результат – відео-арт фільм;

*нет-арт*⁴, або мережеве мистецтво – створення художниками сайтів у мережі Інтернет (або в будь-якій іншій мережі), які являють собою самостійні твори мистецтва; при цьому ці твори не можуть існувати в жодному іншому середовищі, окрім мережі;

телекомунікаційне мистецтво, де в якості художнього простору використовують різні види кіберпросторів (починаючи з телефонного);

⁴ Від англ. "net" – мережа.

мистецтво відеоінсталяцій - публічна демонстрація художніх “конструкцій” з телевізійних відеоприладів, підкорених єдиній художній задачі;

інтерактивне електронне мистецтво – те, що виникає у процесі комунікації з аудиторію.

Цей перелік окреслює ті види медіамистецтва, які вже закріпилися в художній практиці, проте він, звісно, не є вичерпним і, на наш погляд, отримає більшу цілісність, якщо буде доповнений наступними медіапрактиками: мейл-артом, мобайл фон-артом, діджитал артом.

*Мейл-арт*⁵ – це мистецтво, в якому художній твір знаходить свою аудиторію через пошту. Виникло воно у 50-ті роках ХХ століття. Твори мейл-арта (фотографії, гравюри, картини або їх репродукції, літературні твори, вірші і т.д.) створювалися спеціально для того, щоб бути надісланими одному чи кільком адресатам. З появою електронної пошти мистецтво мейл-арта отримує новий горизонт для свого розвитку.

Мобайл фон-арт (мистецтво мобільних телефонів) – мистецтво створене за допомогою мобільного телефону чи для мобільного телефону. Сам термін існує в артистичному середовищі протягом останніх років, коли з’являються доступні широкому колу користувачів моделі телефонів з функціональними можливостями фото- та відеозйомки. Це мистецтво, яке сьогодні має найбільші темпи розвитку. Вже існує ціла низка комерційних та некомерційних фестивалів мобільного кіно. А у 2007 році в Китаї вийшов перший літературний твір, що має розповсюджуватись через підписку на sms.

Діджитал-арт - загальна назва, що поєднує широкий спектр різноманітних художніх практик, які використовують при своєму створенні цифровий код. Сюди можна віднести комп’ютерну графіку та анімацію, розробку різноманітних аудіовізуальних ефектів та створення складних цифрових інсталяцій, відеопроєкцій тощо. Термін діджитал-арт з’являється у

⁵ Від англ. “mail” – пошта.

90-ті рр. XX століття з розвитком цифрових технологій, на основі яких виникає можливість маніпулювати образами.

Є ще один сегмент медіамистецтва про який неможливо не згадати – це науково-популярне мистецтво (Science Art – певно, найбільш дискусійна практика, що має пряме відношення до розвитку сучасної науки, нерозривно пов'язаної зі сферою новітніх технологій.

Всі перелічені види художньої медіапрактки еволюціонують надзвичайно швидкими темпами. При цьому їх теоретичне опрацювання ще не є адекватним дійсній природі зазначених феноменів. Завдяки мережі Інтернет щодня публікуються нові статті, теоретичні праці та оприлюднюються результати досліджень, пов'язаних з вивченням медіатехнологій і побудованих на них нового мистецтва та новітніх моделей комунікації.

Традиційний методологічний підхід, що базується на виявленні однієї або декількох притаманних творам характерних рис, на основі яких вони об'єднуються дослідниками у певний напрямок, течію або вид мистецтва - не підходить для з'ясування типології медіатворчості через його еволюційну природу. Медіамистецтво надто швидко змінює не лише теми, але і технологічні прийоми, що допомагають їх розкривати, незмінним залишається лише медійний спосіб творення та прагнення акцентувати властивості цього медіа. Саме тому, на нашу думку, плідним може виявитися шлях не розрізнення, а узагальнення мистецької практики та спроба її прочитання саме через медіа, яку вона використовує.

З огляду на це ми пропонуємо виділити чотири основні медіапрактики, диференційовані за принципом медіатехнології, яку вони освоюють, а отже і осмислюють. Ми маємо на увазі відео-арт, діджитал-арт, нет-арт та сайєнс-арт.

Відео-арт – художня практика, що працює з відеозображенням, створюється за допомогою цифрової або аналогової камери, часом – з використанням відеомонтажу та відповідного програмного забезпечення. На

сьогоднішній день ця практика у сфері актуального мистецтва є найстаршою та найбільш розповсюдженою. Це досить симптоматичний напрямок розвитку contemporary art, що засвідчує неможливість ігнорувати наявність медіа на сучасному етапі розвитку традиційних мистецьких технік. Кінцевим продуктом відео-арту є відзнятий відеофільм – наративний або абстрактний, але лінійно розгорнутий у часі, який може існувати самостійно, або бути частиною відеоінсталяції.

Діджитал-арт – мистецтво, засноване на використанні цифрових технологій та різноманітного програмного забезпечення для створення зображень, анімації, різноманітних цифрових інсталяцій тощо. З усіх видів медіамистецтва діджитал-арт розвивається найбільш потужно. Це пов'язано з комерційною виправданістю його використання у популярних проектах через його видовищність. Дуже дороге програмне забезпечення та устаткування, обмежене число фахівців, що вміють з ним працювати, робить цей варіант мистецтва явищем непересічним та надзвичайно потенційним навіть в оригінальній царині медіа-арта. Кінцевим продуктом діджитал-арту є створювана за допомогою комп'ютера цифрова анімація, масштабні інтерактивні інсталяції, інтерактивне нелінійне кіно, цифрові просторові проєкції і т.і.

Нет-арт – художня практика, яка створюється всередині мережі та може існувати лише в ній. Вона інтерактивна, як і більшість медіа-практик, може мати текстові та графічні елементи, часто має структуру сайту. Найбільш живе та пластичне явище медіа-арта, нет-арт розвивається поза кон'юнктурою художнього ринку, існуючи на периферії масової культури та органічно розвиваючись у демократичному середовищі мережі Інтернет. Кінцевим продуктом нет-арта є сторінка, або сайт розміщений у мережі Інтернет, що являє собою художній проєкт.

Сайєнс-арт - мистецька практика, що художньо осмислює потенціал сучасної науки та працює у безпосередньому контакті з науковцями. Кінцевим продуктом сайєнс-арта є науковий експеримент, здійснений

художником в рамках художнього поля і винесений тим самим на суспільне обговорення.

Особливості, характерні для всіх цих видів актуального мистецтва, дають змогу об'єднати їх у загальний концепт медіамистецтва. Їх єднають змінені по відношенню до традиційних форм мистецтва стосунки між художником та замовником, копією та оригіналом, ексклюзивним (елітарним) та масовим продуктом. Медіатвір може існувати одразу в різних форматах (відео, інсталяції, картинки) і в декількох просторах на відміну від картини, яку неможливо показувати частково або на різних експозиціях одночасно. Цифрове мистецтво майже виключає можливість підробок, точніше робить їх безглуздими, адже кожна копія водночас є і оригіналом.

Також, значні складності пов'язані зі зберіганням медіамистецтва - його твір застаріває надзвичайно швидко. Навіть якщо ідея, яку він втілює, продовжує бути актуальною, програмне забезпечення та пристрої для відтворення інформації змінюються настільки швидко, що створений сьогодні, через 5-10 років медіатвір цілком можливо не підлягатиме показу з суто технічних причин, особливо, якщо він будувався на програмі, яка створює інтерактивність, наприклад в інсталяції. Якщо змінюється операційна система, файл перестає працювати взагалі або доводиться зберігати твір у зміненому вигляді – скажімо, у вигляді документації. Саме тому виникає досить багато питань, пов'язаних з підтримкою та реставрацією такого твору в майбутньому. Хоча, з іншого боку, цілком можливо, у такий спосіб відбувається саморегуляція медіамистецтва - воно позбавляється від надлишку художніх продуктів, поява яких обумовлена досконалістю програм для їх створення та легкістю у використанні.

Інша проблема виникає у зв'язку з бурхливим розвитком медіатехнологій і пов'язана з надто швидким старінням теоретичного дискурсу, що їх описує. Здійснені 20-30 років тому В.Фуксом, А.Модем, М.Кассирером дослідження трансформацій естетичної думки у зв'язку з реакцією на інтеграцію комп'ютерних та художніх технологій сьогодні

виглядають настільки непереконаливо та архаїчно, що мають лише історичну цінність. Те саме стосується і освіти в області медіа, особливо, навчання практики. В західних університетах програми навчання з цих спеціальностей переглядають кожні три роки, а це означає, що людина, яка вступила на факультет медіатехнологій з метою отримати певну спеціальність, цілком можливо закінчить навчання з абсолютно іншою вказаною у дипломі спеціальністю, оскільки те, що цікавило її в момент вступу – ще до закінчення навчання буде прибране з навчальної програми як неактуальне.

Розвиток технічного інструментарію також відбувається надто швидко: тільки но креатор починає входити у тонкощі якоїсь певної технології, “вивчати” її внутрішній ресурс, як вона перестає бути актуальною, адже з’являється інша. Таким чином, розвиток медіамистецтва відбувається не стільки завдяки внутрішнім потребам людини та мистецтва, а, скоріше, як побічний ефект розвитку суспільства споживання, як один з інструментів нової медіакультури. Роль медіахудожника полягає в тому, аби пізнати і засвідчити існування певного виду інформації і знайти спосіб зафіксувати її. Для цього необхідно винайти засоби, інструменти, які б допомогли потрактувати цю інформацію в естетичному ракурсі. Такими інструментами в руках медіахудожника стають телебачення, відео, мережа Інтернет, електронні та віртуальні технології. Саме тому, медіамистецтво можна вважати одним із способів художнього освоєння інформаційного середовища. Людина прагне освоїти неприродне для неї середовище, олюднити його, через творчий акт. Медіамитці виявляють в інформаційному середовищі певні події, реагуючи на них, фіксуючи та архівуючи в певний спосіб. Об’єктом такого мистецтва є інформація. Така подія не має ані автора, ані чітко фіксованих меж. В результаті естетичного освоєння інформаційного середовища, що вимірюється в бітах, воно перетворюється на видовище, яке зачаровує, апелюючи вже не до пам’яті, а до почуттів. При цьому глядач неминує перетворюється на співучасника, а інформаційна функція такої події перетворюється на комунікацію.

Сьогодні ми з упевненістю можемо говорити, що сучасна медіакультура, знаходиться, наразі, в стані свого активного формування та генетично пов'язана з постмодерною культурою другої половини ХХ століття. Вона проявляє себе у способі функціонування більш традиційних форм культури, які активно використовують новітні медіатехнології. Проте, важко не погодитись із твердженням, що спосіб трансляції культурних кодів – зрештою, змінює і саму матерію культури, а це з великою долею вірогідності означає що найближчому майбутньому культурний код людини цілком можливо також буде змінено, адже сучасні медіа, всесвітня мережа Інтернет стимулюють людину до самозаглиблення, вони призводять до граничної індивідуалізації свідомості окремої особистості, провокують неподібні реакції на одні й ті самі зовнішні подразники.

На сьогоднішній день найбільш оформленим та показовим проявом медіакультури є феномен віртуальної реальності, в рамках якого й існує проект медіамистецтва. Медіамистецтво виявляє себе не через закінчений продукт - твір, а через комунікативний акт митця та реципієнта(-ів), воно є продуктом комунікації, що відбувається переважно через екран, що є надзвичайно виправданим у сучасному світі, в якому дискредитована вербальність все більше витісняється візуальністю. Але з появою цифрових технологій, які дозволяють створювати візуально достовірні образи, позбавлені будь-якого зв'язку з реальністю – людина поступово починає втрачати довіру і до візуального ряду символів.

Висновки до першого розділу

У першому розділі дисертаційного дослідження було виділено феномен медіамистецтва із загального масиву сучасної актуальної культури. Розглянуто сучасний стан медіатеорії та прослідковано її витoki. Опрацьовано понійно-категоріальний апарат та методологію дослідження.

Враховуючи інтердисциплінарність вивчення самих медіа автор окреслила дотичні до феномену медіамистецтва теорії та практики, необхідні для розкриття його природи: теорію медіа, філософію техніки, теорію комунікації, теорію віртуальної реальності та психологію сприйняття.

Автор розкрила зміст таких понять опрацьовано такі поняття як медіа, медіакультура, медіапростір, медіасередовще, актуальне мистецтво, мистецтво нових медіа, медіальний та медійний.

Проаналізовано фактори, що призвели у ХХ ст. до медіареволюції, а згодом і до формування медіакультури на початку ХХІ ст. Встановлено генетичний зв'язок, що пов'язує постмодерну культуру з новітньою медіакультурою.

Показано, що медіамистецтво, або мистецтво нових медіа, побудоване на використанні новітніх інформаційних технологій – є продуктом сучасної медіакультури, що перебуває наразі у стані свого активного формування.

Встановлено, що сучасний медіа-арт є хоч і художнім, але суто комунікативним жестом, що змінює роль автора та глядача, характер самого твору. Медіамистецтво виникає з необхідності людини подолати метафізичну самотність, викликану її граничною індивідуалізацією в умовах сучасної медіакультури, шляхом безперервної комунікації.

Доведено, що медіамистецтво має свою традицію вкорінену у художніх практиках ХХ століття таких як футуризм, дадаїзм, поп-арт та концептуалізм.

З'ясовано що нове мистецтво базується на аудіо-тактильній візуальності, характерній для всієї новітньої медіакультури, що створює віртуальний позначений інтерактивністю та тотальністю розповсюдження візуального коду, коли навіть текст починає працювати як візуальний знак. Медіамистецтво – це новітній простір візуального мислення, створений тими арт-практиками як відео-арт, нет-арт, сайєнс-арт та діджитал-арт.

РОЗДІЛ II. Медіамистецтво в контексті буття сучасної людини

1. Візуальність класичного мистецтва та медіа-арта: загальне та особливе.

На початку XXI століття візуальність стала однією з фундаментальних ознак сучасності. Інтенсивність обговорення візуалізації сучасної культури навіть дає підстави говорити про формування такої області гуманітарних досліджень як візуальна антропологія.

Російський теоретик І.Бакштейн запропонував вважати візуальність основним принципом сучасної художньої естетики, вважаючи, що на зміну епохи модерності сьогодні приходить епоха візуальності: “Візуалізувати невізуалізоване – в цьому сьогодні полягає художність” [125]. Сьогодні візуалізації піддаються всі сфери людського життя. Будь-які події, життєві ситуації – миттєво попереносяться на екран, все чого не існує в просторі екрану, в медійному просторі, – не існує взагалі. Ознаками нової візуальної естетики є “навігаційність”, “екранність”, та “інтерактивність”.

Технічні засоби репродукування образу - друк, фотографія, кіно та телебачення – призвели у XX столітті до потужного викиду візуальних образів у соціальний простір. Доступність засобів їх виробництва спричинило шалений сплеск масового кіно- та фотоаматорством. Людина виявилась зануреною у ситуацію тотальної атаки візуальних образів, їх вторгненням навіть в інтимний простір.

Одним з перших, хто замислився про зміни, що виникають у людській почуттєвості у світі з “гіпертрофованим виробництвом візуальної продукції”, був учень Гусерля і Хайдегера Г.Андерс, який ще 1956 року у своєму есе “Світ як фантом і матриця” розмірковував про вплив “потoku образів” – тиражних образів у формі листівок, постерів, журналів, фільмів та телебачення. Називаючи систему масового виробництва зображень та об’єктів “індустріальним платонізмом”, він стверджував, що глобальний

потік образів свідчить про зрощення людської суб'єктивності з виробничими силами індустріального апарату.

За Андерсом, у другій половині ХХ століття відбулося настільки тісне переплетення особистого та соціального життя з радіо, кіно та телебаченням, що більше неможливо виділяти медіа в окремішню реальність. В результаті їх постійного розвитку та функціонування відбувається злиття двох раніше розділених сфер — самого світу та художньої картини світу.

Але, якщо у 50-ті рр. Андерс говорив про виникнення нового типу людини “людини-слухача”, що “не говорить сам, адже йому немає чого сказати, він слухає і стає слухняним”[4], то на початку ХХІ століття завдяки інтерактивності сучасних медіа відбувається індивідуалізація користувачів, кожний з яких не лише має що сказати, але і отримує таку можливість. Відтепер користувач може створювати власну картину світу, населяючи її зображеннями, образами, звуками на власний розсуд. Дослідники різних сторін суспільного життя не даремно охарактеризували другу половину ХХ століття як *image-oriented* – орієнтовану на візуальний знак. Американський теоретик В.Дж.Т. Мітчелл, один з дослідників візуальності, вводить поняття “візуального повороту” (на противагу «лінгвістичному повороту»), фіксуючи у такий спосіб революційні перетворення у гуманітаристиці за останні двадцять п'ять років. Це результат дослідження візуальної: кіно, телебачення, масової культури з позицій сучасних філософських та соціальних теорій, що пояснюють специфіку “суспільства вистави” (Гі Дебор), феномен «репрезентації» та різноманітні імплікації аудіовізуальних технологій симуляції.

Про нову практику, що позначає специфіку сучасного світу, говорить і В.Флюсер. На його думку вона втілюється у проектування можливого, а не відображення наявного, як це було раніше. Якщо природні образи шукають схожості з існуючим, то “синтетичні образи” – фото, відео, кіно, і т.д. не симулюють, відображають, відтворюють дійсність, а створюють-проектують власну реальність. Тут стає можливим бачити досі неможливе, що існувало

лише у вигляді символів, понять, формул, текстів. Так, на його думку, відкривається сфера не дискурсивної філософії, а філософії, що працює з образами. “Встановлюється новий рівень свідомості. Новий уявний світ, що стоїть не “під” понятійним мисленням, а “над” ним. [233]

Флюссер наполягає, що з другої половини ХХ ст. ми можемо спостерігати новий неймовірний розвиток образності. Вона проникає у найрізноманітніші сфери людського простору існування, принципово змінюючи їх. Ця ситуація, тотальної візуалізації світу, отримала назву “іконічний поворот”, слідом за проголошеними раніше “онтологічним” та “лінгвістичним”. Іконічний поворот знаменує собою те, що світ вже більше неможливо пояснити моделлю текстуальності, тому що в ньому образ набуває такого значення, що вже ані тексту, ані тілу вже не залишається місця. “Нині все, що існує, можна перетворити на образ” – говорить Флюсер.

Сучасна культура на будь-якому зрізі свого аналізу дійсно виявляє свою закоріненість у візуальності, тоді як вербальному тексту залишається лише функція супроводу. Більше того починаючи з 60-х рр. сам текст починає працювати, як візуальний образ, знак. Пояснюючи витoki «візуального повороту», Мітчелл пов’язує їх з винайденням фото, кіно, телебачення, Інтернету, які максимально спрямували увагу людини на візуальний образ, як на такий, що не потребує вербального тлумачення. На його думку, візуалізація вповні виявилась у практиках медіа-арта, інсталяціях, перфоменсах та хеппінінгах. Відповідно, змінюється і модель світосприйняття: світ уявляється вже не як текст, як сукупність не мовних знаків, а візуальних образів. [248]

Існуюча індустрія візуальних образів все більше використовує цифрову симуляцію реальності. Вона виробляє потік зображень, де основною метою є сугестія - візуальне заміщення реальності: швидкість візуально-інформаційного потоку суцільно захоплює людину, не даючи їй шансу на дистанціювання від нього в якості стороннього спостерігача. В результаті

формується специфічний пласт культури, змонтований за принципом колажу - комбінації різноманітних зображень-знаків, перенесених з одного контексту в інший й скомпонованих так, щоб якнайкраще передати авторську інтенцію.

Колаж як художній засіб – це спосіб деконструювання та реконструювання дійсності в залежності від потреб та бажань автора. У системі, що побудована на такій комунікативній схемі, традиційний вербальний текст втрачає свої провідні комунікативні позиції. Такі науки, як семіотика та кінезика, що з'явилися у 60-х роках ХХ ст. пояснюють психофізичну властивість людини покладатися на візуальний образ як більш достовірний. Головним медіумом виступає зображення, оскільки володіє більшою інформаційною ємністю, виразністю, а, отже, й переконливістю.

Характерно, що колаж як вид мистецтва, так само як і фотомонтаж, у період їх виникнення (початок ХХ ст.) не інтерпретувалися як елітарні мистецькі техніки, не дивлячись на статусність їх творців. Це було тиражне мистецтво, орієнтоване на масового глядача саме через свою доступність завдяки мові візуальних образів, які на відміну від тексту миттєво зчитувались реципієнтом. Навіть традиційний текст у візуально насиченому середовищі починає розглядатися як візуальний ряд. Знаковим явищем у цьому плані стала поява у 30-ті рр. ХХ століття так званої візуальної поезії, де текст є смисловим елементом не лише як знакова система, але й як сукупність графічних елементів. Достатньо у зв'язку з цим згадати каліграфи Г.Аполлінера.

Як зазначає російська дослідниця В.Федотова, ідеологія сучасної культури перетворюється на імагологію (від англ. image - зображення) - сукупність основних слоганів та тез, що виражаються через зображення. Менш репресивна, ніж ідеологія, імагологія, візуалізує реальність, не тільки робить її відносною, але примушує піддавати сумніву саме її існування. [205] Імагологія послаблює фактор об'єктивації суб'єктивних значень, релятивізує їхній смисл. У сучасній культурі вона впевнено потіснила ідеологію, а разом

з нею - і реальність, яка за нею стояла. Зрештою, у людини та суспільства з'являється багато різних образів реальності, особистих картин світу, неспроможних дати певну модель пристосування до сучасної реальності.

Внаслідок цього культурні накопичення перетворюють реальність на складну комунікативну структуру. Наш повсякденний світ, як і наша свідомість, перевантажений знаками, символами, а, отже, значеннями та смислами, що єднують людей, представників спільного роду. Російський дослідник П.Родькін бачить цю сучасну реальність як своєрідний екзистенційний інтерфейс⁶: “Фактура існування видимого світу перетворюється на гігантську операційну систему. Але ми не стоїмо перед нею, а знаходимося всередині цього глобального комунікативного середовища. Наші дії, імпульси, відчуття – спровоковані цим середовищем.” [175]. На думку П.Родькіна, це середовище зрощується з нескінченністю буття, а тому його складно досягнути вповні.

Інформаційний обмін між суб'єктом та інтерфейсом відбувається всередині самого інтерфейсу, а сам суб'єкт є його частиною. Їх симбіоз означає, що рівень сприйняття залежить від рівня заглиблення у комунікативний простір. Заглибленість та циркуляція стають основними природними функціями нової реальності. “Ми вже не будемо “бачити” рекламу, але будемо існувати у просторі реклами, - зауважує дослідник.” [175]. Симулятивні образи вигаданої реальності виходять у реальний простір і починають жити в ньому, підміняючи справжні знаки.

Б.Гройс в зв'язку з цим говорить не про заміщення однієї реальності іншою, а про нарощення, примноження реальностей, з чим, на наш погляд, можна погодитись, адже досвід, який переживає людина в будь-якій з них, майже не відрізняється від будь-якого іншого, адже має таку саму почуттєву природу, і симулятивний образ впливає на нас так само, як і справжній, через ті самі канали. У процесі візуального сприйняття продуктів медіа, образи, що

⁶ Від англ. *interface* — поверхня, перегородка — сукупність засобів та методів взаємодії між елементами системи. Термін використовується практично у всіх областях науки та техніки. Його значення стосується будь-якої взаємодії сутностей. Під інтерфейсом розуміють не лише самі пристрої, але і правила (протокол) взаємодії цих пристроїв.

виникають, можуть бути розглянуті як наслідки активності у зоровій області головного мозку. Насправді їх дуже важко відрізнити від фізичних процесів простим спостереженням, як неможливо відрізнити сон або галюцинацію від подій, що дійсно мали місце. Тільки порівнюючи різні види досвіду, людина може здійснити це розрізнення.

Подібні особливості стосунків з реальністю характерні для медіакультури, що є в першу чергу екранною культурою, адже насичення простору нашого існування динамічними візуальними образами відбувається через екран. Існує велика кількість праць присвячена екранній культурі ХХ ст., досліджена і у працях вітчизняних теоретиків В.Скуратівського, Г.Чміль, І.Зубавіної. В них аналізуються проблеми, що виникають із впровадженням новітніх технологій у всі сфери життя людини, але вони майже не торкаються природи виникнення цих проблем. Зокрема в останній частині своєї монографії, що присвячена кінематографу та стосується проблематики засобів моделювання художньої реальності І.Зубавіна приходить до висновку, що “екранні технології знаходяться на шляху до абсолютизації фікції з утворенням паралельної часопросторовості, до якої залучатиметься глядач в інтерактивному режимі зі статусом співтворця і одночасно споживача артефакту. Керуючи процесом, змінюючи за власним бажанням сценарій, стосунки, рухи героїв, він одночасно стане і суб’єктом, і об’єктом, втягнутим у віртуальний простір, де остаточно втрачатиме відчуття реальності, аж до повної відмови визнати її існування. Тому на часі актуалізація креативних вимірів нових технологій, аби ввести їх можливості в поле сакрального, трансцендентального, вічного” [89, 83]. Тобто автор підходить до розуміння важливості та невідворотності процесів пов’язаних із запровадженням новітніх технологій, відчуває глобальність зрушень у свідомості людини, які вони привносять, але не зупиняється на них, адже такий розгляд передбачає запровадження новітнього інструментарію.

І.Зубавіна описує новий тип людини, що змінює свою картину світу на власний розсуд. Багато в чому цей тип людини було сформовано у 60-х

роках з розповсюдженням телебачення. Дослідниця зазначає, що це зумовило введення в обіг поняття “людина телепатична”. Поява терміну є симптомом перетворення глядача на клітину “маси, що споживає”. “Ця людина – пасивний спостерігач, який здатен сприймати умовність екрану та “включатися у переживання”, за власним бажанням вона може занурюватися у будь-який часопростір, ідентифікувати себе з героєм кінострічки, або співпереживати постраждалим від екологічної катастрофи на іншому боці планети, а може і не робити цього, просто поринаючи в медитативно-розслаблений стан перед екраном, що миготить різнобарвними картинками.” [89, 147].

Подібна ситуація, на наш погляд, виникає як реакція на надлишок інформації, що почала ставати проблемою з глобальним розповсюдженням медіа. В момент перенасичення інформацією вмикаються захисні психологічні механізми в людині і вона починає маніпулювати власною почуттєвістю лише вибірково реагуючи на інформаційні подразники - ця риса є однією з характерних особливостей нашого часу і притаманна сучасній людині “байдужість” закорінена саме у проблему перенасичення інформацією.

Початок принципово нового етапу відносин людини з екраном пов’язують з розповсюдженням пульта дистанційного керування. За твердженням відомого режисера П.Грінуея його було винайдено 31 вересня 1983 року. Цей пристрій дав змогу з ще більшою легкістю змінювати зображення на екрані, змінюючи один за одним канали та лише уривками вихоплювати візуальну інформацію. Внаслідок такої своєрідної гри кожен глядач формує власну версію екранного продукту, споживання якого трансформує, зрештою й самого глядача. Калейдоскопічність, та “кліповість” свідомості сучасної людини багато в чому сформована саме цим досвідом спілкування з екраном.

Телебачення, безсумнівно, належить до одного з фундаментальних чинників формування не лише екранної, але і сучасної культури взагалі.

Воно, безперечно, не здає своїх позицій, постійно розширюючи свою аудиторію та можливості впливу на неї, проте з появою та розповсюдженням новітніх медіа, нових телекомунікаційних властивостей мобільного зв'язку, мережі Інтернет, телебачення виявляє залежність від цих нових можливостей та принципів функціонування сучасної культури, почавши активно виходити у простір реального буття людини.

Існування людини поза медіапростором стає сьогодні все менш можливим через владу, яку набуває над нею тотальна і всюдисуща візуальність. Візуальний простір легкий для освоєння завдяки своїй почуттєвій природі. Візуальні образи краще запам'ятовуються та зберігаються у пам'яті протягом тривалого часу. Інтерпретація отриманого візуального образу відбувається рефлексивно, в ситуації неможливості дистанціюватися від нього, припинити саме бачення. У такому середовищі медіамистецтво – це своєрідний, прихований, бунт проти візуального диктату, адже, використовуючи ті ж самі методи і технології, агенти медіапростору з необхідністю унаочнюють й негативні тенденції та наслідки такого неосмисленого, рефлексивного споживання. Саме завдяки природі візуального образу, його інтерпретація залежить від контексту в якому він відтворюється і людина може обирати контекст у якому зчитувати його. Відтворюючись кожен раз в новому контексті один і той самий образ має властивість змінюватись разом із ним, викликаючи все нові й нові асоціації.

За теорією американського психолога Р.Арнхейма, образи у нашій свідомості виникають внаслідок зорового відчуття. Ми бачимо фізичні об'єкти, але їх образи для нас мають більш універсальне значення: наші думки, вигадки та фантазії є нічим іншим, як почуттєвими образами, які не обов'язково є результатом присутності фізичних об'єктів. [223]. У традиційному мистецтві образ – це завжди щось більше, ніж просто візуальна інформація, він передбачає знання реципієнтом контексту, передумов його виникнення, а також потребує для свого осягнення всього почуттєвого досвіду реципієнта, а, отже, багато в чому залежить від нього.

За останні 20 років медіа-арт, тобто мистецтво нових медіа, засноване на використанні новітніх інтерактивних медіатехнологій – стало невід’ємною частиною актуального мистецького середовища, хоча входження його у загальний контекст мистецтва супроводжується значною критикою з боку традиційно налаштованих реципієнтів. Здебільшого це пов’язано з його візуальною домінантою, яка попри надактивний вплив на людину, що його сприймає - не опосередкована образом, певним відбитком дійсності, художнім концептом як програмою сприйняття.

Візуальний сигнал, вільний від напередвизначеності концепт-ідеєю автора, стає запитом до цілої людської почуттєвості: вибір її малюнка – за реципієнтом. Він диктується його психологічною установкою, досвідом естетичної діяльності, а головне, мірою прагнення до самореалізації. Звідси і власна навігація відносно твору, індивідуальна модель його сприйняття та внутрішнього дешифрування.

На думку теоретиків, медіамистецтво працює з так званими “комунікативними образами”. Російський дослідник та історик кіно О.Аронсон зазначає, що комунікативний образ виникає як “чарівний помічник”, що приходить кожного разу, коли ми відчуваємо обмеженість нашої здатності говорити про образи сучасного світу, принципово медійні, надшвидкісні, такі що повсякчас вислизують, про образи, фіксація яких в якості об’єктів є згубною, оскільки в цей момент втрачається дещо суттєве в самому їх функціонуванні – протейчність, множинність, гетерогенність. О.Аронсон переконаний, що ці образи існують до тих пір, поки вони не зафіксовані в уявленні, до тих пір, поки вони впливають у якості тих, що вже зникли. Як тільки вони зафіксовані, описані, представлені, то стають іншим об’єктом – зображенням. Первинна процедура відділення образу від зображення – перший крок до образу, про який йде мова, який впливає, діє, не зображуючи” [11, 8] Саме такий образ виникає в медіамистецтві, через що дуже важко піддається аналізу. Можна погодитись з О.Аронсоном, що комунікативний образ відкриває деякий додатковий вимір у звичному

раціоналізованому просторі, коли більш суттєвим стає не передача повідомлення, а її переривання, не декодування знаків і не розшифровка смислів, а навпаки – чутливість до знакового потоку, нехай і в його абсолютній безглузді. “Це повідомлення приходить не з розуміння почуттєвого сприйняття і не направлене на нього – стверджує дослідник – це повідомлення, що приходить від образів, які ще не стали мовою, ще не засвоєні розумом або почуттєвістю. Це або забута, а бажана мова спільності.” [11, 10]

Таким чином, комунікативний образ, що створюється у медіамистецтві, не працює на цілісне сприйняття, зрештою це і неможливо, враховуючи його природу - він звертає увагу реципієнта на контекст, у якому відтворюється те чи інше зображення. Описуючи цей новий образ ми можемо застосувати поняття, запропоноване ще на початку ХХ століття визначним російським літературознавцем В.Шкловським, який говорив, що “метою мистецтва є дати відчуття речі, як видіння, а не як впізнавання; а прийомом мистецтва є прийом “унезвичаєння” (остранение) речі причому ускладненої форми, такої, що збільшує важкість та тривалість сприйняття”. Він вважав, що сприймальний процес у мистецтві є самоціллю та має бути подовжений; для нього мистецтво є спосіб пережити створення речі, а створене у мистецтві не є важливим.(...).Речі, сприйняті декілька раз, починають сприйматися впізнаванням: річ знаходиться перед нами, ми знаємо про це, але не бачимо її і не можемо нічого про неї сказати.” [213] На думку автора, мистецтво допомагає нам подолати цей “автоматизм сприйняття”, даючи незвичний погляд на речі, а отже і їх дійсне проживання. Не дивлячись на те, що В. Шкловський був одним з фундаторів формальної школи у літературознавстві, і зазначена цитата стосується більше поетичної практики ніж візуальних мистецтв – його думка виявляється надзвичайно плідною для розуміння сучасних художніх процесів. Якщо на початку ХХ століття Шкловський бачив головну загрозу для людини, у безсвідомому автоматичному сприйнятті звичних речей та предметів, яку вона долала за допомогою

мистецтва, - то на початку ХХІ століття головною проблемою є перенасичення людини інформацією та маніпуляції з нею. Проте, цілком можливо, що секрет подолання нової загрози може бути той самий: “унезвичасня”, адже медіамистецтво у більшості випадків пропонує незвичний, альтернативний, критичний погляд на оточуючу дійсність та техногенні процеси, виявляючи загрози, які в них приховані, та виховуючи у людини критичне ставлення до всього що вона бачить та чує у медіапросторі.

