



ПРОБЛЕМА ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

О.А. Сахарова, студентка 2-го курса ФБП,
e-mail: olga.sakharova.99@mail.ru
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»

Н.В. Меднис, канд. филос. наук,
доц. кафедры философии и культурологии
e-mail: natalymednis@gmail.com
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»

Статья посвящена анализу восприятия искусства в эпоху цифровых технологий, изменению формата подачи и понимания произведения. В ней акцентируется внимание на изменении социальных условий и, соответственно, восприятии индивидом эстетической составляющей. Рассматривается понятие «мема» как основного искусствоведческого критерия в эпоху всеобщей цифровизации. Указывается на особенности создания современной элитой культурных процессов в виде ознакомительного изучения базовых элементов классической культуры.

***Ключевые слова:** искусство, цифровизация, эстетика, информационная эпоха*

ВВЕДЕНИЕ

При анализе восприятия искусства и эстетики в информационную эпоху нужно понимать в первую очередь то, что ранее предметы искусства были уникальными потому, что существовали в единственном экземпляре – картины, музыкальные произведения и т.д. Для того чтобы увидеть их, нужно было посетить музей или театр, тогда как сейчас, в нынешнюю технологизированную эпоху, это все приобретает массовое воспроизводство: картины репродуцируются, перепечатываются, музыка записывается на звуконосители, таким образом, искусство становится цифровым, приобретая широкий масштаб распространения.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является искусство, восприятие его и изменение в отношении к нему современного человека.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целями исследования являются: описание восприятия эстетики искусства в эпоху медиа и постмедиа, сравнение изменений в формате подачи и восприятия искусства.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы исследования: анализ, обобщение, синтез, сравнение.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В наше время любой желающий, умеющий пользоваться сетью Интернет, способен найти любое из произведений искусств за доли секунды и насладиться им в любой момент [4].

В своих трудах М. Дертузос выделил четыре характеристики искусства в информационном обществе:

1) Вовлеченность нескольких чувств и мышц в процесс восприятия. Так, благодаря трехмерным технологиям, мир узнал о том, что картинка на экране или открытка способна иметь глубину и выглядеть более реалистично. По мере улучшения технологий возможно создание все более реалистичного изображения, способного погрузить и вовлечь человека, благодаря его же органам чувств, в самую суть произведения, заставить быть участником, сторонним наблюдателем происходящих событий.

2) Интерактивность. Всем известно о существовании множества пьес и фильмов, которые развиваются по сценарию, отличному от оригинала, однако благодаря постоянному развитию информационных технологий совсем скоро возможно будет вывести интерактивность аудиовизуальных искусств еще на более высокий уровень.

3) Коллективная игра. Эта характеристика говорит о том, что в сотворение цифрового произведения может быть вовлечено большое количество людей, соединенных посредством современных компьютерных технологий.

4) Демократизация. Благодаря цифровым технологиям искусство становится доступно миллионам людей.

По мнению П. Леви, в XXI веке следует ожидать, что в киберискусстве основным художником станет «инженер мира». Инженеры миров – это создатели виртуальных реальностей, строящих коммуникационные пространства, разрабатывающие технологии искусственного интеллекта и конструирующие сенсорно-моторные интеракции с цифровой Вселенной. В такой реальности теряется привязка ко времени и пространству, человеку больше нет необходимости посещать мероприятие, так как все это он может видеть на своем телеэкране в записи или по прямой трансляции в эфире, или запустить в любой момент из сети Интернет. Произведение перестает быть направленным к определенному зрителю, его может посмотреть любой желающий в удобное для него время. С помощью виртуальных технологий также становится возможным перемещение в разные уголки планеты и пребывание в нескольких местах одновременно [3].

Необходимо отметить, что современное общество уже достаточно определенно разделяется и на элиту и «остальных». Если ранее элита подразумевала определенный уровень образования, успешность в карьере, финансовые возможности, то сейчас это понятие сводится к популяризации персоны. Современная элита характеризуется определенным уровнем цитируемости в социальных сетях, узнаваемостью. Эстетические предпочтения также являются тем критерием, которые задают социальную планку.

Современные виды искусства высокого уровня, как правило, не доходят до всеобщего «узнавания». В арт-менеджменте давно существует феномен «подсолнухов», то есть после того как картина Ван Гога стала известной, а эстимейт продаж на аукционах изобразительного искусства превысил все мыслимые цены, обыватель стал воспринимать любое изображение этого цветка как некий эталон правильного выбора произведения искусства и выгодного вложения средств. Но из тех, кто готов купить подобное изображение, достаточно малая часть реально видела эту картину, знает историю создания и т.д. Это некий «мем», который прочно вошел в сознание. Более того, любое изображение в дизайнерском варианте воспринимается позитивно.

