

МЕДІА-МИСТЕЦТВО В ПРОСТОРІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

(Пічугіна Ю. О., канд. н. із соц. ком.)
НМАУ ім. П.І. Чайковського, м. Київ, Україна

Відтоді, як технології стали звичною частиною нашого повсякденного життя, спостерігається їх активне використання в художніх практиках, що супроводжується відкриттям нових альтернативних шляхів творчої реалізації митців. При цьому, ми можемо говорити як про появу революційно нових мистецьких форм (інтерактивне, комп'ютерно генероване, мережеве мистецтво), так і про перевтілення традиційних (цифрові живопис, скульптура, фотографія, тривимірна графіка, електронна музика).

В загальних рисах медіа-мистецтво прийнято інтерпретувати як сукупність авангардних художніх практик, заснованих на використанні медіазасобів і технологій. Звідси й походження понять відео-арт, фото-арт, SMS-арт, тобто використовується назва медіатехнології з додаванням слова арт (мистецтво) [2]. Існує ще одне поширене поняття, яке визначає мистецтво, створене за допомогою медіа, – new media art (нове медіа-мистецтво), але в контексті нього розуміється вже більш високий рівень розвитку медіатехнологій та залишене позаду аналогове минуле, це: комп'ютерна графіка, комп'ютерна анімація, інтерактивне мистецтво, нет-арт, відео-ігри, 3D-принтинг тощо.

Багато в чому new media art спрямований на естетизацію взаємодії між людиною та машиною, проте існують також інші аспекти. Наприклад, вважаємо одним з центральних понять нового медіа-мистецтва інтерактивність, тобто його здатність взаємодіяти з глядачем, робити його активним учасником художнього процесу. Така властивість підкреслює схильність сучасної людини до співучасті, що також пояснюється технологічним розвитком. Е. Тоффлер в своїх роботах назвав споживача Третьої (інформаційної) хвилі прос'юмером, синтезуючи в цьому понятті початок слова «producer» (з англ. «виробник») та «consumer» (з англ. «споживач») [1]. Сьогодні, через доступність та поширеність технічних засобів та технологій, для нас звичними справами є самостійний пошук інформації завдяки мережевим пошуковим системам, здійснення банківських операцій завдяки Інтернет-банкінгу, ми ділимося новинами та працюємо над власними медіа-образами завдяки соціальним платформам Facebook, Instagram, Twitter тощо. Так само і в мистецтві відбувається зближення ролей виробника і користувача завдяки новим медіа, які утворюють інтерактивний культурний простір; «сучасне мистецтво – це система створення і виробництва культури в реальному часі, в якому перетинаються креативні потоки і немає стороннього глядача, тому що він відразу залучається у креативне співтовариство» [1, с. 9].

Відомо, що через мистецтво виражаються культурні пріоритети суспільства. І те, що сучасне мистецтво, використовуючи потенціал медіа, зруйнувало шаблони академічності, свідчить про те, що відтворити дух нашої епохи, атрибутами якої є інформаційні та комп'ютерні технології, було б фактично неможливо, керуючись лише сталими мистецькими традиціями.

Література

1. Василюєва Т. В. Сучасне інтерактивне мистецтво як універсальна модель полістилістичної культури : автореф. дис. ... канд. філос. н. : 26.00.01 / Василюєва Тетяна Вікторівна ; Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. — Київ, 2010. — 18 с.
2. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер ; пер. с англ. Л. М. Бурмистрова, К. Л. Татарина, К. Бурмистров, З. А. Заритовская. — М. : АСТ, 2010. — 800 с.
3. Югай И. И. Понятие медиа в искусстве / Югай Инга Игоревна // Вопросы культурологии. — 2013. — № 7. — С. 93–97.