Такий підхід – є необхідною умовою виживання людини в умовах медіакультури. Адже ілюзія достовірності, яку викликають сучасні засоби масової інформації – надзвичайно легко вводять людину у психологічно нестабільний стан. В теорії інформаційних технологій це називається “постінформаційною травмою свідомості” – яка є результатом сприйняття без розуміння. Вона заключається у травматичному ефекті, розколі між органами чуття, що сповнюються образами і знаками та інтелектом, який не здатний їх перетравити. У зануреної в сучасний медіапростір людини послаблюється здатність розділяти інформацію за ступенем важливості. Повідомлення про авіаційні катастрофи, наступ національно-визвольних сил у В’єтнамі, революції, страйки, глобальне потепління – швидко змінюють одине одне, заважають людині вдумливо оцінювати ситуацію та робити судження. За таких умов розумовий процес сортування, що в звичних умовах сприяє осмисленню інформації, не в змозі виконувати цю функцію. Мозок перетворюється на решето, у яке щогодини вливається певна кількість інформаційних повідомлень, лише незначна частина яких виявляється дійсно важливою.

Медіамистецтво стає фактором культури, що допомагає в адаптації людині до медіапростору, формуючи в неї навички критичного ставлення до інформації яку вона сприймає, ці навички їй необхідні для осмисленої комунікації всередині медіакультури .

Медіамистецтво існує у безмежжі можливостей комунікативних технологій, що надають художнику небачену свободу пошуку та постійного

експериментування. Але воно не просто розчиняється у свободі можливостей, яку дають ці технології креаторам, а скоріше, унаочнює загрози, які вони у собі приховують. Отриманий медіапродукт, у свою чергу, має надзвичайно високу міру свободи, стриманої лише тим, що семіотична природа візуальних знаків попри всю їх змістову ємність окреслює межі їх повноважності. Кожний канал отримання інформації пропонує свій тип зв'язку знаків та дійсності і свої закони співвідношення знаків – принципово інакший тип “граматики”. Та як зазначає У.Еко, “повідомлення з естетичною функцією виявляється неоднозначним, перш за все, по відношенню до системи очікувань, яка і є код” [220, 79]. Неоднозначність примушує нас шукати один з варіантів інтерпретації з низки можливих. Ця неоднозначність, невизначеність особливо значуща у просторі візуальних знаків. У.Еко підкреслює відсутність у випадку візуального знаку його наперед заданого коду, адже, якщо у вербальному тексті використовуються готові знаки, то у випадку візуального тексту ці знаки слід попередньо створити. Ми знаємо слово ще до того, як зустрінемо його в тексті, тоді як в ситуації з візуальним знаком нам не обов'язково потрібно вже знати його, аби декодувати - ми можемо “зчитувати” їх асоціативно або контекстуально, що дає досить великий люфт свободи, але в той же час візуальне повідомлення зберігає свою першочергову комунікативну функцію.

На тих самих позиціях стоїть і Р.Барт коли говорить, що “в ситуації з візуальною мовою знаки іконічного повідомлення не черпаються з деякої комори знаків, вони не належать якомусь певному коду, в результаті чого ми опиняємося перед обличчям парадоксального феномену – перед обличчям повідомлення без коду” [13, 22] П. Пазоліні висловив цю ж думку говорячи, що якщо діяльність письменника – це чисто художня діяльність, то діяльність автора фільму – творчість спочатку лінгвістична, а потім вже художня. І з ним важко не погодитись.

У.Еко вважає візуальні знаки “слабкими”, візуальний знак відповідає не слову, а цілому висловлюванню, тому його важко розкласти на складові.

Вербальні коди зберігаються незмінними, а візуальні кожний раз змінюються. Тому комунікація можлива лише за умови перекладу – у нашому випадку візуальної мови на вербальну. Як зазначає К. Леві-Строс, “ ..знаковій системі властива трансформованість, інакше кажучи, переклад, за допомогою заміщень на іншу мову іншої системи.” [122, 57] Отже виходить, що знакова система видима лише з позицій іншої знакової системи.

Свого часу Ю.Лотман писав про «неперекладний залишок» між текстами, створених в рамках різних каналів комунікації. Але він при цьому зазначав, що візуальний знак більш символічний, адже він може “подорожувати” як у просторі, так і в часі, та бути з тією чи іншою мірою відступу проінтерпретованим представниками різних культур і в цьому сенсі порівняно з вербальною мовою він є універсальним.

Ю.М.Лотман також наголошував на тому, що ми живемо тотожністю знаку та образу і реагуємо на нього символічно. В основі цього складного процесу людської психіки лежать особливості візуального сприйняття та здатність до візуального мислення. Як психологічно навантажена складова пізнавального процесу, візуальне мислення є одним з видів мовленнєвої діяльності, що має свої структуру та особливості перебігу. Специфічними є також механізми його реалізації, результати та детермінанти регуляції. Його продуктом є новий, особливий візуальний образ – образ-концепт, який складає основу візуально-мисленнєвої і загальної креативності, у зв’язку з чим візуальне мислення постає продуктивним, творчим процесом.

Першою формою становлення будь-якої психічної функції людини є продуктивний, творчий процес, що забезпечує побудову у індивіду динамічного образу світу культури в його загальності та універсальності, а також формування способу існування індивіду в цьому світі як багат шаровому проблемному полі історичної предметності, що постійно розвивається. Сучасні ком’ютерні технології, що їх використовують медіамитці сповнені візуальності – через статичні й динамічні графічні

зображення. Вербально-логічне мислення в комп'ютерному просторі, хоч і залишається домінуючим, але зазвичай саме візуальне мислення стає творчою базою. Активне використання графіки і мультимедійних засобів у комп'ютерних технологіях стимулюють, передусім, розвиток візуально-образного мислення, яке “не лише схоплює діалектичне протиріччя почуття та розуму, але й ідеально конструює найрізноманітніші варіанти його вирішення” [85]. В медійному середовищі саме такий вид мислення виявляється найбільш продуктивним, адже “нове у людині суспільній - як зазначає В. Кудрявцев - може бути лише продуктом її власної активності, коли вона виходить не лише за рамки тих систем знань, вмінь та навичок, що склалися у неї, але і за межі вимог вихідної проблемної задачі, ставить нові цілі та проблеми. Окремо від “фактора” творчості неможливо зрозуміти природу психічного розвитку. Цей "фактор" складає загальний механізм, що його рухає.” [115] Візуальне мислення зберігає риси продуктивного творчого процесу. За твердженнями психологів його продуктом є високорухливі, конструктивно активні, категоріально гнучкі, оригінальні, емоційно забарвлені образи-концепти. Візуальне мислення, що має такі характеристики, може слугувати основою продуктивної пізнавальної активності, підґрунтям якої є пізнавальні потреби, а вищим рівнем розвитку якої є потреби у творчості та творчій самореалізації”

Отже, коректним є висновок, що візуальна домінанта сучасної культури провокує людей до творчої активності, а доступний інструментарій продукування образів створює простір для реалізації цієї активності. Це пояснює той факт, що медіамистецтво у більшості випадків є мистецтвом аматорів.

Та ключовими для теоретиків візуальної культури є сьогодні питання про те, чи виступає візуальний образ провідником смислів, що не піддаються вербалізації, чи обов'язкова лінгвістична опосередкованість для вираження нашого візуального досвіду, наскільки візуальна мова є автономною по відношенню до вербальної мови, що таке “образ” у новій мистецькій

парадигмі, як він функціонує та в якій мірі розвиток візуальних технологій відбивається на сутності візуальних практик? Поки що всі ці питання залишаються відкритими.

В сучасній культурі, як культурі візуально орієнтованій, широке розповсюдження візуальних образів, знаків та можливості їх неоднозначного прочитання формують у реципієнта його власну картину світу, яка може суттєво відрізнятись від дійсної реальності. Медіа-арт – продукт сучасної культури – є надзвичайно пластичним феноменом, що, користуючись візуальним кодом культури та інтерактивною інтенцією медіатехнологій, ніколи не залишається сталим, змінюючись в залежності від загального контексту культури або контексту особистого досвіду реципієнта. З іншого боку, візуальний знак, яким безперечно користується медіамистецтво, є універсальним завдяки можливості бути скільки завгодно проінтерпретованим тим чи іншим чином. Цим він відрізняється від вербального знаку, що при будь-якому багатстві свого семантичного поля має пряму залежність від нього, а, отже, в цьому розумінні і певну обмеженість.

Таким чином, візуальність медіа-арта суттєво відрізняється від візуальності традиційних мистецтв, де художній образ формується автором. Медіамистецтво також має справу з образом, але він виникає лише у процесі взаємодії реципієнта із твором. Завдяки інтерактивності – можливості впливати на твір в реальному часі – глядач завжди отримує новий варіант твору, фактично стаючи співавтором, а, отже повтворити такий твір двічі неможливо, як і увійти в одну й ту ж воду.

2. Трансформації свідомості та структури повсякденності під впливом медіа

В межах писемної культури людина – це істота, що наділена свідомістю, розумом, мовою, та іншими здатностями. Але зміна комунікаційних посередників та переважання аудіовізуальної форми комунікації передбачають у неї культивування інших, ніж просто інтелектуальні, здатностей. Звичайно, через зміну способу та якості отримання інформації людина не змінює своєї сутності, але зазнає значних трансформацій в усвідомленні себе та ставленні до оточуючої дійсності.

Сьогодні теоретики говорять про кінець ідеї людини, і мова тут йде не про заміну фундаментальних, традиційно пов'язаних з нею понять, а про їхню невідповідність її дійсному стану в нових умовах суспільного буття. Вічні ідеї та гуманістичні установки минулих століть втрачають свою онтологічну визначеність, вони зникають з переліку універсальних цінностей. Звідси і тлумачення сучасної епохи як “постантропологічної” для якої “характерна відмова від ідеї людини як носія розумного, а також моральних, соціальних та культурних цінностей, що виступають мірилом оцінки всього суцього”. [148] Усі ці процеси не в останню чергу пов'язані з розвитком технологічного інструментарію, що розширив фізичні можливості та межі сприйняття людини.

Як вже зазначалося, першим медіа, що суттєво вплинуло на самоусвідомлення людини та призвело до незворотніх змін соціокультурного простору, була книга, що, на думку Маршала Маклюєна, стала першим товаром масового виробництва. Поява друкованої Біблії спричинила процеси, що призвели до реформи всієї церковно-релігійної системи, адже відтепер будь-яка писемна людина отримувала доступ до релігійного знання, а отже не потребувала посередництва церкви для його трактування. Наступним революційним медіа стали періодичні видання - газети, що завдяки своїй мобільності призвели до формування єдиної уніфікованої мови

на певній території, що в результаті зрештою стало вирішальним при формуванні націй та національних держав.

З цим важко не погодитись, але на сьогоднішній день зрозуміло, що такі засоби комунікації як книга та газета – призвели до демократизації знання, що стимулювало появу сучасних складних технічних пристроїв, за допомогою яких створюється, фіксується, передається та сприймається повідомлення. Комунікація, що здійснюється сьогодні за їх посередництва – є візуальною, саме вона є головною характеристикою сучасної орієнтації культури, в межах якої продукується незліченна кількість зображень, образів та візуальних симуляцій. Тотальний наступ цієї культури відбувається завдяки медіа, що мають візуальну природу.

Першим медіа, в сучасному розумінні цього слова можна вважати фотографію. До її появи як до способу фіксації зображення поставились досить суперечливо: мало хто вбачав у цьому технологічному прориві художнє майбутнє. Таке відношення дуже важко, та все ж поступово змінювалось на користь визнання можливостей фотографії як виду мистецтва, що зараз вже не викликає жодних сумнівів. Проте Р.Барт, у своєму відомому есе “Camera Lucida”, наголошував на її зовсім іншій, на набагато більш значущій функції. Барт вважав, що ноєма фотографії полягає у достовірній фіксації минулого: “...те, що я бачу на фотографії, не є фантазією, вигадкою, відтворенням, які в надлишку нам постачає мистецтво, але реальністю в її минулому стані, одночасно і минулою і дійсною.” [13]. Справді, той факт, що фотографія несе в собі функцію фіксації дійсності, є безсумнівним, і саме він є принциповим для нашого дослідження.

Поява фотографії стала феноменом, який у своїй можливості фіксації дійсності досяг свого апогею. Протягом багатьох століть людина прагнула схопити реальність, зафіксувати її максимально точно проте жодний художній твір, яким би він не був реалістичним, не може зрівнятися з найпримітивнішою фотографією, коли мова йде про фіксацію дійсності. І справа тут не у схожості з натурою, а про опосередкованість створення

зображення (фотографічним пристроєм – камерою) і про те як воно через цю свою властивість сприймається реципієнтом. Фотографія, навіть художня, що, крім фіксації, має своє специфічне творче завдання – все одно залишається документом, тоді як будь-який інший художній твір, скажімо, живопис, рисунок є лише продуктом творчої уяви митця, навіть у випадку коли він пише його з натури.

За маленький проміжок часу, починаючи з появи першої фотографії Н'єпса до винайдення стрічкопротяжного механізму, людина навчилася фіксувати дійсність з абсолютною достовірністю. Якщо подія зображена на плівці, ніщо не може переконати нас у тому, що насправді цього не відбувалося, адже фотографія, маючи своїм посередником “об’єктивну” плівку, була і залишається єдиним достовірним доказом існування минулого у об’єктів, та обставин їх перебування у реальності людського буття. Як зазначає Р.Барт: “...до появи фотографії ніяке зображення не могло запевнити мене в минулому речі інакше, ніж через систему опосередкованих ланок; але зараз – писав він – моя впевненість набула безпосереднього характеру, і ніхто у світі не здатний позбавити мене цієї впевненості. Таким чином, фото стає для мене дивним медіумом, новою формою галюцинації, неправдивою на рівні сприйняття та істинною на рівні часу, адже з одного боку “цього там немає”, а з іншого – “але це там дійсно було” [13, 170-171].

В результаті своїх роздумів Барт приходять до висновку, що з появою фотографії все перетворюється на зображення. Світ більше не сприймається безпосередньо та цілісно, людина розкладає його на окремі картини світу – певні метазображення, кожне з яких вона може привласнити. В цьому твердженні його підтримує американка Сюзан Зонтаг коли говорить, що “перепарафразуючи Маларме, можна сказати, що все у світі існує для того, аби бути зображеним на фотографії.” [87] Зонтаг фіксує появу у людини специфічного “фотографічного світосприйняття” як такого, що характеризується невизнанням послідовності і взаємозв’язку між подіями і явищами та водночас надає кожному зафіксованому моменту деякої

таємничості та багатозначності.

У 30-ті роки ХХ століття угорський живописець, фотограф та теоретик мистецтва Ласло Мохой-Надь зафіксував зміни, у сприйнятті, що з'являються з появою фотоапарату: “Фотографічний апарат надав нам неймовірні можливості, які ми лише починаємо оцінювати. Навіть сучасний об’єктив у відношенні до розширення поля зору, вже не пов’язаний тими вузькими межами, які диктує нашому оку його фізична будова. Лише зовсім нещодавно наше око стало настільки розвинутим, що отримало здатність засвоювати ці нові, продиктовані фотографією відношення” [121, 26], Але, пристосовуючись до нового технологічного інструментарію на фізичному рівні, людина з необхідністю змінює і себе, своє ставлення до дійсного. Хоча насправді, фотографія дуже мало допомагає його зрозуміти, адже пізнання, засноване на фотографічних образах – це лише видимість пізнання, так само, як процес фотографування – видимість придбання, привласнення речі, явища, людини.

Фотографія, змінила ставлення людини до дійсного світу через можливість документально зафіксувати оточуючу дійсність і у такий спосіб остаточно виокремити себе з неї. Це стало першим кроком людини на шляху до створення автономно існуючої паралельної реальності.

Суттєвий вплив на подальшу трансформацію свідомості людини та структуру її повсякденності, спричинило виникнення кінематографу. Кіно, винайдене братами Люм’єр і генетично пов’язане з фотографією, насправді дуже далеке від головної, як вважав Р.Барт, ноєми фотографії - “це було”. Рухливість картинки відкрила шлях до створення ігрового кіно - відтоді людина отримала можливість не тільки створювати, але й розгортати у часі паралельну реальність, де події розгортаються згідно з вимогами сценарію.

З реальністю кіно знаходиться у зовсім інших стосунках, ніж фотографія. Нерухомість, статичність фото являє собою результат перверсивного змішування реального та живого. Запевняючи, що предмет існував, фотографія тим самим примушує вірити, що він іще живий, але,

зсуваючи реальне в бік минулого (“це було”), фотографія натякає, що воно вже мертво.

Історично фотографія виникла як мистецтво особистості: її ідентичності, громадянського статусу. В цьому розумінні, з феноменологічної точки зору, кіно з самого початку відрізняється від фотографії: через свою “вигаданість” воно змішує дві позиції - “це було” для актора і “це було” для його ролі. А, отже, картинка на екрані починає “жити власним життям”.

Французький філософ Ж.Дельоз, зазначав, що кіно ацентричне, оскільки кінематографічні образи вже не вибудовуються навколо якогось особистого досвіду і власне не є його продуктом. На його думку, з винайденням кіно “вже не образ стає світом, а світ – стає власним образом” [74]. Людина почала вписувати його картину у свій власний досвід, створюючи власний світ, тоді як раніше її роль зводилася до того, аби знайти своє місце у запропонованій картині світу.

Кінематограф примушує людину повірити у те, що насправді є результатом фантазії сценариста та майстерності режисера. Цей вид мистецтва розгортається у часі, тоді як його простір є повністю ілюзорним: в кіно, як і в реальному житті, є можливість руху, але цей рух, проектуючись на двомірну площину, створює лише ілюзію простору.

Разом з тим кіно використовує для передачі ілюзорності простору всі прийоми живописних та фототворів (ракурсні та перспективні скорочення, світлотіньові ефекти і т.п.). Воно має у своєму розпорядженні ще один простір, який недоступний будь-якому іншому виду мистецтва: простір, створений технікою розкадрування, завдяки чому стає можливим ефект присутності та бачення глядачем ситуації зсередини. Описуючи техніку розкадрування, французький режисер Рене Клер зазначав: “Глядач, який здалека бачить автоперегони, неочікувано опиняється під величезними колесами однієї з машин, слідкує за газометром, бере до рук кермо. Він стає актором і ловить поглядом дерева, що падають, як підкошені, на поворотах.”

[159, 112]. Такий погляд на простір “зсередини” – прийом специфічно кінематографічний, який робить умовне зображення надзвичайно реалістичним і примушує в нього вірити.

Кінематограф дав змогу людині створити паралельну реальність, в якій можливо все, яка існує автономно, окремо від дійсного світу, творцем якої є сама людина. Проте цю реальність неможливо змінювати, вона розгортається лінійно і у чіткій, заданій авторами, послідовності, тому змінити її після завершення процесу створення неможливо. Справжня революція свідомості відбувається тоді, коли технологічна досконалість медіа дозволяє маніпулювати образами на екрані, тобто коли виникає феномен інтерактивності.

Запровадження цифрових медіа внесло значні переформування у всій системі культури, що зрештою призвело до появи віртуальної реальності. Віртуальна реальність – це реальність, народжена можливостями нових медіа. Категорія “віртуальності” існує як паракатегорія неklasичної естетики і виводиться через опозицію субстанційності та потенційності: віртуальний об’єкт існує, хоча і не субстанційно, але реально. І з цього моменту, як зазначав Жан Бодрійяр: “починається нова ера: все, що звичайно існувало на землі, як метафора, як ментальна чи метафорична сцена, віднині переноситься у реальність без будь-якої метафори зовсім, в абсолютний простір симуляції”

Віртуальна реальність породжує і новий простір буття – кіберпростір (за М.Хаймом). Це – ментальна карта інформаційних ландшафтів в пам’яті комп’ютера, а у поєднанні з програмним забезпеченням – спосіб антропологізувати інформацію, надавати їй топологічну визначеність, аби людина змогла у звичний спосіб оперувати даними як речами, але на гіперфункціональному рівні, який можна порівняти з магією. Віртуальність і кіберпростір мають пробуджувати уяву і давати можливість подолати екзистенційну обмеженість реальності.

Кастельс говорить про принципову відмінність теперішньої віртуальності від тієї, яка існувала до появи глобальної мережі Інтернет, яка полягає у тому що, змінився сам характер віртуальності – з’явився специфічний простір, який спеціалізується на переході всього і вся у віртуальний стан. Віртуальність виступає як реальне місцеперебування реальних явищ. Таким чином, формується принципово новий, не існуючий дотепер тип символічного існування людини, культури та соціуму, який між тим, сприймається як цілком реальний. Більше того, він і є реальним, адже по суті являє собою розширення простору людського існування, причому не лише індивідуального, але і колективного.

Проаналізувавши еволюцію основних етапів розвитку медіа, які принципово змінюють світовідчуття людини можна зобразити їх у вигляді наступної таблиці:

Період виникнення	Вид медіа (тип носія інформації)	Тип сприйняття твору аудиторією	Особливості функціонування медіатвору	Модель ставлення до дійсності	Властивості зображення
перший - II половина XIX ст.	фотографія (плівка)	індивідуальний перегляд	нескінченна можливість відтворення знімається опозиція копія-оригінал	фіксація дійсності	статичне
другий - XX ст.	Кіно (плівка)	масовий перегляд	нескінченна можливість відтворення	наслідування дійсності	динамічне
Третій –	“нові медіа”	глобальність	миттєвість	створення	інтерактивне

сучасний - з 80-х років XX ст.- початок XXI ст..	(цифрові можливості)	розповсюдження та індивідуальна інтерпретація твору кожним реципієнтом. Відтворюється щоразу в іншому контексті, на іншому носії, і т.п.	створення, відтворення та передачі образу	альтернативної, автономної реальності, в якій може існувати людина	, передбачає можливість впливати на нього
--	----------------------	--	---	--	---

Ми умовно виділяємо три етапи розвитку медіа. Кожний етап характеризується появою певного виду медіа: фотографії, кіно і новітніх цифрових технологій. Звичайно, запропонований поділ є умовним, адже розвиток медіа – це досить складний процес, що не має чіткої хронологічної послідовності, адже різні види медіа не просто замінюють один одного, а продовжують існувати паралельно. Та все ж ми можемо говорити про етапність еволюції технічних засобів та певні тенденції впливу саме цих трьох наведених видів медіа на розуміння людиною реальності, та її відчуття у ставленні до дійсності. Зміни що відбуваються з людиною, спричинені глобальним розповсюдженням “нових медіа” на сучасному етапі їх розвитку відображуються не лише на психологічно-емоційному стані людини, її свідомості, але і вносять зміни до розуміння фундаментальних категорій фізики таких як час та простір, що свідчить про глибинність та незворотність цих змін.

В результаті втручання медіа у повсякденний побут людей змінюється розуміння простору. Традиційно на поняття простору спирається на поняття протяжності. Протяжність певного об’єкту виражає структурність та взаємодію його частин, як цілого. Виявляє себе протяжність завдяки місцевості – швидкості розповсюдження взаємодії – так наприклад, для “руху” з безкінечною швидкістю будь-які відстані однакові, через те, що

перетворюються на точки. Тому протяжність обумовлена системою природної матерії, виражаючи її багатоякісність та багатоаспектність.

Спостерігаючи за темпами розвитку технологій, та швидкістю з якою інновації входять у повсякденне життя, теоретики говорять про те, що ключовою категорією сучасного світу виявляється швидкість.

Наш світ розвивається експоненціально. У 1965 році Гордон Мур – один із засновників компанії Intel - висловив своє емпіричне спостереження, яке заключалося в тому, що кількість транзисторів на кристалі буде подвоюватися кожні 24 місяці, так з'явився Закон Мура, що дозволяє сьогодні максимально точно прогнозувати розвиток сучасних технологій. Отже, кожен новий виток технології дає можливість створити ще більш досконалу технологію, але вже більш дешевшу та більш доступну, що сприятиме її розповсюдженню. Зрештою, ми приходимо до експоненційного росту – що означає зростання величини у геометричній прогресії, яка зростає зі швидкістю пропорційною до її значення. Фактично, це означає, що розвиток цивілізації прискорюється зі швидкістю, що обмежується лише швидкістю світла. Найбільш неймовірно сьогодні те, що цей ріст відбувається не лише у області електроніки, але і у всіх областях, що використовують досягнення сучасних комп'ютерних технологій, більше того швидкість з якою вони розвиваються є сталою, а отже і передбачуваною. Майбутнє не лише надто швидко перетворюється на минуле, воно стає передбачуваним та прогнозованим. Теперішнє вже зараз включає в себе всю потенційність майбутнього.

Звичайно це не може не змінити сприйняття людиною до однієї з фундаментальних категорій, категорії часу, яка традиційно базується на понятті тривалості. Тривалість виражає нетворимість та незнищенність системно організованої матерії, послідовне перебування матеріальних об'єктів та явищ в певних станах. [109] Спираючись на це, можна дати таке визначення простору: простір – це відношення взаємозв'язку об'єктів, співіснуючих в деякий момент часу. А час - це відношення послідовності

об'єктів, що існують в деякій точці простору. Ці дві категорії неподільні і є невід'ємними характеристиками реальності.

Починаючи з моменту винайдення фотографії людина може судити про властивості зафіксованих об'єктів, яка відображає структуру, а потім і протяжність (відносні розміри) цих об'єктів, їх положення відносно один одного. Фотографія фіксує просторові якості об'єктів, але не здатна зафіксувати їх протяжність у часі. З винайденням кіно, ми отримуємо таку можливість. Дивлячись на кіноекран, де образи послідовно змінюють один одний – ми можемо судити про часові характеристики зображених на кінострічці подій. Легко побачити, що поняття часу та простору на перших двох етапах розвитку медіа технологій - винайдення фотографії та розвитку кіно - ще не змінили уявлень про ці категорії, проте унаочнили їх.

З винайденням та запровадженням сучасних віртуальних технологій на третьому етапі еволюції медіа у людини принципово зміниться відчуття часу та простору, її світовідчуття. Іспанський соціолог, один з провідних дослідників постіндустріального суспільства М.Кастельс говорячи про нову комунікативну систему сучасного глобалізованого суспільства доводить, що вона докорінним чином трансформує простір та час та вносить незворотні зміни в ці основні параметри людського життя. Нове інформаційне суспільство за Кастельсом, виникає “коли (і якщо) спостерігається структурна реорганізація у виробничих відносинах, стосунках влади і стосунках досвіду. Ці зміни призводять до однаково значних модифікацій суспільних форм простору та часу і до виникнення нової культури” [101].

В новій комунікаційній системі час розмивається: минуле, майбутнє та теперішнє можуть бути запрограмовані для взаємодії один з одним в одному і тому самому повідомленні. Таким чином, ми втрачаємо єдність часу та простору, внаслідок чого час втрачає свою лінійність, а простір визначеність. Руйнується картина світу, що заснована на лінійних причинно-наслідкових зв'язках. Натомість ми отримуємо принципово нову суспільну організацію,

що базується на комунікації, що долає межі часу та простору та культивує ризоматичне мислення.

Дійсно, виникнення та впровадження різноманітних медіа спричинили прискорення цивілізаційних процесів, що принесло за собою зміни у відчутті людиною часу та простору. Не секрет, що швидкості на яких існує сучасна людина є надзвичайно високими у порівнянні з тими, що були навіть століття тому і вони постійно пришвидшуються вносячи складність у розуміння минулого, теперішнього та майбутнього. Пам'ять, що дана нам як зазначає А.Бергсон, як певна тривалість, що поєднує у собі минуле та майбутнє в теперішньому – вона “являє собою пам'ять, але не пам'ять особистості, зовнішньої по відношенню до того, що вона утримує, і відмінною від минулого, чиє збереження вона утврджує; ця пам'ять внутрішньо належить самій зміні, пам'ять, що продовжує “перед” в “після” і не дозволяє їм бути чистими миттєвостями, що виникають та зникають у вигляді постійно відновлюваного теперішнього”. [25, 41]. Російський дослідник К.Шевцов говорить про пам'ять як про “спосіб проявлення деякого “абсолютного часу”; це час, що заповнює проміжки всіх миттєвостей і всіх часових станів, воно є продовженням попереднього в тому, що буде і одночасно неперервний перехід всіх миттєвостей і всіх часових станів.” [211, 22] Народжений пам'яттю простір надзвичайно складний, адже вбирає в себе безкінечну кількість різноманітних асоціацій, ігор знаків, посилянь, які детермінують образ минулого у майбутньому, на основі чого формується нове ризоматичне мислення. Сучасна людина, що сприймає світ опосередковано, через медіа – розширює завдяки майбутньому простір теперішнього, але при цьому часто або губить зв'язок з минулим, або реконструює його виходячи з власного унікального індивідуального досвіду буття у сконструйованому нею за допомогою технічних посередників медіально-віртуальному світі, який, між тим, є для неї цілком реальним. В результаті, кожен з користувачів формує власний образ реальності та надає йому такого значення, що внаслідок цього руйнується простір спільної

пам'яті, натомість виникає спільність максимально індивідуалізованих особистостей, що вибудовують свій світ досягаючи порозуміння шляхом безперервної комунікації, фактично це означає що ми щодня, щохвилини творимо його згідно з власними уявленнями.

Віртуальний простір суттєво змінює структуру повсякденного буття людини надаючи їй максимум можливостей для комунікації. При використанні сучасної телекомунікаційної інфраструктури інформація циркулює у транскордонному просторі, що дозволяє людям вступати в комунікацію, обходячи обмеження у часі та просторі. Але ця комунікація з необхідністю передбачає постійного процесу створення нової інформації. В певному розумінні, у віртуальному просторі присутні лише ті користувачі, які активно продукують власний продукт у вигляді текстів або візуальних образів. І якщо кількість “читачів” у певний момент перестане збільшуватися, то кількість тих, хто створює повідомлення – “авторів” – може збільшуватись до тих пір, поки не стане рівною кількості реципієнтів.

Людина опиняється в ситуації, коли така форма комунікації стає однією з важливих, а інколи і необхідних ланок її соціалізації та повноцінного буття. Через що виникає постійне прагнення комунікації, прагнення бути присутнім у публічному комунікаційному полі та можливість миттєво реагувати на будь-яку інформацію у цьому полі - превалюючою формою спілкування стає діалог, а не монолог, тому масова комунікація як засіб “соціального зчеплення” і фактор соціальних інновацій на суспільному рівні починає відігравати все менш значну роль, ніж комунікаційна взаємодія на індивідуальному рівні.

Людина, що знаходиться в цьому новому комунікаційному просторі завдяки різноманітним медіа та їх інтерактивності формує власний простір, де категорії як часу так і простору, позбуваються з об'єктивних характеристик реальності, перетворюючись на суб'єктивний досвід. Цей простір структурується через міжлюдську комунікацію, опосередковану медіа. Для того щоб це зрозуміти достатньо розглянути таке поняття як

одночасність. Оцінити одночасність ми можемо лише через комунікацію як узгодження цілісної системи. Саме комунікація надає нам ті чи інші події як одночасові чи розведені у часі. Однак швидкість комунікації кінцева і залежить від специфіки системи що розглядається. Тим самим комунікація структурує час, задає особливості протікання часу у системі.

Така комунікативна революція, заснована на медіа – породжує просторово-часову анізотропію світу. Поява Інтернету примушує нас зрозуміти та осмислити появу нових можливостей для комунікації на нових швидкостях. Зміна способів комунікації (мов, можливостей створення і трансляції знаків, символів, засобів переміщення людини) змінюють світ, та переінакшують його цілісність. З цієї точки зору, наприклад, паротяг – це колосальний культурний феномен, що свого часу повністю змінив поняття часу та простору в Російській імперії, тільки з його появою з'явилося усвідомлення одночасності подій. Інтернет, так само змінює розуміння цілісності світу, вводячи нове уявлення про просторово-часові відносини, створює нові одночасовості та нові топології подій, тим самим змінюючи людину.

Одним з наслідків впровадження подібної комунікативної форми існування суспільства є постійно нарощуваний об'єм інформації. Інформаційна ємність одиниці часу весь час зростає і як результат – ми можемо спостерігати прискорення всіх процесів, що забезпечують життєдіяльність соціальної системи. Для визначення феномену безпрецедентного прискорення часу німецький політичний філософ Г.Любе ввів досить вдале поняття “скорчення дійсного” мова йде про те, що зі зростанням кількості інновацій в одиниці часу зменшується хронологічна відстань до того минулого яке в багато в чому вже втратило свою актуальність і тому стало для чужим, застарілим. Таке “скорочення дійсного” пов'язане з тим, що в результаті збільшення швидкості старіння культури росте число елементів, що належать до теперішнього і в той же час, тих які стали надбанням вчорашнього і навіть позавчорашнього дня. Ту саму думку

продовжує російський філософ К.С.Гаджиєв, який говорить, що “у всі часи людської історії лише Бог був присутній всюди, він міг бути одночасно всюди та завжди, завжди та всюди, не маючи обмежень ані у часі, ані в просторі, ані фізичними, погодними, сезонними чи іншими умовами. Разом з пришвидшенням курсу планети пришвидшуються темпи змін у всіх сферах життя. Супутники, волоконно-оптичні кабелі, комп’ютери і факси, сприяють експоненціальному пришвидшенню і згущенню потоків інформації телекомунікаційні сітки, які з’єднали між собою найвіддаленіші точки земної кулі, забезпечуючи миттєвий зв’язок між ними, створюючи можливості для подолання часу.” [57]

В результаті вже сама людина за допомогою електронних засобів масової інформації отримала здатність немов би одночасно перебувати в різних місцях і бути учасником подій, що відбуваються далеко за межами її фактичної та фізичної присутності. Сталося своєрідне вирівнювання часу в різних точках планети – центрі та периферії, в результаті чого ми отримали видимість просторово-часової єдності земної кулі.

Експериментальне мистецтво, створене на основі новітніх медіатехнологій, мистецтво нових медіа - є граничною областю становлення нової реальності, де найбільш проявляються якості сучасності, які потребують радикальних творчих зусиль.

За теорією російської теоретика мистецтва А.Митрофанової, розглядаючи процес створення мистецтва в реальному часі, ми маємо відмовитись від прагнення визначати його структурно і сутнісно, оскільки тут виробництво та бажання мають рівне вираження в процесі створення повідомлення, в той час як рефлексія, оцінка та презентація, не кажучи вже про репрезентацію, є віднесеними у часі механізмами пост-виробництва. На стадії виробництва культурні коди, традиції та творчі бажання створюють дещо цілісне, де традиція є функцією бажання, а бажання стає бажанням культурного виробництва.

Творчість та час – неподільні, вони формують актуальні форми культури, які мають свою сутність в тотожності своєму часу і собі. Таким чином, сучасне мистецтво і “сучасність” в цілому є “скрізь присутніми” у творчих можливостях реалізації і в культурних формах нової епохи, епохи де ключову роль відіграють медіа.

Протягом ХХ століття відбувалась послідовна зміна художніх медіа, що з необхідністю вносило зміни до усвідомлення людиною оточуючої реальності, змінювало ставлення до неї. З виникненням нових медіа та їх можливостями інтерактивної комунікації відбувається зміна не лише уявлення людини про дійсність, а і сама дійсність зазнає значних трансформацій. Під впливом нового розуміння часу та простору створюється нова картина світу, до якої органічно входить нова віртуальна реальність, заснована на візуальній репрезентації власних модусів.

3. Ризомна природа медіамистецтва в контексті буття людини.

В умовах безмежного, постійно нарощуваного потоку інформації не існує і не може існувати єдиного смислового поля, де все заздалегіть зрозуміло, визначено, має свої правила та критерії оцінки будь-якого явища. Сучасний інформаційний потік настільки потужний, що його неможливо ані контролювати, ані обмежувати, ані піддавати цензурі з боку держав, або будь-яких інших соціальних інститутів. Існуюча комунікативна соціальна система, передбачає, що кожна окремо взята особистість отримує в цьому комунікативному просторі свободу доступу до існуючої в ньому інформації. А отже, і значення кожної окремої людини, її питома вага в суспільному бутті збільшується в рази. Кожен користувач мережі – самостійно, залежно від свого досвіду, розвитку та рівня культури – визначає власну навігацію всередині інформаційного потоку, фільтрує інформацію, визначає її значимість, обираючи у що йому вірити й кому довіряти, а отже й самостійно несе відповідальність за свій вибір. Звичайно, все це не може не впливати на

світовідчуття сучасної людини, що вибудовує нову модель її стосунків зі світом, які відтепер мають технічного посередника - медіа.

Саме тому, сьогодні, більш, ніж будь-коли, жодна з наук або існуючих теорій не здатна бути вичерпною у розумінні людини. І філософія, чий людинознавчий пріоритет залишається безсумнівним, не даремно розширює свій пізнавальний ресурс, апелюючи до художньої практики, тому що, як слушно зазначав М.С.Каган, “на відміну від усіх конкретних галузей знання і подібно до філософії, мистецтво пізнає людину не однобічно, а у цілісному її бутті, більше того, в органічному зв’язку зі світом, в недоступній ані наукам, ані філософії втіленості загального в одиничному, соціального в індивідуальному, загальнолюдського в особистому.” [97] Своєрідно діагностуючи реальний стан людини, мистецтво є незамінною складовою гуманітарного дискурсу початку ХХІ століття та унікальним інструментом самоопису сучасної культури.

При першому наближенні до аналізу медіамистецтва ми стикнемося з двома суттєвими проблемами. Перша стосується його кореляції з мистецтвом традиційного зразка і пов’язується з відповіддю на питання “за яких умов медіамистецтво може вважатись мистецтвом?”, друга - із розрізненням всередині самої медійної творчості феноменів, що могли б належати до художнього поля та позахудожніх явищ, які лише мімікують до нього.

Важко не погодитись, що кожна з чинних сьогодні дефініцій мистецтва має свої різновиди та розгалуження, що співіснують, часом не без суперечностей. Мистецтво розглядається як творення символічних форм та шлях досягнення досконалості, його транскрибують проблемами творчості, вбачають у ньому простір творення “речей нереальних”, але жодна з цих позицій, як і багато інших, не є вичерпною та не охоплює всього того, що складає світ мистецтва. Сьогодні ми маємо погодитись з польським дослідником В.Татаркевичем щодо існуючого парадоксу, коли прагнення

послугуватися звичним терміном “мистецтво”, заради порозуміння наштовхується на неможливість “окреслити це поняття”. [188].

Великою мірою розмивання меж мистецтва, відбувається внаслідок того, що його традиційні функції перехоплює індустрія розваг, реклама та мода – усе те, що належить сьогодні полю поп-культури. Дійсно, з привілейованого транслятора вищих ідей, сутностей та смислів мистецтво хоча і має свою специфіку, але перетворилося на одну з багатьох галузей культури.

Традиційні уявлення про мистецький твір, мистецтво та історію мистецтва сягають своїми витокami XVIII століття і, зокрема, праці Канта «Критика здатності судження». Саме в ній було чітко виокремлено сферу естетичного як специфічну стосовно сфери пізнання і дії, а мистецтво було визначено як естетичне мистецтво, причому в двох проявах – приємне і красне. В кожному разі, специфічними ознаками їх естетичної природи мало бути «незацікавлене задоволення», здатність подобатися без жодної зовнішньої мети. Практика мистецтва XX століття не лише не демонструє здатності подобатись, але і викликає шалений суспільний спротив.

Про неминучий провал усіх спроб дати остаточну дефініцію мистецтва, що об’єднала б усю сукупність уявлень про нього, ще у 50-х рр. минулого століття заявляв американський теоретик М.Вейц і тим самим засвідчив кризові тенденції у тогочасній естетичній теорії. Натомість дослідник запропонував замінити центральне питання “старої” естетики “що є мистецтвом?” на питання “якою є функція слова “мистецтво” у мові?” [256]. Це на його думку, мало б посприяти усвідомленню його сутності через сукупність всіх існуючих його означень, що, на наш погляд хоч і виглядає цілком прийнятно, проте на практиці залишається суто утопічним і не дає можливості застосовувати такий лінгвістичний підхід до аналізу художньої практики.

За М.Вейцем, у вирішенні зазначеної проблеми не допоможе вичерпний перелік передумов появи мистецтва, адже митці здатні створювати те, чого досі не існувало і чого, відповідно, не можна передбачити. Це ще одна з

причин скепсису щодо можливості втиснути мистецтво в будь-яку універсальну дефініцію.

Сьогодні, на початку ХХІ ст., на часі нова спроба визначити суть мистецтва з урахуванням актуальних мистецьких практик, у тому числі і медіамистецтва. Постійно примножуючись, нарощуючи масив, що протистоїть традиції, роблячи непереконливими всі відомі визначення мистецтва, вони ставлять перед сучасною наукою задачі перевірки їх дієвості у світлі сьогоднішніх реалій.

Аналізуючи сучасний художній простір, ми стикаємося з величезною кількістю феноменів, які формально можуть претендувати на статус мистецтва, проте насправді існують поза межами функціонуючого художнього поля. Отже, ми стикаємося з необхідністю розмежовувати власне мистецтво та продукти діяльності, що мають художню складову. Більшість візуальних образів якими насичений простір нашого буття, зокрема: реклама, репортажна або глянцева фотографія, телебачення представляють собою продукти художньої творчості, але “де факто” не є мистецтвом. Подолати це обмеження вони можуть за умов введення в контекст мистецтва.

Досліджуючи сучасну, досить строкату, картину різноманітних художніх явищ, взятих в їх соціокультурному функціонуванні, маємо погодитись з тим, що сьогодні умовою визнання якогось феномену твором мистецтва – причому, незалежно від його естетичних якостей – виступає його обов’язкова легітимація в актуальному художньому полі (за П.Бурдьє). Як вже зазначалося, це складно організована система, що складається із професійної спільноти, до якої належать художники, критики, куратори, теоретики мистецтва й мистецтвознавці, та розгалуженої мережі художніх інститутів та організацій. Поза цим колом будь-яка претензія на право функціонування як твору актуального мистецтва не спрацьовує, позбавляючись статусу легітимованості.

Сучасне побутування мистецтва, як зауважує Р.Шульга дозволяє “вже не в теорії, а на практиці упевнитись в тому, що немає універсальної форми такого побутування, що цю форму, способи функціонування в усіх його проявах визначають на кожному історичному етапі конкретні соціокультурні умови” [214, 34]. Продовжуючи свою думку, вітчизняна дослідниця зауважує, що при всій очевидності втрати сучасним мистецтвом гуманістичного наповнення, попри відчуття хаосу в ціннісних орієнтаціях суспільства, художній процес зберігає внутрішню логіку, що дозволяє говорити про те, що мистецтво не втратило свої риси механізму саморегуляції суспільства.

Дійсно, значна частина сучасного мистецтва, не втратила своєї моральнісної складової, що живиться актуальними етичними проблемами. В цьому сенсі ми дозволимо собі не погодитися з апологетами російської школи некласичної естетики, що бачать сучасну культуру як ПОСТ-культуру, а більшість сучасних художніх явищ потрактовують як “арте-факти”, - “типовий експериментальний продукт перехідного етапу культури”, що “не володіє ані культурною, ані духовною, ані естетичною, ані художньою цінністю” [46, 221], протиставляючи їх - “арте-феноменам” – художньому продукту, з усіма його традиційними якостями.

Така позиція суперечить практиці функціонування мистецтва і пов’язана, на наш погляд, з недостатнім розумінням сучасного художнього процесу. Р.П. Шульга пояснює подібний підхід тим, що у пострадянській естетичній теорії більшість “теоретичних конструктів, що задавали модус розуміння мистецтва та визначали задачі його функціонування в останні два століття, були продуктом конкретних історичних соціально-економічних умов у суспільній свідомості. Вони маніфестували себе через просвітницький проект – також продукт епохи” [214, 116] Сьогодні зрозуміло, що більшість нарікань на “смерть мистецтва”, “кінець історії”, “ерзац культури” та інші подібні есхатологічні настрої, що мали місце протягом останніх двох століть – лише небажання погодитись з тим, що

Історія не знає прогресу і розвивається за власною логікою доцільності з огляду на актуальну їй соціальну систему. І в залежності від незліченної кількості варіацій різноманітних чинників, що впливають на зміни в цій системі - змінюється і її наповнення, а отже і наповнення механізмів через які виявляє себе культура – мистецтво, релігія, політика та ін. – має переглядатися щоразу для кожної системи в залежності від її потреб.

На позиції постійного перегляду підходів до культури, а отже і мистецтва, як її визначальної складової, стоїть і американський естетик Дж.Марголіс: “Аналіз світу мистецтв потребує категорій, що еволюціонують в особливий спосіб, вони мають бути адекватні тим шляхам, якими еволюціонують і самі культури. Він потребує постійного перегляду нашого способу розуміння артефактових структур, структур значення, скажімо так, весь час втілюючи саму історію, що на кожному повороті ставить універсалізм у безвихідь.” [146, 52]. Австралійський філософ Г.Рендер вважає, що ми маємо дотримуватися необхідності “для кожної культури щоразу заново визначати кордони між естетичним та неестетичним”. [251, 12].

Погоджуючись з цим, ми маємо визнати, що сучасна західна культура, трансформована новими соціально-економічними умовами та ціннісними установками, відмінними від попередніх, що нещодавно припинили своє існування у постмодерні – цілком відповідає сучасному актуальному мистецтву, яке найбільш точно характеризує її основні прояви.

Сформована цією культурою сучасна людина стає предметом теоретичних роздумів та дискусій. “З індивіду витравлене божественне начало, - читаємо у П.С.Гуревича – завершується епоха прославлення людини – гуманізму. Розчиняється і людина як творець історії. Народжується новий антропологічний образ – людина-споживач, людина-консьюмер”. [72]

З цим, звичайно важко не погодитись, на місці індивіда як неподільної цілісності сьогодні постає дивідуум – людина подільна. В її вивченні

дослідники спираються вже не на ідею юдської цілісності, а на концепт роздрібленості. Поняття цілісності втрачає свою цінність як ідеал, здрібнюючись до понять: “комплексності”, “єдності”. Це діагностично щодо стану сучасної культури, однак навряд коректно визначати його як ПОСТ-культурний: ПОСТ-культура, смерть культури – це скоріше метафори, народжені ностальгією за звичним кодом позиціювання духовних універсалій. В середовищі структуралістів існує впевненість, що Людина є зліпком з культурних умов, в яких вона формується. І для того, щоб зрозуміти її, потрібно аналізувати явища та механізми функціонування культури, адже індивід у своєму буттєвому позиціонуванні трансліює їх постійно змінювані форми. На нашу думку, найбільш продуктивним показником дійсного стану культури є мистецтво як механізм її рефлексії та самоопису, що фіксує всі зміни та відображує їх на почуттєвому рівні.

Аналіз сучасних актуальних мистецьких практик, що постійно множаться, фіксує їх суттєві відмінності від традиційних форм мистецтва, як в тематичному, так у візуальному ряді. Як вже зазначалося, відбувається передовсім тому, що до недавнього часу мистецтво було мовцем культури та її ціннісних установок і це не викликало будь-яких внутрішніх протиріч до тих пір доки західна культура розвивалася навколо єдиного смислового центру, яким була релігія та божественна сутність, але починаючи з другої половини ХІХ століття, коли релігія у суспільстві поступово перестала відігравати провідну роль у формуванні духовного клімату епохи – в радянській традиції це місце зайняла ідеологія, що мала всі атрибути релігійного культу, а в західній – поступово відбувся розпад суспільної системи на безліч розрізнених підсистем, пов'язаних спільними економічними інтересами.

В нашій роботі ми дотримуємось концепції, що мистецтво є одним із механізмів самоопису та саморегуляції культури і лише з цих позицій ми зможемо адекватно описати феномен медіамистецтва. Адже дійсно в системі культури, в якій знаходиться та функціонує сучасне західне суспільство -

актуальне для цієї системи мистецтво має детермінуватися потребами культури в її соціально-організуючій діяльності. Можливо єдиною задачею актуального мистецтва, що поєднує цей розрізнений, неоднорідний та фрагментарний дискурс – є невербалізована потреба пробудити у реципієнта критичне ставлення до процесів в оточуючій дійсності. Необхідність такої здатності постійно піддавати сумніву навіть очевидні факти продиктована зануреністю людини у медіапростір, враховуючи ту кількість інформації, яка виливається на неї кожную хвилину її життя і абстрагуватися від якої, знаходячись всередині соціальної системи неможливо. Лише чуттєвий характер мистецтва, позбавлений догматичності та жорстких регламентацій якомога краще підходить для досягнення цих цілей, допомагаючи людині освоювати оточуючу дійсність, розуміти її та знаходити у ній своє місце.

Нове, актуальне сучасній соціальній системі мистецтво має специфічну візуальність, що робить досить проблемним введення сучасних художніх практик до існуючої мистецької традиції, повсякчас повертаючи нас до питань про задачі, значення та саму природу мистецтва. Специфікуючи мистецтво через одну з його центральних категорій – художність, ми можемо досягти певних успіхів у спробі вписати їх у логіку розвитку мистецтва.

Російська дослідниця О.Рубцова залучаючи до свого аналізу напрацювання американської естетичної думки другої половини ХХ століття (Т.Біноклі, А.Данто, М.Деверо, Д.Дікі, М.Ітона, Т.Коена, А.Сілверса) розглядає розвиток мистецтва як зміну ознак художності, яка відбувається внаслідок зміни історичних парадигм. Кожна нова парадигма обирає власні домінуючі ознаки, що дозволяють суспільству приймати або не приймати певні об'єкти в якості художніх. Таким чином, представляючи розвиток мистецтва через зміну цих парадигм, автор розуміє художність не як сутність мистецтва, яка задана раз і назавжди, а як мінливий феномен, що набуває кожен раз інших особливостей в нових соціально-історичних контекстах. На цій основі “художність” – категорія, конститутивна для мистецтва, за О.Рубцовою її слід розуміти як історичну та універсальну.

Дослідниця виділяє чотири парадигми, виокремлюючи в рамках кожної специфічне розуміння художності: “позаестетична парадигма”, “естетична”, “художня”, “постхудожня”. “Позаестетична” парадигма розглядає мистецтво як мімезис – наслідування світу. “Естетична” естетизує мистецтво, розуміючи його як споглядання прекрасного. “Художня” висуває теорію “мистецтва заради мистецтва”. Але можливості цих трьох парадигм, не дивлячись на їх варіативність, в аналітичному плані виявились недовірними в умовах постмодерністського соціокультурного контексту та формування парадигми неklasичної філософії. Теоретик робить висновок, що художня специфіка сучасного мистецтва, яке заявляє про абсолютне розширення меж мистецтва, фактично зрощуючи його з життям, може корелювати лише з нетрадиційними уявленнями про художність, не відмовляючи при цьому художності у праві на існування.

Ознаками “постхудожньої” парадигми, на думку О.Рубцової, є трансформації самої художності. Як приклад вона бере “живе” (акціоністське) та “симулятивне” (віртуальне) мистецтво. З одного боку, мистецтво прагне повернутись на той універсальний онтологічний рівень, де нас поєднує не культура, а природа (як це намагається представити акціонізм), і тоді тілесність та природність стають ознаками художності. З іншого боку, розуміючи складну детермінованість сучасного світу культурними об’єктами, що складають його реальність, мистецтво намагається подолати цю реальність, виходячи у сферу гіперреальності. Саме в цьому просторі, позбавленому лінійної історичної структури та традиційної логіки, працює медіамистецтво.

Альтернативний характер нової художньої стратегії суперечить багатьом традиційним уявленням про мистецтво, художні професії, майстерність, творчу індивідуальність, духовність та загалом всі передбачувані цінності та функції “високого мистецтва”. Постхудожня парадигма виключає з ознак художності нормативність, виявляючи характерні для неї парадоксальність,

процесуальність, провокативність, що так чи інакше присутні у загальній тканині художності.

Відомий філософ В.Подорога аналізуючи сучасні художні практики приходять до висновку, що, “всмоктуючи” в себе таку властивість сучасної художності, як процесуальність, смисл такого мистецтва не здатний структуруватися однозначно, як на етапі творення, так і на етапі його фіксації реципієнтом. Це надає сучасному мистецтву відкритий характер. Змістовому полю належить не лише те, що свідомо вніс у твір автор, але й те, що вносять всі, хто його сприймає, у своєму з ним полілозі. Зміст(и) твору виявляються найтіснішим чином пов’язані з історичним контекстом, тобто з місцем, яке займає даний твір у загальному процесі еволюції художнього.

Аналізуючи теорію російського культуролога О.Геніса, в якій він по-різному розглядає категорію змісту, В.Подорога доходить висновку, що сучасне мистецтво постає як певний вид магії, механізм, що конструює реальність, але реальність особливу – “шизореальність”, в якій не залишається ніякого “справжнього” змісту. Головним “героєм” виявляється пустота у світі багатозначності.

Сучасне мистецтво інтерпретується В.Подорогою як ризоматична система, тобто така система, що протистоїть незмінним лінійним структурам мислення та буття, що були характерні для класичної європейської культури. Відповідно воно є антигенеалогічне та неієрархічне – у ньому просто неможливо виділити єдиний смисловий центр. Кожний твір складає частину ризоми, і будь-яке використання твору не буде внутрішнім для системи мистецтва в цілому – комбінації та переміщення залежать лише від поєднання його складових, що кожен раз змінюються, будучи зануреними у той чи інший контекст. Зміст твору визначається як “неіснуюча сутність”, що реалізує стратегію “безмісцевого місця”, в якому важливим є процес, а не результат. Художність при цьому розуміється як множинність змістів, що виникають на перетині “культурних ліній”, які також носять ризоматичний характер.

Надлишкова семантична розмитість поняття мистецтва на сучасному етапі його розвитку пов'язана з проблемою, що виникає вже у другій половині ХХ ст. – проблемою інтерпретації, що є надзвичайно важливою для дослідження медіамистецтва як продукту, народжуваному лише в полі індивідуального суб'єктивного і що вкрай важливо, візуального сприйняття.

Будь-яке розмірковування на тему інтерпретації витікає з герменевтичної традиції Г.Гадамера, що, абсолютизуючи значення інтерпретації, говорив про те що “будь-яке розуміння є інтерпретацією”. Проте він виходив з позицій “лінгвістичного повороту”, вважаючи, що будь-який людський досвід обумовлений мовним досвідом, тоді як сьогодні існують всі підстави щоб говорити про візуальний поворот, візуальну орієнтацію культури та візуальну комунікацію, що не завжди потребує мовного опосередкування. Саме тому, для нашого дослідження важливою є теоретична розробка американського дослідника Р.Шустермана, який, визнаючи всепроникність та незамінну роль інтерпретації, водночас критикує висловлену Г.Гадамером позицію герменевтичного універсалізму. На його думку наші розумні та осмислені стосунки зі світом включають інтерпретативний досвід, діяльність та розуміння, а, отже, не можна думати, що, крім інтерпретації, нічого не існує. Інтерпретація, на думку Р.Шустермана, передбачає “усвідомлене розмірковування та навмисну рефлексію” [216, 149] проте не кожний цілеспрямований відбір є усвідомленим або обміркованим.

Наполягаючи на суто мовній природі людського досвіду Гадамер зазначає, що і сама мова є “грою інтерпретацій, в яку ми граємо кожний день”. Шустерман же говорить про те, що оволодіння мовою скоріше є оволодінням розумовими навичками – набором реакцій та схем, а також уявленням про їх слушне застосування для вирішення комунікативних задач в різних сферах людської діяльності, ніж досконале володіння системою семіотичних правил інтерпретації знаків. Тим самим Шустерман доводить, що навіть, якщо припустити, що мовне розуміння завжди і необхідно є

інтерпретацією, то з цього випливає, що будь-яке розуміння є інтерпретацією. А для цього ми змушені були б констатувати, що будь-яке розуміння та будь-який досвід взагалі є мовними. Таке посилення, хоча і є глибинною догмою “лінгвістичного повороту”, проте не є самоочевидною та невразливою для критики. “Існують такі види тілесного “усвідомлення” (bodily awareness), або розуміння, які за своєю природою не є лінгвістичними і не піддаються адекватній мовній характеристиці, хоча про них і можна так чи інакше говорити за допомогою мови.” [216, 153].

Шустерман як приклад наводить танець як те, що неможливо ані завчити, ані зрозуміти через чиясь розповідь про нього. Це твердження, на нашу думку, виявляється справедливим і для медіамистецтва, яке завдяки інтерактивності та залученню найширшого діапазону людської чуттєвості також не потребує обов’язкового лінгвістичного тлумачення на рівні особистого сприйняття, а, отже, має справу з дещо іншим видом інтерпретації, ніж лінгвістична. Можливо, тієї, про яку говорила американська дослідниця Сюзан Зонтаг, виступаючи проти навмисного акту пояснення, декодування змісту за допомогою інтерпретації. На її думку, інтерпретація отруює наше сприйняття, являє собою “помсту інтелекта мистецтву”. І хоча, як слушно зазначає Шустерман, “Зонтаг слід було б визнати, що її, здавалось би, критика інтерпретації насправді є лише узаконенням однієї форми інтерпретації над усіма іншими.” [216, 154]

Для візуально орієнтованого мистецтва та комунікації, заснованої на візуальних образах, мовна інтерпретація, дійсно є абсолютно необов’язковою. Зонтаг переконана, що “замість герменевтики нам потрібна еротика мистецтва”, яка лише і може “показати, яким чином воно є тим, чим воно є”. [88]. Висловлені ще 1966 року, ці її думки втілились у сучасному медіамистецтві з характерною для нього специфічною візуальною домінантою та можливістю інтерактивної взаємодії з образами.

Медіамистецтво дійсно дуже складно вивести з традиційних уявлень про художню творчість – воно містить в собі риси позахудожніх практик і

може бути зведене до суто технологічних операцій, але позначених візуальністю. Єдина позиція, з якою ми можемо беззаперечно судити про медіамистецтво, як про новітню мистецьку практику – це позиція соціокультурної вмотивованості виникнення саме такого варіанту мистецтва, що спричинене необхідністю виживання соціальної системи функціонуючої на основі різноманітних медіа.

4. Віртуальний простір медіамистецтва – нове середовище буття

Ситуація тотальної медійності, в якій опинилося людство на початку XXI століття, що характеризується активним впровадженням різноманітних технічних посередників практично в усі сфери людського буття – дозволяє людині не лише повноцінно функціонувати в межах медійного середовища, але і значно розширювати за його рахунок свої природні можливості. Глобальна система комунікаційних мереж, що охоплюють всю земну кулю, утворює єдиний інформаційний простір, який щомиті поповнюється новою інформацією з усіх куточків світу, надаючи можливість будь-якій людині миттєво отримати до неї доступ, незалежно від її місця перебування. В цій ситуації з необхідністю формується і новий тип людини, зануреної в комунікативний медіапростір та здатної керувати інформаційними потоками, керуючи ними на власний розсуд.

Оскільки в якості домінанти сучасного суспільства виступає інформація, а найважливішим засобом забезпечення її існування та кругообігу є медіатехнології – саме останні стають тією формою у напрямку якої сьогодні мімікрують практично всі види людської діяльності. Сама по собі ситуація в якій музикант і художник, архітектор і письменник, інженер та програміст працюють сидячи перед екранами практично ідентичних комп'ютерів – вже говорить про певну гомогенну якість, притаманну сучасній культурі. Але що стоїть за цією гомогенністю і як вона впливає на світовідчуття людини, що занурена у створюваний цією властивістю простір? Для того, щоб дати

відповідь на це питання ми звернемося до практики медіамистецтва, перші прояви якого з'явилися синхронно з появою медіа. Саме у площині мистецтва, що завжди гостро реагує на найменші соціокультурні перетворення відбувалось осмислення медіатехнологій - загроз що вони приховують, та можливостей, що вони відкривають. Отже, прослідкувавши історію та здійснивши аналіз ключових форм медіамистецтва ми наблизимося до розуміння змін, що зазнає людина, занурена у медіасередовище.

Як вже зазначалося, першим різновидом медіамистецтва у сучасному розумінні цього слова стала фотографія. Проте ні вона, ні кінематограф, ні, навіть телебачення не є предметом нашого дослідження. Хоча, кожна з названих художніх практик і ставала свого часу етапною для розвитку медіамистецтва, але всі вони лише передують тому, що нас цікавить, а саме: мистецтво нових медіа - New Media Art, що має цифровий характер створення, а, отже, й незліченну кількість можливостей маніпуляції екранними образами, основою якого є інтерактивність.

За останні 150 років аудіовізуальні медіа поступово зайняли ту область людського сприйняття, що була прерогативою лише класичного мистецтва (живопису, музики, театру). Фотографія була винайдена в 1839 і масово поширилася за допомогою нової технології друку вже у другій половині XIX ст. Те саме сталося і з кіно, що надзвичайно швидко перетворилося на індустрію вже на початку XX ст. Та, зрештою, на початку 60-х з появою телебачення художня медіапрактика отримала новий варіант свого розуміння.

В 1990-х, з появою Інтернету, виникають нові мультимедійні платформи, позначені інтерактивністю та можливостями занурення глядача у віртуальний простір. Кожна з нових технологій, своєю появою ставила нові естетичні питання: одні з них були пов'язані з можливостями самих медіа (різноманітних форм монтажу у цифровій фотографії, спецефектів у кіно),

інші - з присутністю нових медіа в загальному культурному контексті, і тому як цей новий засіб змінює існуючі художні форми.

З появою фотографії її зображальні властивості здавались настільки досконалими, що багато хто став пророкувати смерть живопису, про цю небезпеку знов згадали з народженням кіно, існування якого пізніше теж поставили під сумнів з появою телебачення. Але, як показує досвід, застосування нових технологій в художній практиці не призводить до зникнення старих – людство все ще продовжує створювати картини та знімати фільми. Проте новітні медіа, дійсно внесли значні зміни у традиційні форми мистецтва. Доведено, що після винайдення фото такі художні напрямки як імпресіонізм, експресіонізм, кубізм, сюрреалізм у живописі свідомо уникають реалістичного зображення фізіологічних і психологічних аспектів, які прекрасно передає фотографія. З іншого боку, створення живопису сучасними художниками часто оминає ескізний варіант роботи, замінюючи цю частину підготовчої роботи відповідним фото, модифікованим за допомогою різноманітних комп'ютерних програм, але зображення, що виникає в результаті дуже далеке від фото реалістичного, проте несе на собі печатку зміненої за допомогою медіа почуттєвості. Те саме відбувається і з сучасним кіно, яке немов би полемізує з брутальною, кричущою, яскравою візуально-вербальною інформацією телебаченням - протиставляє себе їй. Воно робить наголос на повному, емоційно-нарративному образі.

До використання медіатехнологій у своїй творчості особливо на початку ХХ століття художників підштовхувало бажання розширити свою аудиторію. Адаже з того часу як виникли такі напрямки у мистецтві, як дадаїзм, абстракціонізм, кубізм воно перестало бути зрозумілим широкій аудиторії і скоріше відштовхувало її. Звичайно, такий стан речей їх не міг влаштовувати художників, що почали звертатися до різноманітних технологій аби розширити аудиторію. Плівка, що має тираж, радіо дозволяли їм створювати насправді масове мистецтво. Ця надія на залучення широкої аудиторії медіа

засобами виражається і в заявах Дзиги Вертова і в теорії радіо Бертольда Брехта і в маніфесті футуристів («La Radia» 1930). В таких умовах мистецтво стає політичною програмою, здатною бути за межами ідеології. В.Беньямін у своєму багато в чому визначальному есе 1936 р. [24] звертається до суспільно-політичного впливу авангардового мистецтва і вперше забезпечує фундаментальну теоретичну основу для нового мистецтва, створеного на основі медіатехнологій, говорячи про те, що не зважаючи на обмежену якість позбавленого аури оригінального рукотворного твору – створені за допомогою технічних пристроїв витвори мистецтва мають змогу досягати значно більшої аудиторії, а, отже, і більше впливати на неї. завдяки можливостям тиражування та розповсюдженню через ефір.

1928 року німецький режисер-абстракціоніст В.Рутман вперше поставив радіоп'єсу, що спочатку була сприйнята лише як акустичний фільм – тобто кіно без зображення. Проте дуже скоро стало зрозуміло, що на основі радіотехнологій можна створити особливе поле для творчості, відкриваючи перед митцями абсолютно нові перспективи. В одному зі своїх маніфестів батько футуризму Ф.Марінетті проголосив, що лише радіо вільне від художньої та літературної традиції може стати основою нового мистецтва, що діє там, де недовірими виявляються кіно і театр. Цей аспект свободи від традиції, на якому наголошував Ф.Т.Марінетті, виявляється для нас ключовим саме завдяки тому, що завдяки цій свободі медіамистецтво сьогодні постало в авангарді сучасності. Завдяки радіо з'являється, за словами американського дослідника Е.Каца “мистецтво звуку та тиші, мистецтво шуму, мистецтво звільнених слів”. [240]

На початку ХХ століття будь-які інновації викликали у художників захоплення, вони стають невичерпним джерелом креативного експериментування, саме з ними пов'язували вони свої надії на майбутнє мистецтва. У 1922 році було здійснено перший досвід дистанційного живопису, коли митець, виконуючи малюнок, одночасно передавав його

телефоном шляхом пікселізації зображення. Цей досвід поклав початок численним експериментам із створення артефактів за допомогою комунікативних технологій. Інтерактивні експерименти з телефоном, факсом і пристроями, що сканують і передають по мережах графічну інформацію, еволюціонуючи, врешті і привели до формування медіамистецтва.

Коли в 60-х роках пошуки художників у напрямку освоєння технічного інструментарію були відновлені після другої світової війни. Здатність медіа залучати якомога більшу аудиторію була як ніколи актуальною, а їх естетичний потенціал, здатність візуалізувати те, що раніше не могло бути візуалізоване - визначили їх подальший розвиток. Німецький режисер Вальтер Рутман, наприклад, говорив про своє мистецтво як про таке, що подібно живопису залишається візуальним, але одночасно, подібно до музики засноване на часі, тобто має риси обох цих видів мистецтва: і живопису, і музики. [252] На подібних засадах стояв і німецький композитор К. Вейл, що говорив у 20-х роках про виникнення “абсолютного радіомистецтва” в якому “армія нових звуків, що штучно синтезуються за допомогою мікрофону” може зробити щось подібне до “абсолютного, емоційного витвору мистецтва, що витає у просторі над Землею” [231]. Ця новітня медіальність виникла як своєрідна художня реакція на прискорення щоденного звичаєвого сприйняття, на технологічну природу цього прискорення.

На початку ХХ століття, у 20-30-х роках, художниками було створено багато маніфестів та утопічних концепцій, що пророкували мистецтву нові горизонти, пов'язані з технічною перебудовою суспільства, зокрема: “Радіо як апарат комунікації” Бертольда Брехта, “Мистецтво шуму” Луїджі Русоло, “Кіноправа” і “Радіо правда” Д.Вертова, Марінетті, Масната “Радіо”, Л. Моголі-Надь “Синхронне кіно чи полікіно” та ін. [231].

Відчуваючи потенціал медіа художники покладали на них великі надії, щоправда на той час це були лише перші кроки, техніка була настільки мало поширеною та недосконалою, що не могла втілювати, ще багато в чому

утопічні ідеї, тому митцям доводилось не просто використовувати винайдені пристрої, але і самим створювати необхідний їм інструментарій. Так наприклад, Д.Вертов до того як почав експерименти з відеомонтажем намагався робити звуковий монтаж, використовуючи грамплатівки, а Рутману для зйомки своїх фільмів довелося власноруч створювати камеру, яку він пізніше навіть запатентував. Наслідками недостатньої розвинутості технічних посередників стало те, що значну частину проектів художників так і не було реалізовано. В будь-якому разі у 20-ті роки ХХ століття в мистецтві було розпочато медіадобу, яка отримала продовження лише в 60-х рр. після Другої світової війни. Поте була одна суттєва відмінність яку не можна оминати увагою. За воєнні роки багато чого змінилось, через військові потреби технології дуже швидко еволюціонували і коли їх значення вже у мирний час стало набувати все більш загрозливих масштабів – емоційне захоплення митців змінилося на спробу критичного осмислення. Якщо в 20-ті роки медіа сприймалися як логічне продовження традиційної художньої культури за допомогою нових технічних посередників, то в 60-х, коли телебачення стало домінуючим засобом масової інформації у світі випередивши за впливовістю і радіо і друковані ЗМІ -стало очевидним, що медіа простір не є зоною суто художніх експериментів: на той момент розповсюдження медіа (кіно, радіо, телефон, телебачення) набуло таких масштабів, що вони стали політично заангажованою сферою масового впровадження маніпулятивних технологій. Ставлення до медіатехнологій у художньому полі еволюціонувало від абсолютного захоплення ними, яке спостерігалось на початку століття до нищівної критики у повоєнні роки. Хоча художники продовжували експлуатувати всі можливості медіа у творчому процесі – їм вдалося обернути технології проти них самих і ця критична тенденція зберігається аж до теперішнього часу.

На початку ХХІ століття все розмаїття художніх проектів створюваних у просторі медіамистецтва можуть бути зведені, як до чотирьох основних його сегментів: відео-арта, нет-арта, діджитал-арта та сайєнс-арта.

Виставки сучасного мистецтва вже давно перетворилися на своєрідні кінотеатри, де одночасно на великій кількості екранів транслюються найрізноманітніші відеороботи, створюючи досить дивний простір, перенасичений візуальними образами та звуками.

Відео-арт – перша мистецька медіапрактика, що розпочала недовгу історію медіамистецтва, але існує дотепер, вважаючись одним із найвпливовіших видів мистецтва поруч з живописом, скульптурою та графікою.

Свою генеалогію відеомистецтво на переконання медіатеоретика Л.Мановича веде від знаменитого твору Дзиги Вертова “Людина з кіноапаратом”. Ідеї, відображені в цій стрічці основоположника документального кіно, виявились надзвичайно важливими для відео художників ХХ століття: індивідуалізований погляд через об’єктив камери людини на світ. Людина з кіноапаратом завдяки своїй мобільності та можливості фіксувати оточуючу дійсність творить власну картину світу та власну історію.

В мистецтві авангарду народилась ще одна – цілком протилежна – стильова лінія, яка виявляє свою присутність у сучасному медіамистецтві. Мова йде про абстрактне кіно та абстрактну анімацію 20-х 30-х років, одним з родоначальників якої був німець В.Рутман, що вигадав назву для подібного роду експериментів “абсолютне кіно”, але потім визнав її недоречною: “Абсолютний фільм вимагає перш за все мистецтва, нічого окрім мистецтва і не помічає того, що мистецтва у цьому розумінні більше не існує. Таким чином, його значення чисто артистичне. Такий фільм може сприяти – і він це і зробив – збагаченню засобів виразності в кіно. Але він не є самоцінністю саме тому, що потребує самостійності для себе. (..) Абсолютний фільм не соціальний: у цьому – не зважаючи на всі його переваги – і полягає його засудження” [177]. Не дивлячись на таку авторську критику, сьогодні очевидно, що саме в цій позаконтекстовості, коли людина розчиняється в оголеній почуттєвості екранного образу, не заангажованого та вільного від

прямих асоціацій і полягає значення абстрактних експериментів, що з новою силою відновляться у 60-х, тому що авангардні пошуки були перервані наприкінці 30-х років Другою світовою війною. Але якщо у 20-х художникам доводилось кожного разу власноруч винаходити різноманітні технологічні пристрої, аби втілити у життя свої задуми, то у 60-х вони тільки і встигали що освоювати новітні технології.

У ті роки розвиток відео-арту був дуже тісно пов'язаний із розвитком та широким розповсюдженням телебачення. Якщо у 1947 році в США було близько 180 тисяч телевізорів, то вже у 1953 їх чисельність налічувала близько 28 мільйонів. Телебачення поступово ставало кольоровим, що відкривало перед митцями нові можливості.

В 60-х у США з'явилося кабельне телебачення, а з ним і перше суспільне радіомовлення, значну частину ефірного часу якого було надано художникам, що вбачали у цій можливості значний інтерес не лише через можливість розширення своєї аудиторії за рахунок телеглядачів, але і через новітній художній простір, який вони отримували у своє розпорядження та на який вони покладали величезні надії.

У 1967 році бостонський канал WGBH організував “Нову телевізійну майстерню” у якій свої перші художні телеексперименти робили Джон Кейдж, Нам Джун Пайк, Отто Пін, Пітер Кампус та Уільям Вегман. Ця майстерня, що знаходилася поруч з Центром візуальних досліджень Масачусетського технологічного інституту – стала одним з найважливіших експериментальних мистецьких просторів. Тим не менш, головний мистецький телемайданчик було відкрито лише в 1971 році в Нью-Йорку. Це була своєрідна творча лабораторія на суспільному каналі WNET. Багаточисельні митці, що були залучені до її діяльності стали в певному розумінні відеоелітою, за роботою якої слідкували не лише у США, але і далеко за його межами.

Фактично саме завдяки телебаченню відео-арт виявився спроможним впливати на досить широкі глядацькі аудиторії. Відео надавало можливість

художникам поєднувати технологію, інтереси суспільства та деяку власну точку зору і/або політичну перспективу для представлення їх за допомогою телебачення на суд альтернативної художньої аудиторії. Парадокс полягав у тому, що експериментуючи з телебаченням - сама репресивна технологія телебачення найчастіше і ставала предметом їх критики та художнього аналізу. Художнє відео було суттєвим компонентом утопічної мрії 60-х про встановлення вільних каналів комунікації та побудови всесвітнього міста. Тим не менш, перші досягнення відеохудожників показали гнучкість та життєву силу цього середовища, що виявився здатним увібрати в себе нові форми документального кіно, особистісної розповіді, а також експериментальні розробки авангардних кінематографістів.

Експериментальні відеороботи того часу є відображенням культурного середовища у якому вони створювались. В повітрі була сконцентрована надпотужна енергія неповернення до минулого, яка була спрямована на те, аби подолати жахи нещодавно пережитої війни. Електронна художня революція виникла з необхідності будь-що рухатися вперед, забувши про помилки минулого і в цьому дуже допомагали медіановації, що створювали абсолютно інший, незнаний раніше простір людського буття.

Головна подія в історії відеомистецтва сталася у 1967 році, коли була винайдена перша портативна відеокамера Sony Portapak. Саме з цього моменту, утопічна мрія Дзиги Вертова про те, що кожна людина може бути творцем власної реальності – почала цілком реально та досить швидко втілюватися у життя.

Майже всі відеороботи Нам Джун Пайка, Вільяма Вегмана, Пітера Кампуса та інших медіамитців того часу поєднувала одна надважлива деталь. Усі вони акцентуються на медіа, проявлять його, використовують відео не просто як засіб, але і як привід для роздумів над його можливостями.

У наступні роки розвитку відеомистецтва, коли відео та телебачення стануть лише ще одним засобом комунікації – звичним та повсякденним – це критичне бачення піде, воно розчиниться у розмаїтті художніх методів та

приймів, що означатиме його перехід від “медіа-“ до просто “мистецтво”. Саме тому, молодше покоління відеоартистів, таких як Біл Віола, Марина Абрамович або Метью Барні, що також використовують у своїй творчості можливості відео - вже не стануть робити цей технічний прийом темою власних творів, а отже і префікс “медіа-“ у їх визначенні як митців буде відсутній. Власне, через це, їх творчість не виділяється із загальної практики візуального мистецтва нашого часу, а тому його лише частково можна віднести до медіамистецтва, навіть у випадку коли вони використовують технологію відео як засіб досягнення результату.

У 90-ті роки відео-арт на ТБ ставить перед художниками вже інші, порівняно з 60-ми рр. питання. У 90-ті - телеефір став для відео-арта лише одним з можливих способів знайти зацікавлену аудиторію. Художники з самого початку знали, що не телебачення має визначати їхню позицію, а саме вони мають визначити рамки діалогу з ним і забезпечити його змістом, що домінував би над формою.

Телебачення стало антитезою художньому музею, дозволяючи художнику зробити символічний стрибок з області “високого” мистецтва у сферу поп-культури, зберігаючи при цьому деякі риси як одного, так і іншої, через що аудиторія відео-арта була не чисельною в обох системах. Для художників технологія відео стала свого роду зброєю, що дозволяє за порівняно малих витрат створювати ідеологічні арт-диверсії в позбавленому зворотного зв'язку комунікаційному полі індустрії споживання товарів, розваг, політичних ідей. Але для залучення глядачів телебачення має розважати, а тому рідко прагне відповідати на будь-які питання, а у можливості їх задавати, власне, і виражається художність медіамистецтва, що проявляє несподівані сторони технологій, змінюючи у глядача ставлення до них. Досить скоро телебачення перестало бути притулком для відеохудожників, які здавалось, вже достатньо зробили аби перейти до музейних стін, та в музейному просторі, де глядач, за підрахунками соціологів, витрачає на перегляд того чи іншого художнього твору в

середньому близько 5-10 секунд - відео, розгорнуте у часі, також відчуває себе некомфортно. Присутність відеомонітора в музеї на той час все ще здавалась дещо дивною.

Новим життєдайним середовищем для відео-арта, став простір глобальної мережі. З появою мобільних технологій, цифрового відео та програмного забезпечення для відеомонтажу ця форма мистецтва отримала новий поштовх для розвитку і наразі є однією з найбільш авторитетних та визнаних форм медіамистецтва.

Методи, що використовуються ними в цьому процесі, досить різноманітні. Російський куратор Тетяна Горючева наводить як приклад найбільш розповсюджений прийом, що можна назвати тактикою Adbusters (<http://www.adbusters.org/>) за ім'ям "анти-рекламного" журналу, ініціатори створення якого та їхні однодумці у сфері дизайну переслідують одну мету - розвінчання чисто репрезентативної риторики публічних рекламних міфів, що вигадують про себе комерційні компанії, політики тощо. [67] Здійснюється подібна тактика, як правило простими прийомами симуляції мови масової культури через спотворення образних послань, наприклад, переінакшення гри слів того чи іншого салогану, або заміни візуального супроводу до нього та будь-якими іншими перекомбінаціями вихідних значень. В цілому, це робить послання спрямованим проти себе самого і перетворює його на звинувачення того, що воно начебто захищає.

Горючева наводить це один методологічний принципом відео-атру: дюшанівський, в основі своїй прийом реконтекстуалізації змістів тих або інших понять та речей, що використовуються, або сприймаються певним чином і в певних ситуаціях за умовчанням. Тут використовується інтенція власної зображальної мови, що відторгає звичний напрацьований "словник" образів та правила їх застосування, та передбачає абсолютну у своїй своєрідності логіку опису об'єктів і феноменів реальності.

Вольф Фостел символічно називав відео-арт "втечею до реальності", і ця метафора дійсно виправдовує себе. Відео-арт беручи за основу живу тканину

реальності завдяки репрезентації докорінно змінює її, виокремлюючи певні образи, знаки. Монтуючи візуальний ряд – автор монтує і власний варіант реальності. Цей вид мистецтва протягом вже досить тривалого часу не вичерпує свого потенціалу, не зважаючи на те, що виникають все нові й нові техніки, технології, а завдяки ним і нові можливості самовираження у мистецтві, але саме відео дарує надзвичайну свободу своїм креаторам, вимагаючи від них при цьому мінімум зусиль. Сучасна відеотехніка, на відміну від інструментарію традиційного художника, дозволяє проникати глибоко у реальність, розділяючи її на шматочки (кадри, епізоди) створювати зображення з фрагментів, що значно розширює межі сприйняття. Але найбільша ця властивість медіамистецтва проявляється в ішому його сегменті – діджитал-арті.

Саме в області цифрового мистецтва відбувається найбільш продуктивне виробництво медіапродукту, що створює симулятивну віртуальну реальність, яка поступово з паралельного виміру “заекрання” перетворюється на життєвий простір сучасної людини.

Головним продуктом цифрового мистецтва є 3D графіка, яка активно застосовується в кінематографі, архітектурі, мультиплікації, комп’ютерних іграх. Звичайно, технологія, що зав’язана на ринок постійно потребує розвитку та вдосконалення. Саме тому ця область не є самостійною у творчому сенсі, вона носить скоріше прикладний характер. Як наслідок, з одного боку, ми маємо високоякісний художній продукт в зоні комерційного мистецтва, з іншого – це дозволяє використовувати ті самі технології при створенні творів актуального мистецтва. Але на практиці це фактично призводить до неможливості відділити одне від іншого – хіба що, шляхом їх контекстуалізації. В цифровому мистецтві не існує поділу на масовий та елітарний продукт: будь-який масовий може стати елітарним та навпаки – будь-який елітарний – масовим, знову ж таки все залежить від контексту та позиціонування художнього твору.

До різновидів діджитал-арту можуть бути віднесені 2D та 3D графіка, фотоманіпуляції (фотоманіп), інтерактивні комп'ютерні інсталяції та масштабні видовищні відеопроєкції, що однаково використовуються як у художній практиці, так і в комерційній рекламі.

На конференції “Цифрове мистецтво і культура” присвяченій медіакulturі (Берген, Норвегія, 1998) викладач Гарвардського університету Франсіско Рікардо мав доповідь “Фронтові записи з таємної війни між цінністю та значенням у цифровій культурі”, де автор намагався виявити основні тенденції розвитку цифрового світу. Було наведено цілу низку позицій, за якими ми піддаємо новонароджений культурний шар остракізму. Наприклад, загальне враження, що кіберкультура – це місце, де концентруються радикали та маргінали суспільства – від соціокультурної еліти до релігійних фанатиків та маніяків криптографії. Автор апелює до парадоксального вислову Оскара Уайльда – “бути природнім – це поза, до того ж найбільш дратівлива поза”. На його думку традиційне середовище – продукт зрілий, і навіть перезрілий, а тому надзвичайно штучний. В цьому контексті цифрове середовище – природний феномен, життєдайний для сучасної культури. [136] Аналізуючи парадигму *cada persona es un mundo* (кожна людина – це світ) в контексті нового цифрового середовища, Рікардо доходить висновку, що в дигитальному (цифровому) світі індивіди зустрічаються не один з одним, а з тією інформацією, яку вони несуть. Детально розбираючи питання відтворення в сучасну епоху, де наряду з біологічним і механічним існує ідеальне електронне відтворення, автор резюмує, що в розумінні питання відтворення і полягає розумінням цифрової культури.

В проектах дигитального мистецтва людина отримує інше уявлення про власні можливості, розширюючи їх за рахунок технічних пристроїв. Тому в дигитальних практиках в певний момент тілесність людини може перестати бути актуальною, адже тілесно вона скінчена, та потрапляючи у простір нескінченності цифрового виміру вона набуває відчуття

нескінченності, її вже ніщо не обмежує. Вона отримує нові можливості сприйняття, набуває знання про інші свої чуттєві можливості. Отримує граничний досвід свого буття.

Тоді як, така важлива складова віртуального медіапростору, як комунікативність найбільш повно реалізує себе у просторі нет-арта, що є абсолютно новим феноменом у мистецтві, адже він не продовжує розвиток жодної з існуючих художніх традицій та не має аналогів ані на горизонтальній, ані на вертикальній вісі розвитку мистецтва, а тому і не викликає аналогій, як, наприклад, фотографія з живописом, або кіно з театром.

Інтернет-твори мають свої суттєві відмінності: вони існують у мережі Інтернет по її законам, а отже є частиною гіпертексту, та володіють всіма атрибутами будь-якого іншого об'єкту в мержі: конкретною адресою та розміром в байтах. Вони завжди нематеріальні. Нет-арт знаходиться сьогодні на етапі свого становлення, однак про напрямки його можливого розвитку красномовно свідчить маніфест апологета нет-арту російського медіакреатора О.Шульгіна, де наголошується його виключно комунікативна функція при повній відмові від художності як основи мистецтва в традиційному розумінні.

“Проблеми теперішнього періоду нет-арта, як я бачу, йдуть далеко корінням у соціальну детермінованість поняття “мистецтво” і “художник”. Чи здатні ми подолати наше його і відмовитись від ідей репрезентації та маніпуляції, що вже віджили себе?(..)

(...)Чи стрибнемо ми прямо в реальність чистої комунікації?

Чи будемо називатися художниками в подальшому?

Нет-арт - комунікація – теперішнє(...)

(...)Художники! Спробуйте забути саме слово та поняття “мистецтво”. Забудьте ці безглузді фетиші – артефакти, які нав'язуються вам системою, з якою ви забов'язані співвідносити свою творчу діяльність.

Забудьте про минуле та майбутнє тому що вони не існують, сконцентруйтеся на теперішньому, яке не може бути описаним і яким неможливо заволодіти. Змініть свою діяльність і як тільки зрозумієте, що стаєте знаменитим у своїй справі, і перед тим як рух, до якого ви належите, почне створювати свою власну Істрію почніть щось нове. Тоді, коли ви почнете щось нове в якості новачка, ваша воля до влади і слави знов надасть вам потужний імпульс. (...) Не ставайте майстром!" [215]

Разом з іншим медатероестиком та практиком медіамистецтва О.Ляліною, Шульгін зводить нет-арт лише до створення комунікативно-креативних просторів у мережі, вважаючи, що вони надають усім бажаючим повну свободу віртуального буття. А тому, головна функція цього мистецтва полягає не у презентації певного медійного проекту, а, власне, у комунікації.

Дослідники виділяють три етапи розвитку нет-арту: перший, коли мережеві художники почали створювати зображення з букв та знаків, наявних на клавіатурі комп'ютера. Другий етап характеризується появою особистих художніх проєктів, що виявили зростання активності медіаторців, які відчували можливість практично необмеженої свободи власного креативу. Мережа Інтернет стала для них "трибуною" самовияву. Наступний етап полягав у тому, що необмеженість креативної свободи перетворила мережу на специфічний енвайронмент – віртуальне середовище, яке уможлиблює все, що не вдається зробити у реальному просторі. У зв'язку з цим з'явилися перша мережева література, побудована на принципах гіпертексту, а також особливі, провакативні, візуальні зони, що змушують користувачів комп'ютерів активно включатися у комунікацію та критично її осмислювати.

У розпорядженні мережевих митців знаходиться вся палітра аудіо- та відеоресурсів, а також текстові повідомлення. Інтернет надає креативним проєктам інтерактивності, до того ж дозволяє користувачу перетворюватися на креатора, позначаючи отриману інформацію власними внутрішніми

інтенціями, створюючи на її базі свій особистий віртуальний проект. Водночас, самі креатори зацікавлені в такій співпраці і через це часто створюють свої проекти за принципом гри, де навігація залежить від бажань та рішень реципієнта.

Особливості творчості у сфері нет-арта виокремлюють його з-поміж інших видів медіамистецтва, не говорячи вже про традиційне. Завдяки режиму on-line, в якому існують всі без виключення проекти в мережі, будь-хто може створити власну вітуальну нет-арт-колекцію за допомогою звичайних посилань, при цьому, не володіючи жодним з творів, адже у мережі він належить всім та водночас нікому. Таким чином, мережеве мистецтво повністю позбавлене можливості бути комерційним, а, отже, виключає можливість його функціонування на художньому ринку. Не можемо ми говорити і про якісь визначні твори в історії нет-арта – лише про етапні, адже вони зникають так само швидко, як і з'являються: продукт нет-арта, як і будь-який інший, має термін придатності, але він мінімальний, адже практично миттєво втрачає свою актуальність, поступаючись місцем іншим проектам. Ось чому, звернувшись до сайту Rhizome.org, що являє собою своєрідний віртуальний музей, ми не знайдемо за більшістю лінків позначені ними проекти.

Мережеве мистецтво використовує Інтернет не лише в якості середовища, але і в якості об'єкту. Інтернет є необхідною та достатньою умовою для створення та існування художнього твору. Нет-арт, заснований на мультимедійних технологіях і в більшості випадків є інтерактивним, тобто передбачає взаємодію із глядачами-учасниками.

На сьогодні нам відомі наступні сформовані жанри мережевого мистецтва: це перш за все мистецькі сайти, регулярні он-лайн проекти (наприклад, учасники відомого проекту «Фотошоп-теніс», що по черзі редагують графічне або відеозображення в режимі он-лайн), художній Інтернет-софт, онлайніві аудіо-, відео- або радіо проекти, мережеві перформанси і т.д.

Всередині зазначених жанрів існує велика кількість конкретних форм: наприклад, браузер-арт (так, в 1998 році англійська художня група I/O/D розробила браузер Web Stalker (<http://bak.spc.org/iod/>) який генерує карти сайтів замість відображення окремих сторінок) форм-арт (чисте HTML-кодування, засновником жанру є Олексій Шульгін) спам-арт .

Сьогодні елементи мережевого мистецтва використовуються багатьма художниками в абсолютно різних жанрах і різними способами. Зараз нікого не здивує організація трьохмірних панорам музеїв, які дозволяють здійснити віртуальну екскурсію по його залах і в найменших подробицях роздивитись виставлені роботи.

Класичне мистецтво також значно розширило свій вплив завдяки появі Інтернету. В мережі представлені майже всі найбільші музеї та галереї світу від Лувру (<http://www.louvre.fr>) до Ермітажу (<http://www.hermitagemuseum.org/>), що значно демократизує класичне мистецтво, адже потрапити в такий віртуальний музей сьогодні може дозволити собі кожен.

Ще одним різновидом нет-арта можна вважати Нет-арт-активізм, або хактивізм, - рух-гібрид, що поєднав у собі мережеве мистецтво, політичний активізм та хакерство.

Впливовий вчений Брайян Харві говорить, що хакер – “це людина, що живе та дихає комп’ютером, хто знає про комп’ютери все і може за допомогою комп’ютера зробити все... Комп’ютерне програмування для такої людини хобі, щось, що вона робить заради власної розваги, не з почуття обов’язку, чи заради грошей... хакер – естет”. Існує навіть таке поняття як “хакерська етика”, яка передбачає розробку можливостей для вільного циркулювання інформації, і завдання хакерів полягає у написанні вільнодоступного, некомерційного програмного забезпечення.

В 2004 році вийшла друком книга “Маніфест Хакера” Ворка МакКензі, де автор говорить про те, що хакерство існує у царині мистецтва, прирівнюючи його до інновації. Він пише: “Код, що ми з ним маємо справу – мова програмування – поетична мова, що формується не лише за допомогою

математики та графічних кривих (curves), але і за допомогою живописних творів, музики – ми лише винаходимо нові речі, та вводимо їх у звичний нам світ... В мистецтві, науці, в філософії та культурі, в будь-якій області виробництва знання, де можуть бути зібрані бази даних, які дадуть світу нову інформацію та нові можливості – хакери прагнуть віднайти нове у старому.” [228, 17]

Багато хто з мережевих художників бачать себе такими хакерами з відповідним “кодексом честі”. Одна з головних особливостей нет-арту – проголошення направленості на комунікацію, а не на репрезентацію. Тобто ціллю художника стає не авторитарне вираження, пропозиція власного бачення та декларація особистої позиції, а комунікація – спілкування з глядачем, залучення його до творчого діалогу. Цей віртуальний художній простір напрацьовує нові якості художнього твору, комунікативні властивості якого отримали новий онтологічний рівень. Це мистецтво більше за інші працює на індивідуалізацію кожного, хто його сприймає, адже твір нет-арта має нелінійну структуру та можливість навігації всередині неї, що означає, що кожен реципієнт “рухається” керуючись лише власною інтенціональністю та набутим досвідом, а отже і отриманий досвід буде у кожного свій.

Чітко вибудованої типології Інтернет-арту на сьогоднішній день не існує, немає також і послідовно обґрунтованої методології аналізу його жанрових форм і стильових напрямків, які багато в чому визначаються досконалістю комп’ютерних технологій. Природне місцезнаходження такого мистецтва – Всесвітня комп’ютерна мережа Інтернет, що поєднує разом мільйони комп’ютерів і споживачів. Мережеве мистецтво за правом народження знаходиться у відкритій зоні – кіберпросторі, демонструючи себе на комп’ютерних екранах в будь-якій точці земної кулі. Воно принципово демократичне і завжди доступне для сприйняття на відміну від класичного мистецтва, яке ми звикли сприймати в просторі музеїв, виставкових залів і художніх галерей.

Нет-арт, відділяючись від 2 и 3D живопису, векторної графіки, відео чи інсталяцій, користується постійно поновлюваними перевагами високих технологій та Інтернету, що йдуть в обхід всіх сталих систем медіа-розповсюдження. Будь-який художник, що має доступ до мережі, може розмістити свою роботу в ній без будь-якої попередньої цензури, погодження чи відбору зі сторони художніх інститутів (державних чи комерційних). Відповідно, будь-який глядач, маючи доступ до Інтернету, здатен побачити цей твір. Крім того, можливість перегляду роботи мережевого художника досить велика – комп'ютер, що є необхідною умовою розуміння зображення, може бути як каналом передачі даних, безпосереднім “носієм” твору, так і засобом його втілення. Його форми різноманітні: невеликий портативний ноутбук, мобільний телефон, офісний комп'ютер – кожний зі своїм власним екраном, програмним забезпеченням, швидкістю та технічними можливостями, в залежності від яких змінюється враження від побаченого, формат і масштаб відтворюваної художньої реальності.

Зовсім з іншою проблематикою медіа середовища працює найбільш дискусійна художня медіапрактика – сайєнс-арт. Сьогодні теоретики відносять її до медіамистецтва лише умовно, але беззаперечним залишається факт, що вона є породженням сучасної медіакультури. За недостатньою розвинутістю нових форм мистецтва та теоретичного апарату, що їх осмислює – поки що неможливо, ані виділити сайєнс-арт у цілком окремий художній вияв, ані вписати його до будь-якого іншого виду або напрямку в сучасному мистецтві. Тому все, що з'являється в мистецтві нового – по інерції ХХ ст. продовжують відносити до медіамистецтва. Хоча медіа тут трактується значно ширше, ніж просто технічний посередник. Це може бути будь-яке досягнення сучасної науки: починаючи від генно-модифікованого кролика і закінчуючи складними комп'ютерними інсталяціями, що є продуктом розвитку сучасних нанотехнологій. Це мистецтво, що виникає у просторі сучасної науки, використовує всі її ресурси та надихається її відкриттями. Маючи лише два способи пізнання – через науку (позитивний)

та через мистецтво (інтуїтивний) – поєднуючи їх у сайєнс-арті вона виходить на новий рівень розуміння якостей створеного нею штучного світу. Існування цього напрямку в мистецтві є необхідним для функціонування існуючої соціальної системи, адже через художнє осмислення новітніх реалій буття – наукових розробок та інноваційних винаходів – людина швидше та продуктивніше адаптується до змін, що приносять з собою новації високих технологій.

Наука та мистецтво насичують та впливають одне на одне від самої їх появи, адже вони мають однакову творчу природу. Але наприкінці ХХ століття їх співпраця набирає цілком інших вражаючих масштабів, поєднуючи свій пізнавальний потенціал вони допомагають нам адаптуватися до глибинних перетворень, що несе з собою наука, допомагають подивитися на світ у якому ми живемо під іншим кутом зору, підіймають важливі етичні моменти того як ми освоюємо цей світ та як з ним взаємодіємо.

Сучасний художній процес вже давно набув рис дослідження. Художники позичили у вчених їх інструментарій, запропонувавши їм натомість свій креативний потенціал. Сьогодні метафора лабораторії використовується у значній частині сучасних медіапроектів, художники набувають статусу дослідників, маніфестуючи його. Так відбувається не випадково, адже наші знання про себе та оточуючий світ примножуються з небаченою дотепер швидкістю і людина, що не звикла до цього безкінечного приросту знання потребує певної адаптації, відстороненого розуміння на яке, часто просто не вистачає часу у світі, де інноваційність та швидкість – є найбільшими цінностями. В цій ситуації, мистецтво взяло на себе функції посередника між розгубленою перенасиченістю інформації людиною та науковою сферою, де відбувається продукування нового знання. Напрацьовуючи в своєму полі саме ті механізми, що дозволяють людині адаптуватися до нових умов життя у швидко змінюваному світі.

Вперше про необхідність цієї співпраці зрозуміли у 80-х роках минулого століття, коли серйозні наукові інституції впустили художників у

свої стіни та надали їм можливість реалізовувати на їх базі свої проекти. В результаті художники та вчені стали не лише надихатися продуктами творчості одне одного, але і пліч-о-пліч працювати над спільними проектам.

Одним з перших, хто наважився на цей крок – був MIT – Массачусетський технологічний інститут – що, дозволив Джо Девісу здійснювати свої доволі ексцентричні проекти у його лабораторіях, експериментуючи з геномом бактерії *ε*-колі.

На сьогоднішній день існує декілька територій – областей наукового знання - де сайєн-арт цілком продуктивно застосовує свій експериментально-адаптаційний ресурс. Однією з них є геномне мистецтво, що експериментує з генним матеріалом та молекулою ДНК.

Таким твором мистецтва, наприклад, є кролик Альба, створений Едуардо Кацем. Цей кролик майже нічим не відрізняється від безлічі інших, окрім того, що в ультрафіолетовому або синьому світлі вона починає випромінювати світло у зеленому діапазоні спектра, через те, що вона має ген медузи, що відповідає за вироблення флуоресцентного білку. В який же спосіб цей суто науковий експеримент з генним матеріалом стає мистецьким актом? У той, що отриманням одного лише кролика цей експеримент не завершується – головним етапом цього художнього твору є соціально-адаптуюча його роль, що проявляється в організації публічних дискусій та роботі із “суспільною думкою”.

Головною задачею художника тут є спроба налагодити продуктивний діалог між суспільством та новою областю науки, незнання якої породжує у соціумі різноманітні фобії та перестороги, які часто є просто захисним механізмом, що спрацьовує в людини кожного разу коли вона зустрічається чимось до того незнаним. Місія художника полягає тут у тому, щоб ми перестали боятися змінювати звичний плин речей та дозволили вільно розвиватись технології, що може надати нашому життю нової якості. Іншими словами мистецтво бере на себе функції арбітра, налагоджуючи діалог між наукою та культурою.

Проте експерименти в царині сайєнс-арту відбуваються не лише на тваринах - людина, що завдяки розвитку сучасної науки та медицини може на власний розсуд змінювати своє тіло – також стає об'єктом цього мистецтва, експериментуючи з тілесністю.

Історія мистецтва ХХ століття налічує достатню кількість прикладів людей, що використовували своє тіло у якості художнього експерименту. Достатньо згадати лише Марину Абрамович або Рудольфа Шварцкоглера, для якого експерименти з власним тілом закінчились трагічно. Проте досвід експериментів, що відбуваються у площині сайєнс-арта лежать у дещо іншій площині. Він торкається тілесних практик та проблеми тілесності взагалі – у зовсім іншому контексті. Мова йде про те, що з розвитком технологій людина вже абсолютно не зобов'язана вдовольнитися своїми природними фізичними даними, а вільний самостійно моделювати свою зовнішність, та навіть змінювати кількість органів у тілі якщо виникне така потреба.

Художники Олан, що кидає виклик суспільним стандартам краси змінюючи власне тіло за допомогою чисельних пластичних операцій, або Стеларк, який виростив у себе на руці ще одне вухо – пожертвували своє тіло мистецтву, аби спричинити суспільну дискусію змушуючи суспільство думати та говорити про тілесність у такому ключі та виробляючи у нас критичне мислення до подібних практик та лояльність до тих, хто їх використовує.

Ще одна область науки, що є предметом зацікавлення художників стають нанотехнології – область сучасної прикладної науки, що розробляє пристрої які дозволяють вивчати властивості об'єктів розміром в один нанометр, що дорівнює 10^{-9} у мінус дев'ятому ступені, а отже створює можливість працювати з речовинами на молекулярному рівні. Це найбільш молода із сучасних областей науки, що оформилась у 90-х роках ХХ століття, а перший твір з використанням нанотехнологій було створено вже у 2001 році. Це була кругла скульптура бика, розміром з одне червоне кров'яне тільце людини, що була створена в університеті Осаки. Його розмір

настільки малий, що не дозволяє його побачити, а отже, носить скоріше символічний характер. Дискусія приводом для якої стає цей твір є значно важливішою за його естетичні якості.

Ведучи мову про сайєнс-арт потрібно розуміти, що художній експеримент завжди відрізняється від наукового, навіть у разі якщо вони використовують один і той самий принцип. У художнього експерименту зовсім інші задачі. Він ніколи не має своєю ціллю відкрити щось нове: нову технологію, властивість, речовину, навіть якщо так виходить у його процесі. Для художників більш важливим виявляється сам процес і рефлексія цього процесу і так само їм важлива взаємодія із аудиторією. Публічна дискусія та реакція на неї. Вони лише створюють привід для роздумів та обговорення, закликають до обдуманого використання новітніх технологій та торкаються етичних моментів, пов'язаних з їх розповсюдженням. У цьому сенсі найвищою цінністю сайєнс-арту також є комунікація, яка допомагає людині впевнено дивитись у майбутнє поро змірковувати над яким нам пропонують художники. Своїми творами вони ставлять питання, відповідаючи на які ми вчимося жити у новому неприродному середовищі. Задовольняючи нашу допитливість художники виховують у нас відповідальність та допомагають зробити мислення більш гнучким.

Отже, сучасне медіамистецтво використовує в якості свого креативного поля увесь спектр існуючих комунікаційних технологій: Інтернет, телефон, будь-який інший вид та формат передачі сигналу по проводах або через ефір. Новітні телекомунікаційні пристрої або прилади, що вже стали звичними, використовуються медіамитцями у незвичний спосіб, не за їх прямим призначенням - тим самим митці вказують на приховані можливості медіа – на загрозу, яку вони можуть нести, роблячи людину своїм агентом. Американські дослідники Дж.Бейс та Р.Іпполіто проводять аналогію з імунною системою людини, вважаючи мистецтво – свого роду вакциною проти можливого вірусу, ослаблені клітини якого зазвичай вводять в організм людини, для стимуляції імунної системи. Медіамистецтво – це

послаблений вірус технологій, що має виробити у людини бажання та можливість контролювати розвиток технологій, не перетворюючись на їх раба.

Висновки до другого розділу

В другому розділі аналізується природа медіамистецтва та констатуються зміни у соціокультурному просторі, які воно фіксує своєю появою та розвитком.

Виходячи з неможливості довести легітимність медіамистецтва у системі культури виходячи з традиційних уявлень про нього, ми доводимо це виходячи із соціально-організуючих функції мистецтва в культурі. В цьому розумінні медіамистецтво є одним із механізмів самоопису та саморегуляції культури.

Встановлено, що сприйняття медіамистецтва є продуктом індивідуально-суб'єктивного візуального сприйняття, що виявляється тісно пов'язане з проблемою інтерпретації. Саме тому воно сприяє формуванню максимально індивідуалізованої особистості, що не визнає авторитарних та репресивних способів комунікації.

Доведено, що медіамистецтво формує специфічний образ, який можна назвати комунікативним. Специфічною рисою такого образу є його ефемерність, невломивість. Він існує лише в уяві реципієнта і лише доти, поки не буде зафіксований в уявленні. Як тільки відбулася його фіксація – він перетворюється на зображення.

З'ясовано, що специфічна візуальність яка є основою сучасної медіакультури заснована на спільній для всіх людей здатності почуттєвого сприйняття, яка може поєднувати людей у вільній не заангажованій комунікативній практиці, уникаючи при цьому диктатури слова. Внаслідок того, що у сучасної людини змінюється модель світосприйняття світу, що

уявляється нею вже не як текст, а як сукупність візуальних образів, яким, окрім усього іншого можна маніпулювати, змінюючи їх на власний розсуд.

Доведено залежність трансформації сприйняття людиною реальності від еволюції медіа: фотографії, кінематографу, новітніх цифрових медіа. На сучасному цифровому етапі їх розвитку людина втрачає єдність часу та простору, внаслідок чого час втрачає свою лінійність, а простір визначеність. Натомість ми отримуємо принципово нову суспільну організацію, що базується на комунікації, яка долає межі часу та простору – віртуальний вимір буття.

Досліджено актуальні практики медіамистецтва та виділено чотири з них: відео-арт, діджитал-арт, нет-арт та сайєнс-арт. Розглянуто їх розвиток в історичній перспективі та рефлексію змін соціокультурного ландшафту, які вони фіксують своєю появою.

Розділ III

Медіа як чинник соціокультурних та художніх трансформацій XXI століття

Медіамистецтво без перебільшення якнайкраще відповідає запитам сучасника, що має змінену під впливом медіа та розвитку технологій модель мислення та систему взаємин зі світом. Важливим засобом виживання в цій системі стає для нього комунікація як спосіб самовідтворення у парадигмі сутнісних людських характеристик.

Розвиток технологій і та свобода яку отримує з їх допомогою людина у способах власної навігації в просторі культури – зрештою призводить до того, що в індивідуальній свідомості людини-користувача відбувається зрощення самої дійсності та уявлень про цю дійсність. Медіа стають

всюдисущими. Вже не залишилося жодної області людської діяльності що не зазнала б на собі їх впливу, не змінилася б під дією нових отриманих можливостей.

Без сумніву, значні перетворення привнесли технічні інновації і в традиційне мистецтво: живопис, музику, кіно, театр, перетворивши, до певної міри, навіть найбільш консервативні види мистецтва на медійні практики. Адже навіть коли просто змінюється сам виробничий процес, це не може не позначитись на кінцевому результаті роботи, а масовий характер, який має місце у ситуації з медіа – не може не вилитись у певну тенденцію.

Так наприклад, у візуальному мистецтві, навіть художники, що працюють у традиційних техніках – на підготовчому етапі роботи користуються фотографією та комп'ютерними маніпуляціями з нею, уникаючи тривалих ескізних штудій. Відбувається це перш за все через зручність, швидкість та простоту подібного підходу, який дає можливість працювати швидко та більш продуктивно, що досить важливо у сучасному світі, завдяки чому художники можуть максимально швидко реагувати на все, що відбувається у зовнішньому світі. Ця тенденція для самого мистецтва має два вагомих наслідки: по-перше використання фотографічних зображень та легкість маніпуляції з нею примушує художників свідомо, або несвідомо використовувати образи безпосередньо з оточуючої дійсності. З іншого боку, навіть у випадку якщо вони зазнають суттєвих трансформацій у процесі роботи над художнім твором – так чи інакше – вони вже нестимуть на собі печатку медіальності, а отже матимуть характерне зображення. По-друге, зникає безпосередність контакту художника з об'єктом який він зображає, він дивиться на нього вже не власними очима, але через об'єктив фото, або відеокамери – таке бачення ми вже не можемо назвати міметичним, що знову ж таки змінює характер самого зображення. Відомий український мистецтвознавець О.Соловйов говорить про виникнення “інтермедіального” живопису доби Мілленіума: “медіальна революція принципово змінила форми і способи трансляції оточуючого світу та визнала

пріоритетним екранний вектор в сучасній візуальній культурі. Сьогодні картинний образ все більше стає варіативним, інтерактивним, системним. З “нерухомого вікна” – так ще в ренесансну епоху Л.-Б.Альберті визначив живописну картину – вона перетворюється на рухоме подієве поле. На зміну статиці приходить динаміка, на зміну даності – процес”. [185, 109-110]. Зрозуміло що всі ці зміни в мистецтві не є випадковістю, вони є відображенням складної взаємодії людини із зовнішнім світом.

Якщо вважається, що фотографія, відео та кіно ширше своєї естетичної функції, а тому не є мистецтвом *аріогі* – то про живопис такого сказати не можна. Саме тому аналізуючи трансформації з цим надзвичайно консервативним видом мистецтва – ми можемо впевнено говорити про наявність незворотних змін, які були спричинені медіа в області художньої творчості. Сьогодні дослідники говорять про “живопис після живопису” (А.Фоменко), “постмедіальний живопис” (В.Бурлака), “розкартинювання” (О.Соловйов) – все це красномовно свідчить про те, що живопис, у прагненні бути актуальним своєму часу активно вбирає в себе новітню медіальну візуальність. “Коли художники сьогодні вдаються все ж таки до послуг живопису, – говорить О.Соловйов – то це, як правило, свого роду “живопис-репродукція” або “живопис-редімейд”, позбавлений самостійної цінності та автономної якості. Живопис виявляється засобом тематизації іншородного медіального носія, причому зазвичай більш “цікавого” – актуального, сучасного, технологічного. Це можуть бути кіно, фотографія, перформанс, комп’ютерна графіка, тощо. Переклад їх у формат живопису, тобто традиційного, органічного, унікального мистецтва створює необхідний ефект дистанції, тобто іншомедіальності.” [185, 110].

Сьогодні теорія цифрових технологій намагається охопити процес змін, описуючи, аналізуючи медіа, що виникають. Але мало хто з теоретиків зважиться абсолютно впевнено стверджувати, що чітко знає, у якому напрямку буде розвиватися область цифрової комунікації і як вона вплине на наше соціальне, політичне та економічне життя. Природно, що найбільш

переконливі теорії цифрових технологій виникають тоді, коли зникають межі між технарем-інженером та гуманітарієм-художником, коли вони починають розмовляти однією мовою, мовою технологій. Злиття теорії та практики визначають не лише зміст медіатеорії, але і форми які ця теорія приймає, контексти в яких вона конструюється та існує.

Показовою в цьому сенсі є теорія сучасного кінематографу, межі якого значно розширюються з приходом новітніх медійних технологій. Якщо раніше це була досить автономна практика культури, зі своїми правилами, художніми прийомами та властивими тільки їй засобами виразності, - то сьогодні дуже важко окреслити її дійсні межі. Російська теоретик кіно М.Теракопян говорить, що “Сьогодні вже неможливо окреслити межі навіть самого поняття “кінематограф”, його елементи присутні скрізь: в кліпах, відеоіграх, телесеріалах, в інсталяціях, в Інтернеті, в шоломах віртуальної реальності. Звідси і розмиття меж кіно. Все частіше області, де використовують кінотехнології, тепер узагальнено називають “візуальними мистецтвами”” [190, 15]

Зрештою цифрові технології стають елементами нової художньої реальності, що значно впливає на психологію їх сприйняття. Серед вчених, що аналізують роль цифрових технологій в кіно, немає спільної позиції. Одна група теоретиків розглядає їх в першу чергу як інструмент для вдосконалення спецефектів, що розширюють можливості художника для втілення власних ідей на екрані. Інша школа дотримується думки, що цифровий кінематограф принципово відрізняється від нецифрового не лише з точки зору візуального та звукового ряду, але і в самому наративі, а також у змінених відносинах фільм – глядач і т.д.

Так наприклад, професор відділу масових комунікацій університету Вірджинії С.Пірс, пропонує поняття “перцептивного реалізму”.[250] Він розглядає які зв’язки існують між представленою у фільмі вигаданою реальністю та візуальними і соціальними координатами нашого особистого тривимірного світу. Перцептивно реалістичний образ має бути структурно

відповідати аудіовізуальному досвіду тривимірного простору глядача. В таких образах існує система підказок (cues): освітлення, колір, фактура, рух і звук у відповідності до того як глядач розуміє ці феномени у своєму повсякденному житті. Перцептивний реалізм визначає відношення між зображенням та реципієнтом, він може включати як і нереальні зображення так і ті, що референтно реалістичні. Наприклад, коли на початку фільму “Форест Гамп” летить пір’їнка, відчуття реальності її підсилюється завдяки її відображенню у лобовому склі автомобіля. Це відображення укорінює її в нашому картезіанському розумінні простору, що створює місток між реальним та комп’ютерним зображенням.

Цифровий кінематограф народжує і нові засоби виразності. Теоретики вводять таке поняття як “просторовий монтаж”, який дозволяє різним зображенням змінювати один одний не лише у часі, лінійно, а й виникати на екрані синхронно, доповнюючи одне одне та співіснуючи в одному просторі екрану. Таким чином, кожний новий образ існує не лише в контексті наступного та попереднього, але і одночасно протиставляється всім іншим, що присутні на екрані. Логіка заміни, характерна для кіно, поступається місцем логіці співіснування. Час набуває просторових характеристик. В сучасному кінематографі прихильниками такого монтажу виступають такі режисери П.Грінуей та М.Фіггіс.

В такій ситуації стає очевидним, що мистецтво, як механізм самоопишу культури сьогодні вже не може уникати присутності медіа в її актуальному зрізі. Саме тому будь-яка мистецька практика піддаючись внутрішній логіці розвитку вбирає в себе риси медіальності, формуючи нову візуальність.

На відміну від традиційних практик, які залишаються самодостатніми навіть у зміненому контексті, медіа-арт - актуальна форма сучасного художнього простору – завжди залежна від контексту відтворення; його зміст, а, відповідно, й форма, засоби виразності та способи репрезентації абсолютно нерегламентовані. Практично єдине, що ріднить його з класичним мистецтвом – це неутилітарність твору та почуттєво-раціональний характер

його сприйняття. Але беручи до уваги стан сучасного суспільства стає зрозумілим, що воно й не може бути іншим. Це актуальна форма мистецтва є своєрідною рефлексією на сучасну медіакультуру.

Як специфічний вияв медіакультури, медіамистецтво перебуває сьогодні у стадії свого активного формування. Його бурхливий, багато в чому непередбачуваний розвиток засвідчує, що воно переходить межі актуального мистецтва, успішно адаптуючись до парадигм класичних видів мистецтва, набуваючи все більшої соціокультурної значущості. Це робить його естетичне дослідження не лише нагальним, але й перспективним. Але все ж свою естетичну достатність медіа-арт виявляє саме як явище актуального мистецтва, а, отже, у своєму вивченні потребує його адекватного розуміння. «Мистецтво взаємодії» (Relational Art) – називає його французький теоретик Ніколя Буріо, обґрунтовуючи це властивою йому орієнтованістю на комунікацію, мотивованістю людськими відносинами, притаманними певному соціальному контексту. Таке мистецтво не слугує ідеології, не пропонує жодних утопічних ідеалів, а має на меті критичну фіксацію конкретної соціальної дійсності. При цьому воно свідомо відмовляється від якихось методик, схем, моделей та еталонів, фактично постаючи як певна комунікаційна імпровізація.

Показником сучасної потреби у такому варіанті мистецтва є його значна інституціональна підтримка. Сьогодні воно обов'язково представлене та займає значну частину виставкового простору на впливових міжнародних мистецьких форумах (Документа), бієнале (Венеційська бієнале, Московська бієнале) та художніх ярмарках (Frieze Art, Art Basel) і по суті, залишається одним з небагатьох сегментів актуального мистецтва, що відповідає задачі бути лише засобом художньої комунікації. Воно все ще залишається повністю вільним від комерціалізації, принаймні на етапі створення. Сама його природа не дозволяє звести його до рівня товару.

1. Медіа у трансформаціях соціокультурного функціонування мистецтва

Сьогодні можна констатувати справедливість заяви, зробленої ще на початку ХХ століття Полем Валері: “Неймовірний приріст наших технічних можливостей, набуті ними гнучкість та точність дозволяють стверджувати, що у найближчому майбутньому у прадавній індустрії прекрасного відбудуться глибинні зміни.” [47, 104]. Отже, визначна роль технологій для долі мистецтва, названого П.Валері “індустрією прекрасного”, була очевидною ще століття тому у своєму невідворотному впливі на художнє творення, а, отже, й на художній продукт як об’єкт пропозиції.

Сьогодні ми на практиці маємо справу з наслідками описаної П.Валері ситуації. Мистецтво не може не реагувати на натуралізацію в ньому сучасних медіа та появу медіапродуктів – творів, що змінюють звичний спосіб його функціонування у соціумі та сформовану століттями структуру художнього ринку, починаючи з фундаментальних засад ідентифікації художньої цінності - художнім талантом персоніфікованого автора та загальнолюдськими інтенціями його твору.

Медіатвір – це особисто мотивоване, часто ситуативне, «висловлювання» автора, його зазвичай парадоксальний, порівняно із звичними, погляд на ту чи іншу подію або проблему. Реалізуючи у такий спосіб власну потребу у комунікації, автор прагне бути не рупором високих ідей або цінностей, а власне собою, з усім складним комплексом своєї індивідуальної рефлексії на оточуюче. Через вмотивованість внутрішніми інтенціями, непідвладними, як зрозуміло, жодній типізації, досвід творення медіамистецтва систематизувати надзвичайно важко: починаючи з першого креативного імпульсу й до моменту пропозиції медіапродукту ми по суті завжди маємо справу з явищем атиповим.

До того ж в оцінці медіатвору далеко не завжди можна вдаватися до визначення його культурно-історичного значення: тоді це означає, що

особистісні інтенції автора стали вираженням деякої критичної маси, накопиченої у запитах певного community. Зазвичай, сучасні медіамитці досить далекі від традиційного арт-виробництва не лише в цьому, але й в усіх інших його параметрах, адже залежні від використання програмного забезпечення, комп'ютерних та відеотехнологій тощо. З іншого боку, така ангажованість технічними засобами робить кожного їх користувача потенційним медіакреатором. Він може бути біологом або інженером, дизайнером чи хакером, не мати освіти у галузі мистецтва, та озброєність потужними інструментами XXI століття на зразок DHTML⁷, веб-камер тощо вводить його у простір медіаторців.

Такі інноваційні креатори не вписуються у рамки традиційного уявлення про мистецтво, але з якою б сферою професійної діяльності вони не були б пов'язані, у тому просторі, де креативний акцент діяльності перенесено на інструментальні можливості нових медіа та медіатехнології, що дозволяють творити художній продукт, вони все ж є митцями. Зазначене засвідчує і те, що медіамистецтво – це великою мірою мистецтво аматорів. Щоб переконатись у коректності цього твердження, досить ознайомитись із каталогом будь-якої виставки або проекту, створених у парадигмі актуальних практик: у резюме креаторів відсутня інформація про наявність у них професійної художньої освіти. Цей показник у творчій біографії автора перестав бути не лише визначальним, а й взагалі важливим, що для класичної моделі мистецтва, де приналежність до школи є платформою творчого позиціонування, звісно, є нонсенсом.

Для медіамистецтва не існує також і авторської манери - результату тривалих штудій, за яку так цінують видатних митців, адже їх майстерність обмежується вмінням користуватися інструментарієм запропонованим медіа, використовуючи одне й те саме програмне забезпечення, особливо

⁷ DHTML (Dynamic HTML) – спосіб створення інтерактивного веб-сайту, використовуючи поєднання статичної мови розмітки тексту [HTML](#), з вбудовою у нього скрипкової мови [JavaScript](#), [CSS](#) (каскадних таблиц стилів) і [DOM](#) (об'єктної моделі документу)

підготовлені креатори, можуть вправно і без жодних зусиль дублювати одне одного.

Врешті, медіамистецтво, хоча і передбачає наявність автора, за своєю суттю “імперсональне”. Відбувається так тому, що художник лише створює контекст, зміст якого конструюється реципієнтом. Творення тут інтерактивний процес, що відбувається лише тут і тепер. Відповідно, знімається традиційна демаркація між митцем і реципієнтом - вони стають рівноправними співавторами.

Інтерактивність медіаторчості виключає існування концептуально остаточно творів, а їх сьогочасне сприйняття здійснюється на перетині різних креативних потоків, де немає сторонніх, адже будь-хто, потрапивши в зону впливу медіатору, стає його співкреатором. Таким чином, у парадигмі естетичного аналізу медійної творчості адекватним такої її специфіці є поняття не автора, а авторства: якщо у традиційних мистецьких практиках, зокрема у живопису, автора можна встановити навіть за незначним фрагментом живописного полотна, то медіатори через свою опосередкованість медіа позбавлені печатки творчої індивідуальності. На “анонімність” у медійному мистецтві працює й обумовлена досконалістю сучасних інформаційно-технічних засобів візуальна схожість медіапродуктів. Ім'я автора ми можемо дізнатися з титрів та відповідних інформаційних написів. Про авторську манеру, як вже зазначалося, йтися не може.

При цьому, працюючи у період, коли ринкові відносини у сфері мистецтва зазнають суттєвих трансформацій та все ж у своїх традиційних засадах ще не остаточно знівельовані, сучасний медіахудожник також потребує популярності (а, відповідно, - й комерційної успішності) як гарантії свого утримання в актуальному художньому полі. У просторі медіамистецтва це вимагає напруженого пошуку все нових і нових технічних прийомів. Та як тільки вони потрапляють у зону споживання, одразу перестають бути власністю автора - їх без зайвих зусиль копіюють та використовують інші митці. У такій ситуації безкінечно провокується поява нових методів та

приймів, що, звичайно, спричиняє безперервний розвиток самих медіатехнологій та примноження медіазасобів.

Породжуючи проблеми, пов'язані із захистом авторського права, це має і певні естетичні наслідки. Протягом свого довгого існування мистецтво як найбільшу цінність підносило непересічність авторської індивідуальності, а, відповідно, - й унікальність її художнього продукту. Вже один факт існування артефакту у єдиному екземплярі маніфестував його значимість, що викликало й відповідну модель його сприйняття. На початку ХХ століття В.Беньямін, розмірковуючи про тиражність творів мистецтва та відносини копії та оригіналу, стверджував, що “одичність твору мистецтва тотожна його впаянності у безперервність традиції”. [24] Давно з'ясовано, що “спілкування” з оригіналом мистецького твору – це зовсім інший комплекс естетичних переживань, ніж контакт з його навіть дуже якісною копією, адже лише оригінал позначений особою автора, є репрезентантом його творчої міфології, а тому традиційно сприймається як справжня духовна цінність.

Для актуального сьогодні медіамистецтва не існує традиційної опозиції «копія-оригінал», адже суто технічно будь-яка копія медіатору нічим не відрізняється від його першої авторської презентації і може вважатися оригіналом. Таким чином, знімаючи звичне протипокладання оригіналу та його тиражних повторень, мистецтво, створене за допомогою медіа, з необхідністю трансформує роль та значення всіх агентів художнього поля. Відомо, що з фотонегативу можна зробити будь-яку кількість відбитків - питання про їхню оригінальність не має сенсу. Але, водночас, коли мірило оригінальності як вияву художньої справжності твору перестає працювати, змінюється і соціокультурна модель функціонування самого мистецтва.

Водночас авторство не припиняє бути складовою медіапродукту в тому плані, що визначає його подальшу долю на художньому ринку: працює проста схема - чим більш знаним є креатор, тим більший попит на його роботи. Втративши медіатори підписи, що інформують про авторство, перед

мистецтвознавцями та арт-критиками постане практично безнадійна задача атрибутувати ці твори. Більш того, якщо з'ясування авторства у класичному мистецтві має великий ідентифікаційний інструментарій, як от, зокрема, іконографічний метод Ервіна Панофського, що дозволяє з великою достовірністю визначати час і місце творення, то медіапродукт парадигмою своєї атрибутуації має лише засоби технічного втілення.

Створені за посередництва медіа, арт-продукти розрізняються лише темою та рівнем використання інформаційно-технічних пристроїв. Доробок майстрів, що працювали чи працюють у традиційних техніках, можна аналізувати, атрибутувати та класифікувати, тоді як новітні медіатехнології фактично позбавляють дослідників традиційної аналітичної роботи. Саме це мав на увазі Ролан Барт, коли у своєму есе “Camera Lucida” стверджував, що фотографія (а, на наш погляд, вона є історично першим виявом медіамистецтва), як би наполегливо теоретики мистецтва та критики не намагались розподілити її на види та жанри, ідентифікувати через живопис, жодним класифікаціям не піддається. [13]

В аналізі сучасних медіапрактик не спрацьовують і традиційні моделі дослідження мистецтва, адже вони не передбачають всього того на чому будується парадигма аналізу традиційного візуального мистецтва: його неможливо вписати в якусь тему, розкласти на складові, проаналізувати композиційне або колористичне вирішення, єдине що залишається – це змістове наповнення, яке відповідає актуальному стану сучасної культури.

Ускладнюють ситуацію теоретичної невідрефлектованості медіа-арта і надзвичайно швидкі темпи приросту медіатворів, які нерідко з'являються та зникають швидше, ніж встигають стати об'єктом теоретичної думки. Неможливість цілісного бачення медіамистецтва, звісно, не надає коректності й аналізу окремого медіатвору, а, отже, унеможлиблює визначення дійсної цінності медіапродукту.

З розвитком медіакреативу суттєвих змін зазнає й існуюча система соціокультурного функціонування мистецтва, а надто – художній ринок:

поява медіа-арта підірвала його підвалини, які у чинну сьогодні систему почали складатися ще з часів Відродження. Французький соціолог Поль Бурдьє, наголошував, що його існування з необхідністю передбачає визнання оригінальності та унікальності художнього твору та продукування міфів навколо постаті автора. Цей символічний капітал прямо впливає на формування ринкової ціни на твір мистецтва. Водночас зрозуміло, що позначеність унікальною авторською індивідуальністю, художньою школою не може не обмежувати діючий простір художнього виробництва. У випадку медіамистецтва ми виходимо у простір масового виробництва та тиражування як умов існування медіапродукту.

Поступова трансформація сучасного художнього ринку здійснюється і через спровоковану появою медіамистецтва зміну явлень про авторське право: передбачена принципом захисту авторського права заборона несанціонованого тиражування авторського оригіналу відступає перед фактичною, не дивлячись на існування медіакреатора, імперсональністю медіа-артпроектів, залишаючи тему авторства чинною лише у площині їх купівлі-продажу: за теорією американського культуролога Л.Хайда, тут вони існують як мистецтво-товар, тобто, одночасно у двох економіках: символічній (економіці дару, дарування) та ринковій.

Однак, на погляд теоретика, значення для розвитку справжнього мистецтва, такого, що живить людський дух, має лише одна з них – та, що побудована на неутилітарних людських стосунках. У зв'язку з цим він справедливо стверджував, що витвір мистецтва “може існувати і поза ринком, але там, де немає дару, там немає мистецтва.” [202, 4] Чим же насправді є цей “дар” і в як він проявляє себе у медіамистецтві?

Таким чином, для медіадискурсу розробка проблематики дару не є випадковою – починаючи з класичної праці М.Мосса, Р.Фірта, К.Леві-Стросса, російського дослідника Б.Гройса, поняття дару розглядається саме у зв'язку з медіа.

Мосс вважає символічний обмін архаїчною формою економіки, що передує сучасній її формі, та водночас виходить з того, що з появою грошей та ринку товарів символічна економіка зовсім не втратила свого значення, оскільки набагато ширша за ринок. У цьому розумінні Мосс не бачить ніякої суттєвої різниці між архаїчними і сучасними культурами. Так, у європейській культурі Нового часу значення ринку обмежено, адже воно не оперує “внутрішніми цінностями”. Символічний обмін дарами тотальний – Мосс називає його “системою тотального обміну”, оскільки на відміну від нормальної грошової економіки при цьому обмінюються не лише товари, але й “знаки уваги, обряди, військові послуги, жінки, діти, танці, свята, ярмарки, на яких ринок складає лише один з елементів, а циркуляція грошей – лише один з багатьох аспектів набагато більш широкого та більш постійного договору” [8/6]. Моссівське розуміння дару як “суспільного феномену”, його аргументи щодо економізації безкорисливості, щедрості, самопожертви і навіть саморуйнування мають для нашого дослідження принципове значення.

Вчення про ринок та ринкові відносини, починаючи з теорії Адама Сміта, бачать їхнім суб’єктом певний людський тип – буржуа-прагматика, що все прораховує, керуючись у своїх діях не принципами моралі, не альтруїстичними імпульсами, а виключно калькуляцією власних витрат та прибутків. За Моссом, рятівною альтернативою для людства є його антипод - жива людська індивідуальність, керована непрагматичними інтенціями свого внутрішнього світу; з’явитися вона може лише у полі символічної економіки. (Не дивно, що романтизм, включаючи й політичний, шукає порятунку в мистецтві, релігії та навіть у війні як шансі для людини керуватися вищими імперативними принципами).

В цьому ж дискурсі рухається і Б.Гройс у дослідженні медіа, стверджуючи, що медіапростір народжує підозру, адже все, що знаємо про наше суспільство і навіть про світ, в якому живемо, ми дізнаємося через мас-медійні канали. Це стосується не лише суспільного знання та історії, але і

знання природи. Ми дізнаємося про стратосферу так само як Платон дізнавався про Атлантиду: “люди говорять таке...” З іншого боку, про самі джерела інформації, мас-медіа ми чули таке, що не дає нам можливості довіряти цьому джерелу. Ми повсякчас опираємося їх дії на нас, підозрюючи, що нами маніпулюють, але по суті, це нічого не змінює, адже знання, що нами отримані через медійні канали, немов самі складаються у замкнений каркас, елементи якого підтримують один одний.

Формування «економіки підозри» носить, за Б. Гройсом, всеоб’ємний характер не тільки тому, що вона включає фігури довіри, віри та відвертості, але й через те, що ставить під підозру все суще. Автоматично і те, що показується, викликає підозру, що приховує за собою дещо інше, підозру, яку неможливо ні підтвердити, ні спростувати. Її головним джерелом у даному випадку є, за Гройсом, наявність за медіаповерхнею не глибокого, фундаментального медіума, а брехливого та небезпечного маніпулятора, що може представляти безпосередню, хоча і приховану, загрозу для спостерігача. “Підозра відносно суб’єктивності, що таємно маніпулює речами зсередини, представляє собою найвищу і найбільш радикальну форму медіа-онтологічної підозри, неможливо просто ігнорувати або висміювати, як це зазвичай робиться”. [70]

Сучасні медіатвори заграють саме з цим феноменом “підозри”, або викриваючи його, або створюючи підстави для його поглиблення, через що опиняються у площині одразу трьох згаданих економік – ринкової, символічної, та економіки «підозри».

Символічна цінність художнього продукту відтепер залежить не від геніальності автора, непересічності твору та підстав зайняти місце у культурній скарбниці людства, а створюється шляхом його суб’єктивного прочитання реципієнтом.

Будь-яка творчість завжди є творенням нової інформації. Її сприйняття у випадку медіа-арта не передбачає жодного передбачуваного аналізу –

сприймаючи твір, реципієнт має розтлумачувати його самостійно, так, як йому заманеться.

Розуміння медіапрактики передбачає усвідомлення нерозривності її зв'язку з експериментом. Визначення “художній експеримент” або “експериментальна творчість” доволі часто вживаються у характеристиках новітніх мистецьких проєктів не для констатації художньої неспроможності роботи, а з метою підкреслення її пошуковості.

Так унаочнюють себе зміни у людському світосприйнятті і їх аналог – зміни в естетичній парадигмі ХХ-ХХІ ст. Мистецтво стало сферою експерименту, дослідження та апробації різноманітних ідей, методів, технологій, в тому числі – і нехудожніх. Сама метафора лабораторії стала в ньому настільки популярною, що творчі колективи та організації у всьому світі почали називати себе саме так. Досить згадати у зв'язку з цим російський медіацентр MediaArtLab – провідну організацію, що стимулює розвиток медіакультури відповідного регіону або групу українських художників РЕП (Революційно-експериментальний простір).

Більше притаманний науковій, а не художній практиці, експеримент став сьогодні невід'ємною частиною творчих пошуків, підтверджуючи, що поєднання мистецької діяльності з науковою – не метафора, а реальність. Переконливим доказом цього можуть служити роботи, виконані у 80-х рр. ХХ ст. у Масачусетському технологічному університеті Дж. Девісом, що позиціонував себе як художник, зокрема: “Мікровенера” – вкладена у бактеріальний геном художня робота; звуковий мікроскоп - мікроскоп, що перекладає світлову інформацію на звук, дозволяючи у такий спосіб “почути” живі клітини, кожну з її власним “акустичним підписом”; досліді для з'ясування того, як бактерія *E.coli*⁸ реагує на джаз.

Перед нами досить винахідливо сформульовані ідеї, та вони ще надто далекі від того, щоб увійти до скарбниці фундаментальної науки. Нічого з цього переліку не відповідає і суті мистецтва у його традиційному розумінні,

⁸ *E.coli* (*Escherichia coli*) – широко розповсюджена бактерія кишкової палички

проте єдиний ключ до з'ясування того, чому один з найвідоміших наукових центрів США надавав Дж. Девісу можливість працювати у своїй лабораторії – це самоідентифікація вченого-експериментатора як художника, що вкотре підтвердило взаємну корисність співпраці науки і мистецтва, її креативну продуктивність. Зі свого ж боку, невід'ємне від розвитку новітніх комунікаційних технологій, медіамистецтво рухає їх уперед, адже свобода можливостей, отриманих митцем, стає стимулом до збагачення медійного інструментарію.

Творці актуального мистецтва не ілюструють заздалегідь сформовану тезу, не пропонують спожити готовий продукт, а здійснюють своєрідні дослідження, експериментують, спонукаючи глядача до самостійного вибору моделі сприйняття та висновку. Яскравою ілюстрацією такої позиції є творчість італійця Джанні Мотті, чий твори є вторгненням у сучасну дійсність. Сфера інтересів Мотті – найширший спектр суспільних відносин. Використовуючи у своїх творах репортерські фото- та відеозйомки, він розкриває абсурдність існуючої дійсності, спонукаючи до висновку, що все оточуюче до певної міри вже є мистецтвом, яке треба лише виявити. Для нього мистецтво та реальність невід'ємні одне від одного.

Принциповою відмінністю актуальних художніх практик є і найбільш яскраво виражена у медіамистецтві цілковита залежність від контексту: відтворюючись щоразу в іншому контексті, воно спонукає свого споживача щоразу вбачати в ньому інший зміст, виявляти його нові грані. Таким чином, унікальність твору обумовлюється не його авторським створенням, а шляхом його наступних прочитань.

Сучасне актуальне мистецтво є синтетичним. Митець, що працює у його площині, не обмежений нічим, крім власної уяви, вона ж, як відомо, меж не має – ось чому його продукт важкий для аналізу, спроб класифікації та систематизації. Медіатвір може бути доповненням до театрального проекту, інтегруватися у скульптурну, живописну, архітектурну форми заради їх найкращої концептуалізації. Так, у проекті «Перешкода»

художники Аліна Якубенко та Денис Саліванов транслювали проєкцію задалегідь відзнятого відеоряду на напівзруйнований будинок ХІХ ст. у центрі Києва. Синтез архітектури – традиційного - та відео – новаційного – дозволяє розкрити трагічність ситуації із забудовою історичних центрів міста.

Для глядача цей проєкт має кілька рівнів зчитування. На першому маємо фабулу, подану засобами сучасних медіа – символічну візуалізацію проблеми: цілком реалістичний початок повернення людини додому розгортається у фантастичний сюжет із роздвоєнням особистості та, врешті, самознищенням людини.

Інший рівень – форма: проєкція візуального ряду на майже вщент зруйнований будинок ХІХ століття, від якого залишилась лише одна стіна. Основна інтенція відеоряду - усвідомлення нерозривності поколінь та приреченості кожної людини, що так чи інакше приносить себе у жертву загальної людської історії.

Випробуваний часом художній прийом зміни зображення з кольорового на монохромне дає глядачу ще один вектор потрактування: колір відображає реальність, тоді як чорно-біле зображення передає ірраціональність того, що діється. Ще один рівень сприйняття забезпечує асоціативний ряд: чорно-біле зображення у призвичаєної до кольору сучасної людини асоціюється з минулим - ми наче насправді поринаємо в історію конкретного будинку, а, врешті, - в історію, якої в реальності ніколи не було.

Глядач в залежності, від свого досвіду, або віднаходить всі три рівні, або задовольняється одним з них. В цій багат шаровості смислі також проявляється інтерактивність мистецтва.

Так виникає одна з ключових характеристик медіамистецтва “інтерактивність”. Будь-який медіатвір виступає не просто висловлюванням автора з якогось приводу, а є провокацією, спонуканням до діалогу, полем можливої комунікації. Переконливим прикладом в цьому плані можуть бути

твори сучасного турецького митця Кутлуга Атмана - засновані на оповідності, вони експлуатують можливості кіно як місця зустрічі реальності та вимислу, передбачаючи глядача у ролі співавтора. У просторі, створеному Атманом, звичайні люди (нерідко знайомі художника) грають кілька ролей, змішуючи своє реальне життя з привнесеними ззовні інтригою та драматичністю. Під час зйомки вони самі створюють себе, додаючи до власного образу вигадані, зазвичай невластиві їм риси. Зазвичай роботи Атмана демонструються в декількох проекціях. Глядач рухається у заданому екранами просторі і, ніби повторюючи рух камери, що втручається у життя, входить у психологію тих, кого знімають. Запропонована історія поспражньому виникає саме в той момент, коли її переглядають. Іноді цей процес відбувається комфортно, іноді тривожно, проте щоразу автор спонукає глядача до співставлення власного досвіду з екранними історіями.

Кожний реципієнт формує власну інтерпретацію цього твору. Зрештою, автором кожного такого твору є не той, хто його сприймає, інтерпретує. Твір народжується у сприйнятті, і саме від його суб'єкта залежить те, яким він буде. Ця характерна для медіамистецтва властивість унаочнена у багатьох медіапроектах, зокрема у проекті українських креаторів Олександра Верещака та Маргарити Зінець «Без назви». Здійснений 2005 року у вигляді інтерактивної інсталяції, проект за правилами «жанру» був центрований до реципієнта: людина, що заходила до кімнати, ставала центром проекції - від неї починали розходитись світлові кола, подібні до тих, що виникають від кинутого у воду камінця. Показовою є назва проекту, що одразу протиставляє цей медіапродукт тематичній спрямованості мистецтва класичного зразка. Він – лише привід для комунікації: для діалогу, а, радше, для полілогу.

Продукт інтеграції науки, техніки та мистецтва, медіа-арт цілком природно має відмінне від традиційного бачення постаті митця. Роль медіакреатора дійсно не вимагає спеціальної художньої освіти – медіамитцем може стати не лише професійний художник-експериментатор, а

представник будь-якої сфери діяльності: програміст, дизайнер тощо. Митці ж, починаючи працювати у медіамистецтві, нерідко демонструють зворотний рух – переходять до суміжних, комерційно більш вигідних, проектів, стаючи рекламистами або веб-дизайнерами. Сама природа медіа-арта сприяє такому перетіканню кадрів.

Перехід від медіакреативу до анімації та режисування музичних кліпів зробив сьогодні український медіахудожник Іван Цупка, чий проект “Wireframe” 2002 року відкрив у Києві галерею Марата Гельмана.

Проект представляв собою серію фотографій, єдиним спецефектом при виконанні якої було спеціальне неонове освітлення яким підсвічувалася нанесена у вигляді сітки на тіла реальних людей люмінісцентна фарба. У такий дуже простий спосіб реальні люди стали подібними на вайрфрейми⁹, тобто невідрендерені (невізуалізовані) 3D моделі людей. Таким чином, художник ніби грає з віртуальною реальністю підмінюючи віртуальне – реальним.

Ще одну ознаку сучасного актуального мистецтва - його соціально-критичну спрямованість – унаочнюють проекти українських художників Юрія Кручака та Юлії Костирєвої, здійснені у своїй найяскравішій частині у мережі Інтернет. Так, відповіддю на загострення демографічної кризи в Україні стала їхня робота над проектом “Baby”, розпочата 2002 року. Медіакреатори запропонували віртуальне вирішення проблеми, створивши в мережі Інтернет сайт, де пропозиція завести віртуальну дитину обігрувалась як цілком реальний проект дистанційної вагітності, розробленої та запровадженої компанією “TSG” (Telemetric System Group). На сайті можна було ознайомитись із правилами участі у проекті і дізнатися про переваги такого способу завести дитину. Згодом протягом року було проведено декілька презентацій проекту у реальному просторі у Києві та Харкові, де всі бажаючі могли заповнити анкету та обрати для майбутньої дитини колір

⁹ Вайрфрейм – термін що використовується у комп’ютерній графіці для позначення одного з етапу моделювання тривимірної форми. Представляє собою решітчастий каркас.

очей, волосся, довжину кінцівок та риси характеру, а також “познайомитися” з нею за допомогою інтерактивної інсталяції. Цікаво, що анкета мала питання: “Чи хотіли б ви, щоб ця дитина мала відношення до оточуючої реальності?”, і майже всі, хто її заповнював, заволяли не впускати віртуальну дитину у реальний світ.

Триваючи впродовж кількох років, даний проект не тільки отримав великий резонанс у засобах масової інформації, а мав і цілком реальні наслідки: значна кількість людей, залучених до нього, зрештою вирішила народити дитину. Крім цього, проект “Бейбі” ще раз підтвердив здатність медіамистецтва бути зоною експерименту, дослідження та апробації не лише методів і технологій, а й різноманітних ідей, в тому числі – нехудожніх.

Принципово важливим є те, що поява медіа-арта у масиві сучасного мистецтва створила в культурі простір широкого полілогу. Маніфестуючи свою відданість вимогам часу, contemporary art постійно змінює свої форми, існуючи завжди лише “тут і тепер”, апелюючи не до цілісної людини, а до тих її рис та інтенцій, що актуалізовані проблемами сучасного буття.

2. Механізми самозбереження медіамистецтва у просторі культури

В той момент, коли в житті суспільства провідну роль починають відігравати комп’ютерні технології сучасні мистецтво та наука все більше перетинаються та починають інтенсивно співіснувати у спільному творчому просторі. Якщо звернутися до етимології слова “технологія”, то походить воно від грецького *téchne* — мистецтво, майстерність, вміння, та *логос* — слово, знання. Технологія в широкому розумінні - це певний накопичений об’єм знань, які можна використовувати для виробництва будь-чого. З іншого боку, технологія – це впроваджене в життя наукове знання, що вдосконалює способи та засоби виробництва. Як вже зазначалося головним рушієм розвитку сучасного світу є високі технології (*high technology, hi-tech*)

та інформаційні технології (*information technology, IT*). Саме у ці області знання вкладається більшість ресурсів, а світова економіка як база поступу людства формується з огляду на ринок високих технологій.

Закономірно, що розвиток технологій нерозривно пов'язаний з розвитком наукової думки, але наприкінці ХХ століття здійснюється спроба залучити до сфери технологій і мистецтво. Мистецтво, як і наука, є формою пізнання та освоєння дійсності. І хоча зв'язок мистецтва та науки є і залишається цілком очевидним, проте сьогодні він зазнає деяких суттєвих трансформацій. Мистецтво є сферою експерименту, дослідження та апробації різноманітних ідей, методів, технологій, причому необов'язково таких, що мають відношення до традиційного художнього арсеналу.

Чому ж відбувається таке зрощення цих двох галузей? В основі як науки, так і мистецтва, лежить творчість, а будь-яка творчість означає створення нової інформації. Проте наука у своїх пошуках більше спирається на логіку, тоді як мистецтво, за своєю природою – інтуїтивне, адже формується на основі інтенцій, схоплених у зовнішній дійсності, причому не завжди свідомо. Художній підхід не потребує чітких вихідних даних, логічних умовиводів та доказів, на які вони спираються, воно не потребує обов'язкових висновків чи результатів. Мистецтво тотожно лише саме собі та нічим не обмежене, а тому й вільне. Інтуїтивний характер творчості, притаманний мистецтву, дозволяє суттєво скоротити відстань від початкового, вихідного знання до отримання якісно нової інформації.

З одного боку, сучасні темпи розвитку суспільства не дають змоги фундаментальній науці працювати так, як раніше, адже евристичність наукової думки головним чином базується на ґрунтовному аналізі всіх попередніх теорій, дослідів, випробуваннях та детальних розрахунках. Але всього цього вже недостатньо, аби бути в авангарді технологічної революції: потрібно миттєво реагувати на зміни зовнішнього середовища і пропонувати нестандартні, позбавлені штампів, моделі вирішення як прстих, так й інноваційних задач. Усе це може привнести у наукову практику лише

митець, опановуючи новий творчий простір. Відтепер створення “технологій” стає мистецьким актом.

Саме тому розглядати, вивчати та осмислювати цю нову форму естетичної діяльності можливо лише в загальному контексті сучасної культури, невіддільно від її соціальної природи та розвитку новітніх технологій.

Створення технікою разом з мистецтвом єдиного простору освоєння світу долає його, створюючи певний паритет між раціональним і почуттєвим, адаптуючи техносферу для сучасної людини. З іншого ж боку, мистецтво, оперуючи технологічним інструментарієм, розширює горизонти своїх можливостей, надто – у впливі на свідомість сучасника. Водночас, переймаючи характерні для художньої творчості інтуїтивні прозріння, новітні технології пришвидшують свій науковий пошук, варіюючи свою теоретичну думку в системі творчих координат, традиційно притаманних мистецтву. Таким чином, спільними зусиллями двох різних сфер освоєння світу створюється новітній художній простір і спровокована ним система його сприйняття.

Мистецтво, що освоює новітні технології, постійно еволюціонує, тому що залежить від темпів розвитку високих технологій та програмного забезпечення. При цьому прагнення “приручити” техніку, скористатися з усіх її можливостей нерідко шкодить художності. Техніка, на основі якої розвивається медіамистецтво, специфічно реалізуючи людське начало на етапі свого створення і запровадження, надалі у реальних формах свого буття входить з ним у протиріччя. Будь-яке технічне досягнення, привнесене ззовні в мистецтво, після першої ейфорії від отримання нового інструментарію має бути обов’язково трансформованим у засіб досягнення художньої виразності, а якщо ні, то просто зникнути, звільнивши місце для нових технічних запозичень. В історії мистецтва подібний “природний відбір” вже не раз мав місце, зокрема в кінематографі, який сьогодні неможливо уявити без наявності технічно забезпечених засобів виразності.

Однак відомо, що їх поява сприймалася спочатку надзвичайно вороже, а тому й залучення їх до мистецького інструментарію відбувалося поступово та із значними зусиллями. Набагато важче навести приклад технологій, що не прижилися у мистецтві; згадка про них в наш час має цінність лише історично-інформаційну.

Медіамистецтво – явище, що розвивається стихійно в силу особливостей його створення та репрезентації. Але, будучи досить вагомим сегментом у розмітці сучасного художнього поля – воно потребує інституціалізації, яка хоч і зі значними складностями, але відбувається.

В першу чергу складності пов'язані з особливостями самого художнього продукту, який майже повністю унеможливорює архівацію та зберігання їх у первозданному вигляді, так як будучи зав'язаним на технологію, яка постійно змінюється, разом з самим художнім продуктом необхідно зберігати і обладнання яке могло б його відтворити. Що досить складно, враховуючи динаміку цих змін.

Більшість художніх продуктів медіамистецтва існують у віртуальному просторі та ніяк не можуть бути виражені у матеріальному вигляді. Як наприклад, всі проекти нет-арту, існування яких забезпечене доступом до мережі Інтернет, в такому разі безглуздо музеєфікувати такі твори, адже будь-хто може побачити їх з власного ПК, підключеного до мережі, не виходячи з дому

Саме тому музеї, що в сучасних умовах обов'язково мають свої віртуальні представництва у мережі, створюють віртуальні департаменти для зберігання медійних проектів. Як наприклад, спеціальний проект Музею американського мистецтва Утні у Нью-Йорку – “ARTPORT” (<http://artport.whitney.org>), присвячений нет-арту і цифровому мистецтву: він існує у вигляді інтернет-сайту, де представлені реалізовані на конкурсній основі оригінальні мережеві проекти. Цей ресурс одночасно виконує і функцію інтернет-галереї, де щомісяця здійснюється презентація мережевої творчості одного із запрошених креаторів.

Такий вихід із ситуації є надзвичайно виправданим, в першу чергу через те, що в такий спосіб відстежується поява нових цікавих проектів, які розміщуються (архівуються) на сервері сайту музею, що значно подовжує термін життя проектів у мережі, які часто зникають, залишаючись непоміченими, через технічні або матеріальні причини (коли у того хто розмістив проект на сервері немає необхідності, або більше сплачувати за домен), або він просто перестав бути цікавим власнику сайту тощо.

Таким чином у процесі інституціалізації медіамистецтва, головною задачею якої є впорядкування та дослідження розвитку цього феномену – активісти, музейні працівники та самі художники стикаються з неможливістю написати справедливу та вичерпну історію медіамистецтва, саме через особливості його функціонування.

Спробою написання історії нет-арта його ж мовою став проект «Idealine» американського медіахудожника М.Уаттенберга (*Martin Wattenberg*), що спробував візуалізувати його розвиток за допомогою шкали етапних, на його думку, нет-арт проектів, відкритою до можливості її доповнення будь-яким користувачем. Взавши на себе функцію мережевого куратора, Уаттенберг надав всім бажаючим можливість вписати себе в історію нет-арта за принципом, схожим з функціонуванням “Вікіпедії” – найбільшої з існуючих у світі енциклопедії, чия специфіка полягає в тому, що завдяки спеціальній технології її автором та редактором може стати будь-хто з користувачів Інтернету.

Ще однією складністю на шляху до інституціалізації медіамистецтва є його повна непідвладність будь-якій систематизації. Майже кожен проект може представляти певний окремий напрямок, будучи не схожим ні на що з того що було створено до нього. Твори цього варіанту мистецтва можуть приймати як текстову, так і візуальну форму, здатні мати конкретну ідею, а можуть взагалі позбавлятися сенсу. Єдине, що їх поєднує, це інтерактивність – можливість реципієнта впливати на те, що діється перед ним на екрані комп’ютера.

Так, один з авторитетів у цій сфері англієць Хіт Бантін встановив на центральних вулицях Дубліна, Токіо, Лондона та Лос-Анжелеса телекамери, зв'язавши кожен з них з окремою веб-сторінкою, щоб будь-який користувач, в якій би частині земної кулі він не знаходився, потрапивши на цей сайт, міг би сповістити поліцію відповідного міста про помічені ним правопорушення. Отже, кожний з користувачів отримує можливість розсунути межі простору та часу свого існування.

Одним із розповсюджених варіантів творчої активності в мережі Інтернет, що прирівнюється до мистецького акту, є так званий хактивізм. Серед найбільш яскравих хактивістів – група художників і теоретиків мистецтва Electronic Disturbance Theater (EDT), що проповідує електронну версію громадянської непокорності в мережі. На думку ідеологів EDT, "вулиці померли", тому у хактивізма немає іншого виходу, як повністю перейти у мережу.

EDT став відомим наприкінці 90-х, розповсюджуючись у системі "denial-of-service" (DOS). Серед її головних проектів – FloodNet – атака якоїсь певної символічної цілі в мережі (наприклад, Інтернет-сторінка Всесвітнього економічного форуму): хактивісти одночасно атакують сервер форуму, разом завантажуючи одну й ту ж саму сторінку, що призводить до перезавантаження серверів а призупинення їхньої роботи. Ефективність такої акції прямо пропорційна кількості її учасників. В результаті "віртуальні сидячі демонстрації" часто виявляються ефективнішими за реальні, тим більше, що в електронній акції одночасно можуть приймати участь люди, які знаходяться в різних географічних точках.

Характерною рисою, що вирізняє більшість мережевих проектів у загальному просторі актуального мистецтва, є їх зумисно акцентована несерйозність та притаманний їм елемент гри. Така форма надзвичайно атрактивна для сучасного користувача безмежної кількості інформаційних та соціальних мереж. Де єдиною можливістю примусити його вступити у комунікацію – це зацікавити, втягнути в певний інтерактивний процес.

Мережа Інтернет – зона вільна від будь-яких примусів, догм та стереотипів залишає дуже мало простору для маніпуляцій з суспільною думкою. Лише те, що є дійсно цікавим може викликати справжній інтерес та змусити зупинитись на тому чи іншому проекті.

У дослідженні природи та стимулів появи й розвитку медіамистецтва не спрацьовує традиційна думка, що в основі різнорівневих змін у мистецтві лежить, передусім, зміна його тематики, обумовлена трансформаціями оточуючої його дійсності. Медіа-арт виявляє свою інакшість в тому, що першим та визначальним фактором його виникнення та еволюції були й залишаються технічні пристрої для запису, збереження та роботи з інформацією. Воно не є суто художнім феноменом, а інтенціонально – скоріше явищем інтердисциплінарним.

Головною та адекватною природі медіа-арта інституціональною підтримкою є існування різноманітних медіафестивалів, які є надзвичайно пластичними щодо політики відбору та володіють можливістю постійно змінювати її, в залежності від потреб часу. Зразками в цьому сенсі є фестивалі що проводить найбільший в світі цетрт медіамистецтва АрсЕлектроніка в Австрії, фестиваль ТРАНСМЕДІАЛЕ у Німеччині, та події що відбуваються за підтримки Масачусетського Технологічного Університету в США. В Україні ж медіамистецтво розвивається виключно завдяки ініціативі самих арт-истів, що прагнуть освоїти нові виміри художності, відчуваючи завдяки своїй творчій інтуїції її неабиякий потенціал.

Медіамистецтво розвивається, функціонує та розповсюджується не в останню чергу завдяки фестивалям, що стимулюють його подальшу еволюцію та натуралізацію в культурі. В Україні є два такі функціонуючі фестивалі: харківський та київський. Найбільший - у Харкові - має назву NonStopMedia. Спершу його було задумано як суто медійний фестиваль, проте після того, як для першого проекту не назбиралось достатньої кількості медіатворів, цей фестиваль став постійно діючим майданчиком для

репрезентації найрізноманітніших практик молодого актуального українського мистецтва, що суттєво пожвавило його розвиток.

Київський міжнародний фестиваль медіа-арта, яким керує куратор Наталія Манжалій, займається не стільки сприянням розвитку внутрішнього медіамистецтва, скільки ознайомленням української аудиторії з його світовим контекстом. Для цього разом з Людмилою Мацюк, керівником альтернативних візуальних студій, було створено медіа-артлабораторію – організацію, що ініціює різноманітні виставки, конференції та семінари з медіамистецтва, залучаючи до участі в них найавторитетніших світових експертів. Така співпраця виявляється дуже плідною, адже розширює горизонти розуміння природи і можливостей нового мистецтва.

У 2005 році в Українському домі Фондом сучасного мистецтва Віктора Пінчука було реалізовано масштабний проект “Перевірка реальності”, на якому були представлені твори українських актуальних художників, що звернулись до медіа. Він мав характерні для вітчизняного артпростору ознаки: анонсований зв’язок з медіа при досить відносному зв’язку представлених творів із медіамистецтвом у його сьогоденному розумінні, адже відеоробота/відеодокументація стає медіатвором лише тоді, коли технологічна база твору є естетично навантаженою.

Практично всі сучасні українські художники, що працюють у площині сучасного актуального мистецтва, мають медіадоробок. І твори, представлені у згаданому проекті-виставці, належали не медіакреаторам, а художникам, що працюють у більш традиційних практиках. Розуміючи значення медіа для сучасної культури, вони звернулися до теми медіа та спробували її проінтерпретувати. Вийшов досить цікавий експеримент, що проілюстрував перехідний період у мистецтві України та неспроможність традиційних практик ігнорувати візуальність, нав’язувану пресингом медіа у сучасному житті. Вона посвоєму зажила у своєрідних роботах Василя Цаголова “ВОНИ ЙДУТЬ” (2004), Олега Тістола “КОНФЕРЕНЦІЯ” (2005), “КАБМІН”(2005), “ВЕРХОВНИЙ СУД” (2005).

Попри використання традиційної техніки «полотно, олія», неможливо позбутися відчуття, що твір В. Цаголова є насправді фрагментом чергового телевізійного блокбастера: “з екрану” на нас насуваються загрозливі постаті з рушницями в руках, викликаючи почуття дискомфорту, якоїсь загрози. Абсолютно статичне зображення створює ілюзію, що картинка за класикою жанру має ось-ось змінитися наступним кадром, всіх буде нещадно розстріляно. Зображення людей О. Тістолом має прямий відсил до телевізійних новин: автор дозволяє собі та своїм героям розчинитися у медіапросторі, стати його частиною.

Представлена у межах проекту «Перевірка реальності» робота Ігоря Гусєва “Кібернаїв” (2005) унаочнила роздуми над стосунками художника з медіареальністю: авторський проект складався із двох частин. У першій митець переносить на полотно широко розповсюджені в мережі еротичні картинки, надаючи їм у такий спосіб значення високого мистецтва. Це утопія райського життя “аля Гоген”, але не на Таїті, а на лоні віртуальної реальності. Друга частина – це відео, де автор власноруч розбиває сокирою роги: така собі самоіронія арт-иста, майже дадаїстичний жест, адже від художника і досі чекають не просто констатації факту, але і певного його критичного коментаря.

Одним з перших українських художників, що почав активно використовувати у своїй творчості медійні можливості був Олександр Гнилицький. Навіть будучи блискучим живописцем він, ще на початку 90-х рр. відчув, що йому тісно у рамках звичайної картини та традиційної техніки “полотно, олія”. Трошки пізніше це захоплення вилилося у серйозні медійні проекти, що існують на межі живопису та медіамистецтва. Разом зі своєю дружиною Лесею Заєць вони створили групу “Інституція нестабільних думок”, що хоч і займається різноманітними художніми практиками, все ж надає перевагу медійному вектору. У своїх проектах “Кімната”, “Візуальний вініл”, “Медіакомфорт” вони використовують 3D анімацію, відео, накладення проекції на живопис, створюючи все нові і нові конотації змісту.

Врешті, прийнявши у свій художній арсенал медіа, згадані митці не віддають їм перевагу у творенні художнього продукту, а, таким чином, коректним є питання, маємо ми тут справу з медіамистецтвом чи ні, хоча вже факт широкого використання медіа поза межами власне медіа-арта є діагностичним у з'ясуванні його естетичної продуктивності.

Отже, як показує аналіз практики медіа-арта медіамистецтво не можна звести до якогось визначення, підвести під якусь типологію, як неможливо і виміряти значимість кожного проекту для художнього поля. Це явище, цілісно можна осягнути лише з певної дистанції, якої сьогодні ми ще не маємо. Вектор його розвитку спрямований туди ж куди вказує і вектор розвитку новітніх технологій. Та хоча воно і залежне від технологій, знаходячись у певній ейфорії від отриманих з ними можливостей, але має достатню внутрішню свободу, аби критично осмислювати їх проникнення у простір людського існування, виявляючи пов'язані з ними проблемні місця.

Отже можемо констатувати, що при всій складності сучасного функціонування медіа-арта, його поступове впровадження в легітимоване інституціями художнє поле відбувається. Найбільш продуктивним способом дослідження та апробації актуального лише “тут і тепер” медіамистецтва є щорічні міжнародні фестивалі в рамках яких не лише виставляються медіатвори, але і відбувається дискусія з їх обговорення.

3. Нет-арт як виразник культурних перетворень

В сучасному художньому полі, надзвичайно чутливому до ситуації на арт-ринку, особливе місце посідає нет-арт. Мистецтво, яке з моменту своєї появи існує поза ринковим контекстом і поки що є повністю некомерційним. Цей факт робить його простором суцільного художнього експерименту і пояснює високу зацікавленість професійної спільноти у цьому виді медіапрактики, саме з нет-артом багато хто з критиків пов'язує майбутнє медіамистецтва.

Мережеве мистецтво має всі властивості, притаманні іншим медіальним практикам: відсутність опозиції “копія-оригінал”, відсутність твору як об’єкту, а отже і товару, всі твори нет-арту направлені виключно на комунікацію, а не на репрезентацію, як більшість традиційних мистецьких практик.

Як відомо, будь-які зміни в мистецтві починаються з теми. Які ж теми стають приводом для мережевих проєктів?

Найчастіше об’єктом художньої рефлексії нет-арту стає критичне осмислення процесів медіакомунікації і впливу тотального впровадження технічних посередників у повсякденне життя. Прикладом може бути проєкт американця Бена Беньяміна “Суперпогано” <http://superbad.com>, який являє собою сайт з незліченною кількістю зображень, що залінковані одне на одне. І чим більше реципієнт намагається віднайти зміст у картинках, що з’являються на екрані його комп’ютера, тим більше він заплутується в лабіринті безглуздості. Цей проєкт стартував у 1997 році як рефлексія на поп-культуру. Постійно змінюваний набір образів, жодним чином не пов’язаних між собою, імітує редукований до зображення простір сучасного міста, перенасиченого візуальними знаками. Створюючи цей сайт, його автор не ставив перед собою будь-яку, а тим більше художню мету – це було лише побічним продуктом його основної діяльності (веб-дизайн), де він тестував можливості своїх розробок. До рівня мистецтва цей проєкт звели фахівці музею американського мистецтва Whitney Museum, які відзначили цей сайт, та ще вісім інших номінантів, премією на музейному бієнале у 2000 році. Цей факт виразно демонструє справедливість, з одного боку, теорії художнього поля П. Бурдьє, а з іншого – інституціональної теорії мистецтва Дж. Дікі. [Dickie, 1974], оскільки мистецьким цей твір робить не що інше, як визнання його таким у професійному співтоваристві.

Та сама ідея втомленості від візуальних образів, але в дещо іншому вигляді втілюється в проєкті Олексія Шульгіна “Лікування від інформаційної хвороби” <http://www.desk.nl/you/remedy/>. Вдаючись до іронії,

ключової смислової фігури постмодерного мислення, Шульгін пропонує глядачеві полікуватися від інформаційної хвороби за допомогою гри, в якій реципієнт власноруч обирає спосіб, у який зображення рухатиметься на екрані. Поява такої хвороби викликана перенасиченістю візуальною інформацією. І якщо проект Бена Беньяміна потрапив до сфери мистецтва ненавмисно, то Олексій Шульгін – провідний світовий нет-артист – свідомо працює з художнім контекстом, хоча традиції мистецтва його мало цікавлять від самого початку. У його відомому маніфесті нет-арту він закликає художників звільнитися від застарілих ідей репрезентації та маніпуляції, поринувши в “реальність чистої комунікації”: “забути саме слово та поняття “мистецтво”, викинути з голови уявлення “про минуле та майбутнє, тому що вони не існують” і “сконцентруватися на теперішньому, яке не може бути описаним і яким неможливо заволодіти” [215].

Щось подібне можна побачити у інших визнаних представників мережевого мистецтва. Піонери нет-арту група Джоді (jodi) використовують у своїй творчості тактику імітації комп’ютерних вірусів та збоїв, позиціонуючи їх як естетичний акт з метою реконструювати візуальну мову веб-сторінок. Їхній сайт <http://www.jodi.org/> являє собою окремий арт-проект у мережі. Потрапляючи на першу сторінку проекту, перед глядачем починають мерехтіти різноманітні символи, які неможливо пов’язати в якусь більш-менш логічну конструкцію. Це трактується ним як помилка браузера. Насправді ж, якщо подивитися на вихідний код сторінки, ми знайдемо там схему роботи водневої бомби. У вихідний HTML код кожної сторінки на своєму сайті художники вклали зображення-схему, зовсім інакше потрактоввану браузером, що її відтворює. Таким чином, переходячи за «лінками» на сайті, користувач повсякчасно потраплятиме на дивні символи, що не матимуть для нього найменшого сенсу, але насправді будуть художнім твором, виникнення якого буде спровоковано ним самим, але створено машиною.

Отож, мистецькі проекти, що існують у мережі – це комунікація, зведена в абсолют: самі твори стають лише приводом для неї, використовуються нею для самовідтворення.

Проект американського креатора Енді Дека <http://www.artcontext.net/act/05/screeningCircle/> спрямований на колаборацію та анонімну комунікацію. Цей проект – закрита форма, що розвивається всередині себе. Відвідувачі сайту можуть обрати квадрат для малювання та редагувати екрани одне одного. Фігури, що виникають на екрані, одночасно можуть редагувати кілька людей. Щоразу результат їх маніпуляції буде миттєво виставлений на загальний огляд, і все починається знову: підключаються нові учасники, і творення триває. Особистість розчиняється в безперервному колективному акті творення, у якого немає ані початку, ані кінця. В реальному просторі суспільної комунікації люди вболівають за збереження своєї особистості, вони завжди мусять себе якось позиціонувати в соціумі, використовуючи одяг, аксесуари, манеру розмовляти, поводитися тощо. Але в просторі мережі всі ці механізми не актуальні – найвищою цінністю тут є сама комунікація. І кожен учасник цієї комунікації знаходиться наодинці перед екраном монітора, проте все ще потребує досвіду спільності, співпричетності, співприсутності іншої людини, адже виходить у мережу він саме для цього. Саме бажання отримати цей соціальний досвід у редукованому мережевому просторі, примушує його користувачів приймати естафету анонімного акту творення, запропонованого їм цим проектом.

Більшість проектів в Інтернеті розгортаються у вигляді ненав'язливої іронічної гри, проте зрештою за їх вдаваною поверховістю та простотою можна побачити більш глибокий зміст, як, наприклад, у проекті Барбари Блум “Напівпорожній – напівповний” <http://65.181.178.190/bloom/VA.html>. Головні герої цього віртуального проекту – об'єкти, які з'являються та зникають у вишуканому відеонатюрморті. Відео майже статичне, хоча розвивається в реальному часі,

яким реципієнт може з легкістю керувати. Автор створює можливість обрати один із трьох звукових треків, кожен з яких може бути співвіднесений з тим, що відбувається на екрані. На одному з треків можна чути голоси дітей, в іншому – чоловіка та жінки, в третьому – літніх людей, але відео щоразу залишається одним і тим самим. Треки відповідно символізують минуле, теперішнє та майбутнє. Барбара Блум порушує проблеми часу та простору, що втрачають свою онтологічну визначеність у медіапросторі, вона працює з категоріями сталості, незмінності та плинності. Простір мережі дає можливість візуалізувати часові трансформації відносно одного й того самого простору, легкість підміни одного часу іншим.

Мережеві проекти існують не лише у вигляді ненав'язливої гри, як може здатися на перший погляд, вони можуть порушувати і серйозні морально-етичні проблеми сучасних соціокультурних трансформацій. Проект “Брендон” американської художниці Су Лі Черг, який актуалізує проблему гендерної ідентифікації людини в сучасному світі, здобув широке визнання в мистецьких колах і, подолавши межі Інтернет-простору, мав широкий соціальний резонанс. Приводом для виникнення цього проекту стала реальна трагедія молодої жінки Тіни Брендон (була екранізована в 1999 році у стрічці “Хлопці не плачуть”), дівчини, що була жорстоко вбита у 1993 році через те, що відчувала себе чоловіком. Частина проекту, презентована в мережі, являє собою лаконічну, зведену до іконічного знаку анімацію, що втілює особистий шлях Тіни Брендон, яка пройшла трансформації від дитини до жінки, а з жінки перетворилася на чоловіка. Його офф-лайн частина, що складалася із зображень, зроблених на тему гендерної ідентифікації сучасними митцями, була представлена в Музеї Гуггенхайма (Solomon R. Guggenheim Museum) в Нью-Йорку. Сьогодні очевидно є умовність гендерного розподілу в сучасному суспільстві, оскільки соціальні ролі чоловіків і жінок вже не мають такого чіткого розмежування, як це було раніше. З появою мережі Інтернет проблема гендерної ідентифікації набула ще одного аспекту своєї актуальності, адже у

віртуальному просторі кожен може «змінювати» статтю за власним бажанням. Таким чином стаття ідентифікація стає предметом гри у медіа-просторі, і ця гра дає змогу подолати обмеженість соціального досвіду чоловіка або жінки, а разом із ним і нав'язані їм умовності, сформовані впродовж тисячоліть, їхніми соціальними ролями в суспільстві. Комунікативна позиція, соціальна роль і тілесна конституція відокремлюються одна від одної, відкриваючи простір для моделювання ідентичності. Можна припустити, що все це сприятиме кращому порозумінню чоловіків і жінок у реальному житті.

Зовсім інший, але не менш важливий наслідок медійної комунікації затронує у своєму проекті <http://www.irational.org/readme.html> Гіт Бантинг (Heath Bunting). Його проект – це, на перший погляд, звичайний текст, що описує діяльність Бантинга як художника, але в цьому тексті майже кожне слово є лінком на сайт з аналогічною назвою, який виявляється найчастіше комерційним сайтом. Таким чином, Гіт Бантинг унаочнює проблему комерціалізації та привласнення нашої звичайної мови різними структурами, що змінюють саму семантику слів, якими ми спілкуємося. Так, за допомоги мережі та її основної властивості — інтерактивності — унаочнюється філософський зміст Вітгенштайнової мовної гри. І Гіт Бантинг робить це у конче переконливий спосіб. Комунікація відтворюється як структура з плінними, не детермінованими значеннями.

Інтерактивність мережі, що спирається на візуальність, дійсно дарує новий простір людському існуванню, а разом з ним і нові можливості для втілення своїх ідей сучасними креаторами. Так, наприклад, проект Енн Абрагам “Ти мене не розумієш” <http://www.bram.org/beinghuman/underst.htm#> візуалізує конкретну емоцію, що виникає у людини, коли її не розуміє інша. Причому робиться це процесуально, шляхом стимулювання з допомогою тексту та динамічних зображень цієї емоції у того, хто переглядає проект в реальному часі. Жодному іншому виду мистецтва до появи нет-арту не вдавалося такого зробити. Автор актуалізує проблему порозуміння, що є центральною для

будь-якої комунікації, як актуальну подію. Найчастіше комунікація пов'язана з кодифікацією повідомлення, опосередкованістю його вербальною мовою та існуванням “залишку, що не може бути перекладений” [Лотман, 2005: с. 46]. Але інтерактивна художня платформа мережі Інтернет, яку використовує Енн Абрагам, дає можливість уникнути цієї проблеми як проблеми для свого твору, і тим самим без перешкод тематизує її.

Сьогодні мережа Інтернет стає тим креативним комунікативним простором, який стимулює виникнення нових практик, у тому числі художніх. Цей процес можна охарактеризувати як мережевий активізм. Одним із перших його проявів став перформанс, влаштований спільнотою англійських художників. Він увійшов в історію мистецтва під назвою “Іграшкова війна” (“Toy war”) як найдорожчий у світі перформанс. etoy.CORPORATION (<http://www.etoys.com/>) – це художнє співтовариство в мережі, яке було створене у 1996 році як певна комунікативна платформа для нет-артистів. 1999 року до них звернулася комерційна компанія, що займалася продажем іграшок через Інтернет eToys.com (<http://www.etoys.com/home/index.jsp>), з проханням віддати їм свій домен, аргументуючи це тим, що багато хто з їхніх клієнтів помиляється і потрапляє на художній сайт замість Інтернет-магазину, через схожість імен. Організація запропонувала викупити у художників їх домен, але ті відмовились, і тоді комерційна структура подала на них позов до суду. Правосуддя стало на бік комерційної структури, але художники навіть не збиралися коритися. Після того, як суд видав заборону на існування художнього сайту, і його було закрито, митці створили іншу он-лайн платформу <http://toywar.etoys.com/>, де небайдужі користувачі у вигляді гри могли долучитися до боротьби, результатом якої було “бомбардування” посланнями з висловленням невдоволення керівників компанії eToys.com. За чотири місяці, впродовж яких тривав судовий процес, корпорація eToys.com втратила 4,5 млн. дол., через мережевий активізм художників, які методично розповсюджували за допомогою ЗМІ та Інтернету інформацію про недоброчесність цієї компанії,

а також пропонували підтримати їх та бойкотувати нет-магазин іграшок компанії. Втративши велику частину своїх клієнтів, компанія eToys.com була змушена відізвати свій позов із суду, програвши художникам іграшкову війну. Цей проект став свідченням унікальності сучасного етапу розвитку суспільства, яке більше не хоче підкорятися владі сильнішого та багатшого. Це суспільство вибудовується на горизонтальних зв'язках між людьми, які здатні об'єднуватися задля досягнення спільної мети, навіть попри те, що вони знаходяться на різних континентах, різного віку, кольору шкіри, і належать до різних культур та соціальних станів. Художньо орієнтовані медійні комунікації продемонстрували свою силу в моделюванні і реалізації соціальних зв'язків за принципом мережевих структур.

Очевидно, що проекти, які виникають у Мережі, часто зовсім не схожі на те мистецтво, що існувало у попередні епохи. Проте можна зустріти намагання перекинути місток від традиційного мистецтва до мистецтва, яке існує лише в мережі, шляхом перекладу традиційних художніх кодів на мову нової мистецької практики, або шляхом діалогу з історією мистецтв. Саме це робить югославський мережевий художник Вук Козик, якого справедливо вважають одним із піонерів нет-арту. Його проект “Історія мистецтва для аеропорту” (<http://www.diacenter.org/prieto/download.html>) та “Історія кіно” (<http://rhizome.org/artbase/1725/index.html>) – спроба іронічного перекладу світових шедеврів на мову нових медіа. Їх спрощений, доведений до абсурду варіант, має дуже мало спільного з оригіналами, а тому для того, аби зрозуміти «переклад», необхідно попередньо ознайомитись з “оригіналами”. До проектів, що ведуть діалог з традиційним мистецтвом, можна також віднести проект російського мережевого художника Kustokusto, що в 2000 році отримав гран-прі японського фестивалю медіа-мистецтва «ArtOnTheNet-2000». Він являє собою адаптований для Мережі варіант знаменитої “Герніки” Пікасо, яка в просторі Інтернету завдяки інтерактивності також набуває нового звучання, проте лише за умови знайомства з оригіналом, та знання всієї міфології, пов’язаної з цим твором.

Існування таких творів доводить одну дуже просту, але не досить очевидну річ, яка полягає в тому, що існування актуальних арт-практик жодним чином не позначається на присутності класичного мистецтва у сучасній культурі: вони не відмінюють його значення і не заперечують його цінності. Навпаки, вони надають класичному мистецтву нової актуальності та нових смислів, вступаючи з історією мистецтва у продуктивний діалог.

Отже, проаналізувавши деякі з мережевих проєктів та окресливши певні тенденції розвитку цього типу арт-практики, можна дійти висновку, що нет-арт є мистецькою рефлексією на сучасний медіапростір та його діючу комунікативну модель. Цей тип арт-практик стимулює критичне ставлення до сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства, уможливленого появою електронних медіа, здійснюючи деконструювання його механізмів у художній практиці.

Мережеве мистецтво не може стати заміною традиційним формам мистецтва, не може витіснити або замінити їх, зрештою, воно і не має такої мети. Воно існує як окремий сегмент сучасної культури, і його існування не може бути приводом для обговорень на предмет визначення – це “справжнє” чи це “несправжнє” мистецтво, адже за “справжнє” в таких випадках приймають те поняття мистецтва і ті мистецькі практики, які виникли в європейській культурі XVIII століття, тобто за інших культурних і соціальних обставин.

З іншого боку, ми стикаємося з ситуацією, коли неможливо аналізувати цю мистецьку практику в рамках жодної з існуючих сьогодні парадигм міркування про мистецтво: нет-арт виявляє недостатність будь-яких усталених уявлень про нього.

Висновки до третього розділу

Третій розділ присвячено практиці медіа-арту та її входженню у існуюче художнє поле.

Встановлено, що з розповсюдженням медіатехнологій та набуттям медіа все більшого значення для повсякденного життя людини – відбувається не лише розвиток медіамистецтва, як автономної художньої практики, але і традиційні види мистецтва відчують на собі їх значний вплив. З цієї точки зору аналізуються живопис та кінематограф.

Доведено, що медіамистецтво змінює традиційні ролі автора, глядача та твору мистецтва. В трансформованому медіа художньому полі жодна з них вже не є цілком автономною структурною одиницею. Медіамистецтво хоч і передбачає наявність автора, воно за своєю суттю “імперсональне”. Відбувається так тому, що художник лише створює контекст, зміст якого конструюється реципієнтом. Медіатвір таким чином уникає опозиції копія-оригінал, кожна його копія одночасно є оригіналом. Що робить майже неможливим його успіх на існуючому художньому ринку.

Встановлено, що продукт медіа-арту, входячи до усталеної системи функціонування мистецтва належить одразу до трьох економік: ринкової, символічної (економіки дару) та економіки “підозри”.

Обґрунтоване припущення, що найбільш перспективним напрямком медіамистецтва з найцікавішою динамікою розвитку сьогодні є нет-арт.

Висновки

В ході дослідження було з'ясовано, що під впливом новітніх медіа, змінюється характер мислення та простір буття сучасної людини, що дозволяє зробити наступні висновки:

1. Проаналізувавши основні положення медіатеорії, яка з'явилася та дістала значний розвиток у другій половині ХХ століття було виявлено, що одним з її найважливіших аналітичних ресурсів є практика медіамистецтва, що є своєрідною художньою рефлексією на зміни у наявному медіапросторі. Медіамистецтво, або мистецтво нових медіа, відображає складні процеси, що відбуваються з людиною зануреною у сучасний медіапростір, де все піддається візуалізації.
2. Медіапростір народжує новий тип культури - медіакультури, змонтованої за принципом колажу - комбінації різноманітних зображень-знаків, перенесених з одного контексту в інший і скомпонованих так, щоб сформувати певну насичену образами систему, навігація у якій залежить не лише від того, хто її створює, але і того хто у ній перебуває. Її надзвичайна активність пов'язана з розвитком сучасних технологій, що актуалізують візуальний вектор сприйняття людиною світу. Візуальність, запропонована новими медіа, вирізняється універсальністю свого коду та сприяє забезпеченню комунікації, яка базуючись на інтерактивності візуальних образів – максимально індивідуалізує кожного з її учасників.
3. Медіамистецтво послідовно виявляє всі найсуттєвіші характеристики медіакультури. У ході його дослідження з необхідністю було розроблено відповідну його природі парадигму аналізу і залучені такі категорії некласичного філософування як комунікативність, медійно-інтерактивна творчість, мультимедіа, віртуальність, техносфера, ефір тощо.

4. Підґрунтям філософсько-антропологічного аналізу медіамистецтва стала соціальна теорія Н.Лумана, що дозволяє розглядати медіамистецтво, як один з необхідних механізмів існуючої соціальної системи – в даному випадку, механізму самоопису та саморегуляції культури.
5. Зміщення уваги від вербального до візуального мислення в медіамистецтві, принципово змінює світоглядний концепт людини медіадоби та налаштовує суб'єкт на новий інтерактивний тип комунікації, що занурює реципієнта у цифрову віртуальну реальність, де все піддається сумніву навіть онтологічна визначеність часу та простору. Медіамистецтво акцентує увагу реципієнта на протиріччях медіавізуальності, виховуючи у нього критичне мислення, необхідне для виживання у існуючій соціальній системі.
6. Основою медіамистецтва є образ, комунікативний за своєю суттю, що існує лише до тих пір, поки не буде зафіксованим в уявленні. Медіамистецтво – це художня практика, що розгортається в теперішньому часі, воно актуальне лише “тут і тепер”. Головне призначення медіамистецтва – в комунікації, а не репрезентації, що відкриває необмежені можливості для творчості будь-якій людині. Простота використання медіапристроїв робить це мистецтво максимально демократичним, адже дозволяє долучатись до його створення людям, що не мають ані художньої, ані технічної професійної освіти.
7. Художній простір медіамистецтва базується на відмінному від традиційного розуміння ролі автора та реципієнта художнього твору. Людина, що сприймає медіапродукт завдяки інтерактивності стає його невід'ємною частиною і на фізичному рівні: глядач перетворюється на засіб виразності твору, вступаючи з ним у комунікацію. Змінюючи значення та роль основних агентів художнього поля, медіамистецтво

неминуче впливає і на форму його соціо-культурного функціонування, змінюючи базові засади наявного художнього поля.

8. Неартефактна природа медіамистецтва суттєво проблематизує його існування на художньому ринку, а отже, і звільняє від необхідності слідувати комерційній доцільності, що робить його цікавим простором для філософсько-соціального експерименту.
9. Проведене дослідження медіамистецтва з точки зору філософської антропології свідчить про кардинальні цивілізаційні перетворення, що відбуваються з соціальною структурою суспільства на всіх її рівнях, сприяючи її демократизації.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. **Адаскина А.** Особенности проявления эстетического отношения при восприятии действительности // Вопросы присохологии / [ред.Е.В.Щедрина] - № 6, 1999 – с. 100-109
2. **Адорно Т.** Теория эстетики/ пер. з нім. П.Таращук. – К.: вид. “Основи”, 2002. – 518 с.
3. **Азизов З.** Эллиптические заметки о неопределенности // Художественный журнал./ [ред. В.Мизиано] – 2007. – № 1. – с. 127-130
4. **Андерс Г.** Мир как фантом и матрица – режим доступа до ресурсу: <http://www.kinoart.ru/magazine/02-2005/media/anrs0502>
5. **Андреева Е.** Постмодернизм. Искусство второй половины XX – начала XXI века. /[авт. проекта С.М. Даниэль] – СПб.: Азбука-классика, 2007. – 488 с.
6. **Андреева Е.** Фотография и объект // Вопросы искусствознания/ [ред.В.Шевелева] - № 32, 1997 - с.563-572
7. **Арендт Г.** Між минулим і майбутнім / Х. Арендт [Пер. з англ. В. Черняк]. – К.: Дух і Літера, 2002. – 321 с. – Перекл. за вид.: (The Viking Press, 1968). – Бібліогр.: с. 292-310.
8. **Арендт Г.** Становище людини / Г. Арендт [Перекл. з англ. М. Зубрицької]. – Львів: «Літопис», 1999. – 255 с. – Перекл. за вид.: Hanna Arendt. The Human Condition (Licensed by The University of Chicago Press, Chicago, Illinois, U.S.A.)
9. **Арнхейм Р.** Искусство и визуальное восприятие / [Пер. с англ. В.Н. Самохина] / Р. Арнхейм; Общ. ред. В.П.Шестакова. – М.: «Прогресс», 1974. – 392 с.
10. **Аронсон О.** В пустынях Европы / О. Аронсон // Аронсон О. Коммуникативный образ. – М.: Новое Литературное Обозрение, 2007. – с. 384. – Библиогр.: с. 360-376.
11. **Аронсон О.** Кинотексты. Коммуникативный образ./Аронсон О. – М.: НЛО, 2007. – 384 с.
12. **Базеян Г.** О психологических особенностях художественного сознания// Вопросы психологии /[ред.Е.В.Щедрина] – вып. 3, 2000 – с. 81-90
13. **Барт Р.** Camera lucida: Комментарий к фотографии / Михаил Рыклин (пер.с фр., послесловие и коммент.). — М.: Ad Marginem, 1997. — 224 с.
14. **Барт Р.** S/Z// пер. с фр. 2-е изд., испр. Под ред. Г. К. Косикова. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 232 с.

15. **Барт Р.** Избранные работы: Семиотика: Поэтика. [Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова] – М.: Прогресс, 1989. – с. 432
16. **Барт Р.** Нулевая степень письма // От структурализма к постструктурализму/[Философские технологии. Структурализм. редкол.: А.М. Руткевич и др.] – М.: Прогресс, 2000. – с. 50-97
17. **Барт Р.** Смерть автора // Избранные работы: Семиотика: Поэтика. [Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова] – М.: Прогресс, 1989. – с. 383-390
18. **Барт Р.** Третий смысл. // Строение фильма. Сб. ст. [сост. К.Разлогов] – М.: Радуга, 1984. – С. 176-188. – Библиогр.: с. 188
19. **Барт Р.** Фотографическое сообщение / Р. Барт [Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкин] // Барт Р. Система моды. – М.: «Изд-во им. Сабашниковых», 2004. – С. 378-392. – Пер. по изд. Roland Barthes Le systeme de la mode. Essais de semiologie de la cultura (Editions du Seuil, 1993-1995). – Библиогр. в подстрочеч. прим.
20. **Басин Е.Я.** Искусство и коммуникация. – режим доступа к ресурсу: <http://ru.philosophy.kiev.ua/edu/ref/basin/index.html>
21. **Батраков С.П.** Реальность ирреального // Западное искусство XX века. Образы времени и язык искусства./ [Дмитриев Н.А. и др. Батраков С.П. Гнедовска Т.Ю.] — М.: Эдиториал УРСС, 2003. - 262 с. – с. 4-39
22. **Бауман З.** Глобализация. Последствия для человека и общества / [пер.с англ М.Л. Коробочкина] — М. : Весь мир, 2004. — 185с.
23. **Бел М., Брайсен Н.** Семиотика и искусствоведение// Вопросы искусствоведения /[ред.В.Шевелева] - вып. IX (2/96), стр.521 - 559.
24. **Беньямін В.** Мистецький твір у добу своєї технічної відтворюваності // Вибране / [Перекл. з нім. Ю. Рибачка і Н. Лозинської.] – Львів: Літопис: Центр гуманіт. дослід. Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2002. – 212 с.
25. **Бергсон А.** Длительность и одновременность. – М.: Добросвет, КДУ, 2006. – 104 с.
26. **Бергсон А.** Опыт о непосредственных данных сознания – режим доступа к ресурсу: <http://elenakosilova.narod.ru/studia2/bergson1.htm>
27. **Бердяев Н.А.** Смысл истории/ Бердяев Н.А. –Берлин, 1923 г. –182 с.
28. **Берроуз У.** Электронная революція- режим доступа к ресурсу: <http://epop.ru/sub/trash/book/hud/?single=bur04>
29. **Бистрицький Є. К.** Метафізика суспільного, що сумірна людині / Є. К. Бистрицький // Концепція мультикультуралізму. — Київ: Стилос, 2005. — с. 43-51.

30. **Блауберг И. И.** Социально-этическое учение А. Бергсона и его современные интерпретаторы / Блауберг И.И.// Вопросы философии [под.ред. В.С.Семёнова]— 1979. — № 10. — с. 130—137.
31. **Бодрийяр Ж.** В тени молчаливого большинства или конец социального / Ж. Бодрийяр / [Пер. с фр. Л. Любарской и Е. Марковской]. — Екатеринбург: Изд-во Урал-го ун-та, 2000. — 98 с.
32. **Бодрийяр Ж.** Злой демон образов /Бодрийяр Ж. // Искусство кино. – М., 1992. - № 10. – с. 64-70.
33. **Бодрийяр Ж.** Ксерокс и бесконечность // Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. – М.: Добросвет, 2000
34. **Бодрийяр Ж.** Общество потребления / Ж. Бодрийяр [Пер с фр., послесл. И прим. Е.А. Самарская]. – М.: Республика, Культурная революция, 2006. – 269 с. – Пер. по изд.: Baudrillard J. La societe de consummation. Ses mythes, ses structures (Paris: S.Y.P.P., 1970). – Библиогр. В подстрочеч. прим.
35. **Бодрийяр Ж.** Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. Альманах Российско-Французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. — М.: Институт экспериментальной социологии. — СПб: Алетейя, 1999, С. 193-226.
36. **Бодрийяр Ж.** Гіпермаркет і гіпертовар // Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція. – К.: Основи, 2004. – 111-116
37. **Бодрийяр Ж.** Голограмми // Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція. – К.: Основи, 2004. – 153-160
38. **Бондаренко Е.А.** Технологии в сфере медиакультуры – режим доступа к ресурсу: http://www.mediaeducation.ru/pub/bondarenko_2/default.htm
39. **Бореев В., Коваленко А.** Культура и массовая коммуникация. – М: Наука, 1986. – 301 с.
40. **Браславский П.И.** Виртуальная реальность - новое лицо войны/ Браславский П. //Исследовано в России. - 2003. - Т. 6. - с. 64-73
41. **Бровко М.М.** Мистецтво: філософсько-культурологічні виміри. Монографія / М.М. Бровко. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2008. – 237с.
42. **Бурдые П.** Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзии абсолютного /пер. с фр. Ю.В. Марковой// НЛО, 2003, № 60- режим доступа к ресурсу: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/60/burd.html>
43. **Бурдые П.** О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В.Марковой. Отв. ред. и предисл. Н.А.Шматко. М., 2002. – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 159 с.

44. **Бурлака В.** Перевірка реальності – постмедійний реалізм у творчості сучасних українських митців/Бурлака В. //Сучасне мистецтво.- 2005. – Вип. 2. – с. 20-30.
45. **Буррио Н.** Глобализация и апроприация // Художественный журнал/ [ред.В.Мизиано] – 2004. – № 4. – с. 14-16
46. **Бычков В.В.** Эстетика / В.В. Бычков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2006 – 573 с.
47. **Валери П.,** Об искусстве. Сборник ст./ [пер. Маслова М.Д.] - М. : Искусство , 1993 - 507с.
48. **Вайсфельд И.** Искусство в движении / И. Вайсфельд. – М.: Искусство, 1981. – 240 с. – Бібліогр.: с. 235-238.
49. **Вартанов А.С.** От фото до видео/Вартанов А.С. – М.:Искусство, 1996. – 220 с.
50. **Виленский Д.** От подлинности реального к подлинности фиктивного-режим доступа к ресурсу: <http://www.guelman.ru/maksimka/index.htm>
51. **Вирилио П.** Информационная бомба. Стратегия обмана. Перевод с фр. И. Окуневой. — М.: Гнозис, Прагматика культуры, 2002. —192 с.
52. **Вишеславський Г.** Деякі складові Нет-арту у практиці інвайронменту. Акції київської мистецької групи «Фіктивна галерея. Експедиція» // Сучасне мистецтво. – 2004. – Вип. 1. – с. 243 -246.
53. **Вітгенштайн Л.** Tractatus Logico-Philosophicus / Л. Вітгенштайн [Пер. з нім. Є. Попович] // Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus. Філософські дослідження. – К.: Основи, 1995. – С. 8-86.
54. **Власенко О.** Феноменология телесности в киберкультуре. – режим доступа к ресурсу <http://tfk1.narod.ru/telo.htm>
55. **Гадамер Г.-Г.** Истина і метод / [Пер. з нім. Олександр Мокровольський]. — К.: Юніверс, 2000. — (Філософська думка). // Т. 1 : Герменевтика I: Основи філософської герменевтики. — 464 с.
56. **Гадамер Г.-Г.** Нездатність до розмови // Гадамер Г.-Г. Истина і метод / [Пер. Олександр Мокровольський]. — К. : Юніверс, 2000. — (Філософська думка). – Т. 2: Герменевтика II. — 478с. — Бібліогр.: с. 453-456.
57. **Гаджиев К.С.** Этюды о тоске человека по вечности/К.С. Гаджиев // Вопросы философии, 2009. т.№3.-С.3-18.
58. **Галеева А.** Видеоигры: новое средство массовой информации [по материалам журнала The Economist (Великобритания)] // Обсерватория культуры , № 6 – 2005г.
59. **Генис А.** «Киберспейс» - режим доступа к ресурсу: http://barge.mrtech.ru/infopills/alexander_genis_-_cyberspace.html

60. **Генис А.** Гипертекст – машина реальности [Текст] / А.А.Генис // Иностранная литература. – 1994. - № 5. - С. 248-249
61. **Генисаретский О. И.** Заметки по истории занятий визуальной антропологией. // Материальная база сферы культуры. – Науч.-информ. сб. – М., 2002
62. **Гибсон Дж.** Экологический подход к зрительному восприятию: Пер. с англ./Общ. ред. и вступ. ст. А. Д. Логвиненко.— М.: Прогресс, 1988.— 464 с.
63. **Гибсон М.** Мифы и реальность. // Фильм. – М., 2006. – № 12. – С. 2-6.
64. **Гидденс Э.** Девять тезисов о будущем социологии / Пер. с англ. В.Я.Якимовой Anthony Giddens. Nine Theses on the Future of Sociology. In: A.Giddens. Social Theory and Modern Sociology. Cambridge : Polity Press, 1987, ch.2, p.22–51. – доступ к ресурсу: <http://socioline.ru/node/803>
65. **Голобуцкий А., Шевчук О.** Судный век: Информатизация, глобализация, терроризм и ближайшее будущее человечества. — К. : Видавничий дім "КМ Академія", 2004. — 96 с.
66. **Горючева Т.** Видеоарт и массовая визуальная культура- режим доступа к ресурсу: <http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=64>
67. **Гриценко В.С.** Эстетика: антроповідповідність як запорука актуальності / В.С. Гриценко // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. – К., 2006. – серія 7. – випуск 8 (21). – С. 158-165.
68. **Гройс Б.** Под подозрением: феноменология медиа. [перевод с нем. А.Фоменко] –М.: Художественный Журнал, 2006г. 200с.
69. **Гройс Б.** Скорость искусства – режим доступа к ресурсу: <http://anthropology.ru/ru/texts/groys/speed.html>
70. **Гуревич П. С.** Феномен деантропологизации человека/П. С. Гуревич // Вопросы философии, 2009, № 3.-с.19-31
71. **Делёз Ж.** Кино / Ж. Делёз [Пер. с фр. Б. Скуратова]. – М.: Ad Marginem, 2004. – 622 с. – (Перев. по изд. Editions de Minuit, 1983, 1985). – Библиогр. в подстроч. примеч.
72. **Делез Ж.** Различие и повторение [Пер. с фр. Н. Б. Маньковской и Э. П. Юровской]. — СПб.: Петрополис, 199. – 358 с.
73. **Делез Ж., Гваттари Ф.** Ризома // Философия эпохи постмодернизма. – Минск: Красико-принт, 1996. – с. 8-36
74. **Деррида Ж.** Грамматология // Французская философия сегодня: Анализ немарксистских концепций / [М. Н. Грецкий, Н. С. Автономова, Л. И. Филиппов и др.]; Отв. ред. И. С. Вдовина; АН СССР, Ин-т философии. – М.: Наука, 1989. – с. 89-179

75. **Дроздовский Д.** Иногда молчание может быть красноречивие слов/Дроздовский Д.// Зеркало недели - № 41, 2007, с.7-8.
76. **Дубина И.Н.** Современное телекоммуникационное искусство: становление новой парадигмы творчества – режим доступа к ресурсу <http://www.philosophy.ru/library/dubina/paradigm.html>
77. **Енциклопедія постмодернізму** [за ред. Вінквіста Ч. та Тейлора В.] – К.: “Основи” – 2003. – 504 с.
78. **Жадова Л.** О теории советского дизайна 20-х годов // Вопросы технической эстетики - вып. 1. - М.: Наука, 1968 – с.12-22.
79. **Жижек С.** Глядя вкось. Введение в психоанализ Лакана через массовую культуру. – режим доступа: http://www.vusnet.ru/biblio/archive/jijek_glada/
80. **Жижек С.** Добро пожаловать в пустыню Реального / Пер. с англ. Артема Смирного — М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. — 160 с.
81. **Жижек С.** Киберпространство, или невыносимая замкнутость Батия/Жижек С. //М.: Искусство кино. – 1998. – № 1. – с. 103-148
82. **Жуков В.Н.** «Культура молчания» в кинематографе // Визуальная культура XX века и проблемы современного образования: Материалы междунар. молодежной науч.-практ. конф., 10-11 декабря 1999 года, Пермь / Пермский гос. ун-т; Уральский гос. ун-т / В.В. Устюгова (отв.ред.) — Пермь, 1999. — 396с.
83. **Жуковський В., Пивоваров Д.** Зримая сущность (визуальное мышление в изобразительном искусстве) – Свердловск: Изд. Урал. у-та, 1991- 284с.
84. **Зонтаг С.** Одна культура і нова чуттєвість // Зонтаг С. Проти інтерпретації. – Львів: Кальварія, 2006. – 306-317 с.
85. **Зонтаг С.** Про фотографію/ Зонтаг С. – К.: вид. “Основи” – 2002 р. – 191ст.
86. **Зонтаг С.** Против интерпретации / Пер. с англ. В. Гольшева // Зонтаг С. Мысль как страсть. М., 1997.
87. **Зубавіна І.** Екранна культура: засоби моделювання художньої реальності/Зубавіна І. – К.: Інтертехнологія, 2006. – 272 с.
88. **Зубавіна І.** Нові екранні технології: специфіка комунікативної дії. Віртуалізація світу як стратегія «нуль-дистанції» // Сучасне мистецтво. – 2004. – Вип.. 1. – С. 243-246.
89. **Иванов А.** Об онтологическом статусе виртуальной реальности – режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/ivanov_af/virtual_03.html
90. **Иванов В.П.** Человеческая деятельность – познание – искусство / В.П. Иванов. – К.: Наукова думка, 1977. – 252 с.
91. **Иванов Д.В.** Виртуализация общества./ Иванов Д.В - СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. - 96 с.

92. **Ильин И. П.** Постмодернизм от истоков до конца столетия: Эволюция научного мифа/ Ильин И.П. – М.:Интрада, 1998. – 255 с.
93. **Иванов В.П.** Практика і естетична свідомість / В.П. Иванов – К.: Мистецтво, 1971. – 223 с.
94. **Ігошкіна Н.Г.** Естетика та кінознавство: деякі аспекти взаємодії / Н.Г. Ігошкіна // Наукові записки. Збірник наукових праць Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. – К.: ПНУ імені М.П. Драгоманова, 2001. – С. 65-70.
95. **Каган М. С.** Эстетика как философская наука: Университет. курс лекций. / Санкт-Петербург. гос. ун-т. Акад. гуманитар. наук. — Спб.: Петрополис, 1997. — 543, [1] с.: ил., табл. – Библиогр.: с. 536-544.
96. **Каган М. С.** Человек как проблема современной философии – режим доступа <http://anthropology.ru/ru/texts/kagan/man.html>
97. **Канарский А. С.** Диалектика эстетического процесса. Генезис чувственной культуры – К.:Вища школа, 1982. – 191 с. – Библиогр.: с. 188-190.
98. **Карр Е.** Grundlinien einer Philosophie der Technik, Westermann, 1877. за: Капп Э., Кунов Г., Нуаре Л., Эспинас А. Роль орудия в развитии человека. Л., 1925.
99. **Кастельс М.** Информационная эпоха: экономика, общество и культура – режим доступа до ресурсу http://www.vusnet.ru/biblio/archive/kastels_inform/
100. **Кибершлем** – режим доступа к ресурсу: http://www.cyland.ru/rus/index.php?option=com_content&task=view&id=118&Itemid=81
101. **Киреева З.** Образ как динамическая система/Киреева З.// Социальная психология - №3, 2008 – с. 68-75
102. **Кириллова Н.Б.** Медиакультура: от модерна к постмодерну – [2е изд.; перераб. и доп.] — М.: Академический Проект, 2006. – 448 с
103. **Киттлер Ф.** Оптические медиа: Берлинские лекции 1999 г. / Пер. с нем. О. Никифорова и Б. Скуратова — М.: Логос; Гнозис, 2009. — 272 с.
104. **Кливер Б.** История Е.А.Т. Эксперименты в искусстве и технологии 1960-2001 – [Электронный ресурс] - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. — Систем. вимоги: Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000.
105. **Козловський П.** Постмодерна культура: суспільно-культурні наслідки технічного розвитку // Сучасна зарубіжна філософія: Течії і напрями. : Хрестоматія. / [Упоряд.: Лях В.В., Пазенок В.С.; Голов. ред. Удовік С.Л.] — К.: ВАКЛЕР, 1996. — 421, [4] с. — (Трансформація гуманітарної освіти в Україні / Міжнар. фонд «Відродження»).

106. **Кольцова Е.Ю.** Массовая коммуникация и коммуникативное действие/ Кольцова Е.// Социологический журнал. – № 1-2, 1999 – с.14-23
107. **Компанцева Л.Ф.** Философия сети Интернет: школа Бернарда Лонергана и славянский опыт. – Луганск: Знание, 2006. – 352 с.
108. **Кон И.** Личность и общество (Возвращаясь к проблеме отчуждения) /Кон И.// Иностранная литература. – №5, 1966. – с.14-22
109. **Костиков Г.К.** Ролан Барт – семиотик, литературовед. / Ролан Барт. Избранные работы. – М.: Прогресс, 1989 – с. 312
110. **Кракауэр З.** Реабилитация физической реальности / З. Кракауэр [Пер. с англ. Д.Ф. Соколовой] / Вступ. ст. Р. Юренева. – М.: "Искусство", 1974. – 423 с. – Библиогр.: с. 390-418.
111. **Крістева Ю.** Досвід і практика/Крістева Ю. // Полілог. — Київ: Юніверс, 2004. — С. 2—117
112. **Кримський С.** Запити філософських смислів – К.:Парапан, 2003. – 240 с.
113. **Кудрявцев В.** Творческая природа психики человека // Вопросы психологии -№ 3/90 – режим доступа: <http://www.metodolog.ru/00171/00171.html>
114. **Кули Ч.** Общественная организация // Тексты по истории социологии XIX-XX веков [Сост. и отв. ред. В.И. Добренев, Л.П. Беленкова. М.: Наука, 1994]. – М.: Наука, 1994. – с.379
115. **Купер И.Р** Гипертекст как способ коммуникации- режим доступа к ресурсу: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html>
116. **Куренной В.** Медиа: средства в поисках целей - режим доступа к ресурсу: <http://www.strana-oz.ru/?numid=13&article=577>
117. **Курьерова Г.Т.** Антропология визуального // Материальная база сферы культуры. – Науч.-информ. сб. – М., 1999. – Вып. 3. – с. 50-73.
118. **Лапин А.** Фотография как.../Лапин А.- М.: изд.Л.Гусев, 2002 – 320 с.
119. **Ласло Мохой-Надь и русский авангард/** сост.:С.Митурич; ред.: Ю.Герчук; статьи и пер. с венг. и нем. – Москва: Три квадрата, 2006 – 422 с.
120. **Леви-Строс К.** Путь масок. /Пер. с фр. А. Б. Островского. - М.:Прагматика культуры, 2000 - с.20-97
121. **Лексикон неклассики: Худож. эстет. культура XX в.** / [В.В.Бычков и др.]; Под общ. ред. В.В.Бычкова. — М.: РОССПЭН, 2003. — 606, [1] с. — (Summa culturologiae / [Редкол.: Л.В. Скворцов (пред.) и др.]). — Библиогр. в примеч.: с. 580-581 и в конце ст.

122. **Леонтьев А.А.** Психология киновосприятия//Аудиовизуальные и технические средства в обучении. - М.: МГУ, 1975. - с. 42-57.
123. **Ли Д., Заяц Е.** Увидеть невидимое: визуальная культура и визуальная антропология // «НЛО» 2004, №66 – режим доступа к ресурсу: <http://magazines.russ.ru/nlo/2004/66/li30.html>
124. **Лиотар Ж.-Ф.** Возвышенное и авангард. // Ad Marginem'93: Ежегодник Лаб. постклассических исслед. Ин-та философии РАН. / [Ред. Е.В. Петровская] — М.: Ad Marginem, 1994. — 422 с.
125. **Лиотар Ж.-Ф.** Состояние постмодерна / Институт экспериментальной социологии {Москва} / Н.А. Шматко (пер.с фр.). — М., 1998. — 160с. — (Gallicinium).
126. **Лотман Ю.М.** Ян Мукаржовский – теоретик искусства. // Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Р.Г. Григорьев (сост.), М.Ю. Лотман (сост.). — С.Пб. : Искусство-СПб, 1998. — 704с. – С. 459 – 481
127. **Лотман Ю.М.** Место киноискусства в механизме культуры // Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Р.Г. Григорьев (сост.), М.Ю. Лотман (сост.). — С.Пб. : Искусство-СПб, 1998. — 704с. – С. 650-660.
128. **Лотман Ю.М.** Семиотика кино и проблемы киноэстетики // Об искусстве: Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993) / Р.Г. Григорьев (сост.), М.Ю. Лотман (сост.). — С.Пб. : Искусство-СПб, 1998. — 704с. – С. 288-372.
129. **Луман Н.** Медиакоммуникации. Пер. С нем./А.Глухов, О.Никифоров. М.: Логос, 2005. – 280 с.
130. **Луман Н.** Невероятные коммуникации. / пер. с нем.А. М. Ложеницина под ред. Н. А. Головина //Проблемы теоретической социологии. - Вып. 3. СПб., 2000 – с.45-64.
131. **Луман Н.** Реальность масс-медиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с.
132. **Луман Н.** Самоописания / Н. Луман; [пер. с нем. А. Антоновский, Б. Скуратов, К. Тимофеева]. - М. : Издательство "Логос", 2009. - 320 с.
133. **Луман Н.** Социальные системы. Очерк общей. пер. с нем. И. Д. Газиева Под ред.Н. А. Головина. – С-П.: «Наука» . 2007 // http://yanko.lib.ru/books/sociology/luman-soc+sist_ocherk-2007-1984-a.htm
134. **Маевский. Г.С.** Цифровое искусство и культура – режим доступа к ресурсу: <http://kleio.asu.ru/aik/bullet/24/17.html>

135. **Маклюэн М.** Понимание Медиа: Внешние расширения человека. / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.: Переворот, 2003. - 464 с.
136. **Маклюэн М.** Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. – К.: Ника-Центр, 2003. – с. 387
137. **Мамардашвили М.К.** Необходимость себя. Введение в философию - М.: Лабиринт, 1996 – 215 с
138. **Манович Л.** Абстракция и сложность – режим доступа к ресурсу: http://www.cyland.ru/rus/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=64
139. **Манович Л.** Археология компьютерного экрана: экран и тело // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 4. - М., 1998. - С. 176-182.
140. **Манович Л.** Будущее изображения – режим доступа к ресурсу: http://www.cyland.ru/rus/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=64
141. **Маньковская Н. Б.** Париж со змеями: Введение в эстетику постмодернизма / Н.Б. . – М.: "РАН", 1995. – 222 с. – Библиогр.: 217-220.
142. **Маньковская Н. Б.** Эстетика постмодернизма./ Маньковская Н.Б. — СПб: Алетейя, 2000. — 246 с.
143. **Маньковская Н.Б** Виртуальная реальность в искусстве и эстетике // Кино: методология исследования: Сб. науч. работ / Всероссийский гос. ин-т кинематографии им. С.А.Герасимова / Вадим Михайлович Муриан (сост.и науч.ред.). — М. : ВГИК, 2001. — 219с. – с. 7-16.
144. **Марголис Дж.** Состояние искусств / Дж. Марголис ; пер. с англ. Д. Г. Лахути. // Вопросы философии, №3, 2009 г – с.53-66
145. **Маринетти Ф.** Манифест футуризма – режим доступа к ресурсу: <http://ps.1september.ru/articlef.php?ID=200102823>
146. **Марков Б.В.** Проблема человека в эпоху масс-медиа // Перспективы человека в глобализирующемся мире / Под ред. Парцвания В.В. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003, с.62-84
147. **Маркс К.** Экономико-философские рукописи 1844 года // Маркс К. Энгельс Ф. Сочинения. – т. 42. – с. 41-174
148. **Маркузе Г.** Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества // Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 526 с.

149. **Мерло-Понти М.** Око и дух // Французская философия и эстетика XX века. — М., 1995. — С. 215-252. — Библиогр. в подстроч. примеч.
150. **Мерло-Понти М.** Феноменология восприятия – режим доступа к ресурсу: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000267/index.shtml>
151. **Мерло-Понті М.** Видиме й невидиме: 3 робочими нотатками. / Упоряд., авт. передм. та післям. Клод Лефор; Пер. з фр. Євгена Марічева; [Наук. ред.: В.П.Миропольський, О.М.Сирцова] — 265, [1] с. — К.: Вид. дім. «КМ Академія», 2003. — Бібліогр. у підряд. приміт.
152. **Мєлков Ю.** Віртуальна реальність як сфера самореалізації особистості. //кол.моногр. Людина в лабірині перспектив [Толстоухова А., Перова О., Рубанець О.] – К.: Парапан, 2004. – 220с.
153. **Михалев В. П.** Видовая специфика и синтез искусств / В.П. Михальков. – К.: "Наукова думка", 1984. – 99 с. – Библиогр. в подстрочеч. прим.
154. **Михалкович В.И. Стригнеев В.Т.** Поэтика фотографии – М.: изд. "Искусство" –1989. – 439 с.
155. **Моль М., Фукс В. Касслер М.** Искусство и ЭВМ – М.: Мир; 1975 – 365 с.
156. **Мосс М.** Очерк о даре. Форма и функция обмена в архаических обществах // М.Мосс. Общества.Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии. – М.: "Восточная литература" РАН, 1996. с.86-87
157. **Мукаржовский Я.** Исследование по эстетике и теории искусства / Я.Мукаржовский - М.: Искусство - 1994 . – 608 с.
158. **Назаров М.М.** Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований/ Назаров М.М. – М.: Едиториал УРСС, 2000. – 240 с.
159. **Новикова А.А.** Медиаобразование в России и Европе в контексте глобализации. – Таганрог: и-во Кучма, 2004. – 168 с.
160. **Олива А.Б.** Искусство между идентичностью и гомогенностью // Художественный журнал [ред.В.Мизиано] – 2004. – № 4. – с. 33-35
161. **Олива А.Б.** Искусство на исходе второго тысячелетия. / пер. с итал. Курьеровой Г. – М.: Художественный журнал, 2003. – 218 с.
162. **Оніщенко О.** Моделювання як методологічний чинник неklasичної естетики /Історія. Філософія. Релігієзнавство. – Житомир: Вид-во «Антросвіт». – 2008. - № 3. – С. 22-28.
163. **Оніщенко О.** Понятійний апарат неklasичної естетики: до проблеми універсалій / Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності. – К., 2008. – С. 115-121.

164. **Онщенко О.** Потенціал паралельного аналізу і його реалізація в дискурсі некласичної естетики / Гуманітарні студії: Зб. наук. пр. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка. – 2008. – Вид. 4. – с. 162-169.
165. **Онщенко О.І.** Художня творчість у контексті гуманітарного знання – К.: Вища школа, 2001 –179 с.
166. **Орлов А.М.** Аниматограф и его анима. Психогенные аспекты экранных технологий. – М.:Импэто, 1995. – 384 с.
167. **Орлов А.М.** Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания. – М.:ГЕО, 1997. – 336 с.
168. **Павлова О.** Онтологічний статус естетичного досвіду / Павлова О. – К.: Параплан, 2008 – 262 с.
169. **Пруденко Я.Д.** Німе кіно: філософсько-антропологічний вимір // Міжнародний науковий симпозіум “Доля філософії у сучасному світі” (До всесвітнього дня філософії ЮНЕСКО), (16-17 листопада 2006) / Київський національний університет імені Тараса Шевченка; редкол.: А.Є. Конверський [та ін.]. – К.: ВПЦ «Київський університет». – с. 61 – 63
170. **Пруденко Я.Д.** Постмодерний кінонарратив і вербаліка // Міжнародна наукова конференція “Дні науки філософського факультету - 2008”: матеріали доповідей та виступів, (16-17 квітня 2008) / Київський національний університет імені Тараса Шевченка; редкол.: А.Є. Конверський [та ін.]. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2008. – Ч. IV – с. 32-34.
171. **Разлогов К.Э.** Новые аудиовизуальные технологии в культуре // сб.Науки о культуре – шаг в XXI век. – М.; 2005. – т. 6 – 516 с.
172. **Рашкофф Д.** Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание – режим доступа к ресурсу: <http://mediavirus.narod.ru>
173. **Родькин. П.** Экзистенциальные интерфейсы. Опыты коммуникативной онтологии действительности./ Родькин П. – М.: Юность, 2004.- 190 с.
174. **Розин В.М.** Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир /В. М. Розин. - 2-е. изд. М.: Едиториат УРСС, 2004.- 203 с.
175. **Рутман В.** Абсолютный фильм// режим доступа к ресурсу: <http://www.ruthenia.ru/sovlit/j/3412.html>
176. **Сабуров Е.** Синтетическое искусство в игровом обществе // Художественный жанр, - 2006, №46 – с. 45-49
177. **Савчук В.** Конверсия искусства/ Савчук В. – СПб: Петрополис, 2001. - 288 с.

178. **Савчук С.** Философия фотографии. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. – 256 с.
179. **Сапенько Р.** Искусство рекламы в современной культуре. – К., 2005. – 295 с.
180. **Сепир Э.** Коммуникация // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. - М.: Издательская группа "Прогресс-Универс", 1993
181. **Скальська Д.М.** Естетичні виміри філософсько-антропологічних вчень ХХ століття / Д.М. Скальська. – Івано-Франківськ: Факел, 2003. – 231 с. – Бібліогр.: с. 228-230.
182. **Соловйов О.** «Нова хвиля» в українському мистецтві 90-х рр. ХХ ст. та її трансформація // Сучасне мистецтво. – 2004. – Вип. 1. – С. 34-47.
183. **Соловйов О.** Турбулентні шлюзи. /Соловйов О.– К.: Інтертехнологія, 2006. – 192 с.
184. **Табачковський В.** Полісутнісне НОМО: філософсько-мистецька думка в пошуках “неєвклідової рефлексивності”. – К.:Парапан, 2005 – 432 с.
185. **Тарасенко В.В.** Антропология Интернет: самоорганизация "человека кликающего"// Общественные науки и современность. – № 5 (методология), 2000 г.
186. **Татаркевич В.** Історія шести понять: Мистецтво. Прекрасне. Форма. Творчість. Відтворництво. Естетичне переживання. / В. Татаркевич; Пер. з пол. В. Корнієнка : DZIEJE SZESCIU POJEC: sztuka, piękno, forma, tworczość, odtworczość, przeżycie estetyczne / WLADYSLAW TATARKIEWICZ. - К. : Юніверс, 2001. - 368 с.
187. **Тейлор Б.** ART TODAY. Актуальное искусство 1970-2005. – М.: СЛОВО, 2006. – 256 с.
188. **Теракопян М.** Нереальная реальность. Компьютерные технологии и феномен “нового кино”. – М.: Материк, 2007 – 154 с
189. **Тетерин С.** Европейские фестивали видео- и медиа-искусства в XXI веке- режим доступа к ресурсу:
http://teterin.ru/lect/eurofests_xxi.htm
190. **Трасн Ч.** Візуальність / За ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора; В.Е. Тейлор [Пер. з англ. В. Шовкун] // Енциклопедія постмодернізму. – К.: Основи, 2003. – 503 с. – С. 67-68. – Пер. за вид.: Encyclopedia of Postmodernism (Pouledge, Taylor & Francis Group, 2001). – Бібліогр.: с. 68
191. **Усманова А.** Визуальные исследования как исследовательская парадигма – режим доступа к ресурсу:
<http://viscult.ehu.lt/article.php?id=108>

192. **Уэбстер Ф.** Теории информационного общества/ под.ред. Е.Л.Вартановой. – М.:Аспект Пресс, 2004. – 400 с., с.28
193. **Фаст Дж.** Язык тела: Как понять иностранца без слов / Дж. Фаст [пер. с англ. Л. А. Игоревского]. – Москва : Центрполиграф , 2008 - 190 с.
194. **Флиер. А.Я.** Культура как виртуальная реальность. //Весник МГУКИ вып.4 – 2006- 148-150.
195. **Флоренский П.** Органопроекция./Форенский П. // Декоративное искусство - 1969, № 12 - с. 39-43.
196. **Фортова А.И.** О диалектическом единстве нравственного и эстетического/ Фортова А.И. – К.:Вища школа, 1985. – с.150
197. **Фрейд З.** Психология масс и анализ человеческого «Я» // Искусство кино. – М., 1990. - № 11. – С. 11-24.
198. **Фромм Э.** Человек одинок // Иностранная литература. – 1966. - №1. – с. 230-233
199. **Фуко М.** Що таке автор? // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. – Львів: Літопис, 2002. – с. 598-616
200. **Хайд Л.** Дар. Как творческий дух преобразует мир/ [пер. с англ. А.Анвайера] - М.: Поколение, 2007 – 503с.
201. **Хейзинга Й.** Homo ludens. Игровой элемент современной культуры / Й. Хейзинга [Пер. с нидерл. В.В. Ошиса] / Общ. ред. и послесл. Г.М. Тавризян // Хейзинга Й. Homo ludens. Игровой элемент современной культуры. В тени завтрашнего дня. – М.: Прогресс, 1992. – 464 с.
202. **Хоркхаймер М., Адорно Т.** Диалектика Просвещения: Философские фрагменты. — М. Наука; СПб, 1997. — С. 166.
203. Хорошее общество.Социальное конструирование приемлемого для жизни общества // Кол.мон. под ред. Федотовой В.М. – М.: ИФРАН, 2003 - режим доступа к ресурсу: society.ru/data/200509/goodsochole.doc
204. **Хоффман К. Р.** Искусство, видео и телевидение. – режим доступа к ресурсу <http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=40>
205. **Цифровая революция видеоэффектов в кино** // Cinefex №1. – М.: Линия кино, 2007 (Русская версия американского специализированного издания о спецэффектах в кино)
206. **Чепелик О.** Міжнародні фестивалі медіа-мистецтв як лабораторія новітніх технологій // Сучасне мистецтво. – 2005. – Вип. 2. – с. 201-216.
207. **Чміль Г.П.** Антропологічні засади екранної культури: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. філос. наук.: спец.: 09.00.04

- «Естетика» / Г.П. Чміль; Ін-т філос. ім. Г.С.Сковороди НАН України. – К., 2005. – 32 с.
208. **Чміль Г.П.** Екранна культура: плюральність проявів / Г.П. Чміль/ Харківський держ. педагогічний ун-т ім. Г.С.Сковороди. — Х. : Крук, 2003. — 336с. — Бібліогр.: в кінці частин.
209. **Шевцов К.** Продолжение в другом (реконструкция медиа-пространства) – изд. 2-е, исправленное – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2009. – 216 с.
210. **Шемякин А. М.** Документальное кино, визуальная антропология и эстетика СМИ в конце тысячелетия. // Материальная база сферы культуры. – Науч.-информ. сб. – М., 1999. – Вып. 4. – С. 23-36.
211. **Шкловский В.** Искусство как прием - режим доступа к ресурсу: <http://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html>
212. **Шульга Р.П.** Искусство в практиках культуры. Социокультурный очерк. / Шульга Р.П., – К.:Институт социологии НАНУ; 2008. – 204 с.
213. **Шульгин А.** Манифест нет-арта- режим доступа к ресурсу: <http://www.guelman.ru/slava/manifest/istochniki/shulgin.htm>
214. **Шустерман Р.** Ниже уровня интерпритации.- пер. с англ..Н.Л. Соколовой// Вопросы философии, №7, - 2008 г., с.141-158
215. **Эко У.** К семиотическому анализу телевизионного сообщения – режим доступа к ресурсу <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/eco.htm>
216. **Эко У.** О членении кинематографического кода. // Строение фильма. Сб. ст./ Сост. К Разлогов – М.: Радуга, 1984. – С. 79-101
217. **Эко У.** От интернета к Гутенбергу: текст и интертекст // Независимый филолог. Журнал. – М., 1998. – № 32. – С. 5-14.
218. **Эко У.** Отсутствующая структура / У. Эко [Пер. с итал. В. Резник и А. Погоняйло]. – СПб.: «Symposium», 2004. – 544 с. – Пер. по изд.: Umberto Eco Assente introduzione ricerca semiologica (Milan, Bompiani, 1968). – Библиогр. В подстрочеч. прим.
219. **Эпштейн М.** От Интернета к ИнтеЛнету. Нежные сети уже сплетены. Пора загружать тяжелые соты – режим доступа к ресурсу: <http://magazines.russ.ru/slovo/2005/45/ep4.html>
220. **Aesthetic computing/** edited by Paul A. Fishwick. - The MIT Press Cambridge, Massachusetts, London England, 2006
221. **Arnheim R.** The coming and Going of Images //MediaArtHistories– The MIT Press, Cambridge, 2007
222. **Art Movements:** http://www.the-artists.org/movement/New_Media_-_Multimedia.html

223. **Barlow J. P.** A Declaration of the Independence of Cyberspace - <http://www.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>
224. **Baudrillard J.** Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / d. H.Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983 p. 126-133
225. **Berkovec M.** The Life in Digital's World // The Future of Filmmaking. - 1999. – № 1. – p.46-54
226. **Blais J. , J.Ippolito.** At the adge of art// Thames&Hadson, London, 2006, -256 p
227. **Coded Characters.** Media art by Jill Scott. – Hatje Cantz Pablshers, 2003 – 359 p.
228. **CYLAND:** <http://www.cyland.ru>
229. **Daniels D.** Media → Art / Art → Media. Forerunners of media art in the first half of the twentieth century – access: http://www.mediaartnet.org/themes/overview_of_media_art/forerunners/3/
230. **Edward A. Shanken** Art and Electronic Media/Edward A. Shanken- London: Phaidon, 2009 – 443p.
231. **Flusser V.** Eine neue Einbildungskraft// Schriften von Vilem Flusser/ Hrsg. Von Stefan Bollmann; Bd.1. Mannheim: Bollmann, 1994. s. 263.
232. **Fosret H.** Vision and Visuality, Seattle, 1988 WA: Bay Press.
233. **Frankel. F.** Image, meaning, and discovery// Media Art Histories [edited by Oliver Grau] - The MIT Press Cambridge Massachusetts, London England, 2006
234. **Goodbye Privacy** / edited by Gerfried Stocker and Christine Schopf - Ars Electronica, 2007 – 412 p
235. **Groys B.** Comrades of Time – access: <http://e-flux.com/journal/view/99>
236. **Hansen M. B.N.** New philosophy for new media/ Hansen M. - Cambridge, MA: MIT Press - 2006. – 532 p.
237. **Interaction. Artistic Practice in Network** / edited by Scholder A. and Crandall J. – N-Y.: D.A.P., 2001 – 217 p.
238. **Kac E.** Aspects of the Aesthetics of Telecommunications // Siggraph Visual Proceedings, John Grimes and Gray Lorig, Editors. New York: ACM, 1992 – 391 p.
239. **Lev Manovich home page:** <http://www.manovich.net/>
240. **Manovich L.** Ten Key Texts on Digital Art: 1970-2000/ Manovich L.- [Leonardo - Volume 35, Number 5](#), p. 567–569.

241. **Manovich L.** The Language of New Media/Lev Manovich - Cambridge, Massachusetts: The MIT Press/Leonardo Books - 2000. – 427 p.
242. **Media Art Histories**/ edited by Oliver Grau - The MIT Press Cambridge Massachusetts, London England, 2006 – 576 p.
243. **Media Art Lab:** <http://www.mediaartlab.ru/>
244. **Menster M. and Aronowitz S.** On Cultural Studies, Science and Technology// Technoscience and Cyberculture / Eds. S. Aronowitz, B. Martinsons, M. Menser. N. Y: Routledge, 1996.
245. **Mirzoeff N.** “What Is Visual Culture?”, in Visual Culture Reader [ed. N.Mirzoeff]. – London&New York: Routledge, 1998 – 223 p.
246. **Mitchell W.J.T.** “What is Visual Culture?”, in Irving Lavin, ed. Meaning in the Visual Arts: Views from the Outside (Princeton, NJ: Institute for Advanced Study), 1995 – 443 p.
247. **Overview of Media Art:** <http://www.mediaartnet.org>
248. **Prince S.** True Lies: perceptual realism, digital images, and film theory// Film Quarterly Vol. 49. № 3.1996. Spring. p. 27-38
249. **Redner H.** Aesthetic Life: The Past and The Present of Artistic Culture. Lanham: University Press of America
250. **Ruttman W.** «Malerei mit Zeit,» in *Walter Ruttman. Eine Dokumentation*, Jeanpaul Goergen (ed.), Berlin, 1989
251. **Turkle Sh.** Life on Screen. Identity in the Age of the Internet- N-Y.: Simon&Schuster Paperbacks, 1995 – p.399
252. **Usselman R.** The Dilemma of Media Art: Cybernetic Serendipity at the ICA London, Cambridge, Masschusetts: The MIT Press/Leonardo Journal - Volume 36, Number 5, October 2003, p. 389–396.
253. **Wands B.** Art Of The digital Age/ Wands B. – London: Thames & Hudson, 2001 – p.415
254. **Weitz M.** The Role of Theory in Aesthetics M. The Role of Theory in Aesthetics / Morris Weitz // The Journal of Aesthetics and Art Criticism, 1956. — Vol. 15, Is. 1. — p. 27–35.