Эстетическое восприятие людей, занятых в информационной сфере, сейчас полностью основано на «мемах» как некой гиперклассике. При этом значительная часть базы классической культуры уходит в небытие. Современный индивид воспринимает ее в удобной для своего восприятия аранжировке. Сейчас никого не удивит книгой «Кант за двадцать минут» или другими вариантами краткой популяризированной подачи научной литературы.

Прочтению оригинала предпочитают материалы из Википедии. Хорошо это или плохо? С точки зрения образования для будущей элиты, разумеется, недозволительно. Но с позиции «лучше хоть как-то, чем никак» вполне себя оправдывает. И современный школьник вполне обходится синопсисом, а не полноценным прочтением. Но это ознакомление дает шанс надеяться, что в будущем у него появится желание ознакомиться с произведением более детально.

Информационное общество предполагает высокий уровень технологий, поэтому «остальным» совершенно нет необходимости утруждать себя не только эстетическим, но и вообще умственным развитием, поскольку современные социальные институты позаботились о том, что даже умственно неполноценные проходят социализацию и смогут найти себе применение.

Нетрудно заметить, что искусство в эпоху информационного общества сложно разделить на «элитарное» и «народное», так как ранее элитарное искусство всегда предлагало новые эксперименты, но в то же время возвращало назад, к традициям. Информационная эпоха представляет собой эпоху важности масс-медиа, где нет никаких ограничений для экспериментирования, открытое поле для фантазии и полета мысли [5].

С развитием цифровых технологий, возможно, скоро канут в лету простые и пока привычные нам предметы искусства, такие как бумага, холст, кисти, печатное фото, киноплёнка и т.д. Со временем все это перейдет в электронный формат. Ни для кого не секрет, что сейчас существуют графические планшеты или даже просто компьютерные программы, в которых художники пишут свои цифровые шедевры [2].

За эпохой медиа, несомненно, будет следовать эпоха постмедиа, в которой нужно будет решать такие важные задачи, как хранение, сжатие и передача больших объемов информации. Необходимо не только сохранять новую культуру и искусство, но и сохранить старые, а также рассматривать их как единый континуум. Только так возможно создать новую культуру постижимой для следующих поколений, которым предстоит жить дальше в эпоху цифровизации. Благодаря этому новые поколения способны будут усовершенствовать технологии, используемые сейчас, не растеряв прежние функции, но внося что-то абсолютно новое. Первым примером в качестве доказательства этих слов могут выступать трехмерные картинки из второй половины XX века, которые при помощи стереочков становились объемными, сейчас такая технология переросла в целые трехмерные фильмы, которые позже усовершенствовались в 5D технологии, где помимо трехмерного изображения добавились еще движения кресел и запахи в зале, соответствующие картинке на экране.

В качестве второго примера хотелось бы рассмотреть создание музыки. Ранее музыка создавалась при помощи музыкальных инструментов, одного или целого оркестра, записывалась на нотном стане. Тогда как сейчас, помимо обычного способа, существует еще возможность создания музыки при помощи компьютерных программ, но эта музыка в большинстве своем будет иметь звук, отличный от того, который был бы при записи реального музыкального инструмента. Такие программы либо намеренно изначально создают электронное звучание, либо попросту не дотягивают по качеству звука, искажая его.

Также в искусстве следует учитывать то, что не каждый потенциальный зритель захочет докопаться до истины, пытаясь понять, что же действительно хотел сказать автор, после чего последует неправильное употребление предмета искусства, поэтому часто можно увидеть новое прочтение старых произведений. В качестве примера можно привести царапание виниловых пластинок и создание ремиксов диджеями [1].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги, можно сказать, что искусство – это обширное понятие, которое объединяет в себе все культурное наследие прошлых поколений, с развитием новых технологий, переходящее на новые площадки взаимодействия со зрителем. Для развития эстетики в информационном обществе прорывным способом стоит предложить не фиксироваться на средствах выражения авторского замысла, а создавать на этой основе что-

то новое, не утрачивая при этом старое культурное прошлое.

Цифровизация помогает людям не тратить время и деньги на дорогу, покупку билетов в музей, в театр, помогает увидеть, рассмотреть произведение здесь и сейчас с помощью сети Интернет. Но, несмотря на все удобства, это вряд ли сможет заменить реальное изображение, изначально написанное на холсте маслом, увидеть его структуру и насладиться театральной постановкой, концертом, ощутить ту атмосферу, глядя лишь на экран монитора. Поэтому не стоит забывать о классических, всем известных способах восприятия предмета искусства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аппиньянези, Р., Гэрретт, К. Знакомьтесь: постмодернизм. – Санкт Петербург: Академический проект, 2004. – 176 с.
2. История эстетической мысли в 6 томах. Том 5. Буржуазная эстетика XX века. – Москва: Огни, 1990. – 668 с.
3. История античной эстетики А.Ф. Лосев. – Москва: Искусство, 1992. – 656 с.
4. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. – Москва, 1991. – 588 с.
5. Соловьев А.В. Новая эстетика информационной эпохи // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2009. – № 8 (63). С. 50-55.

THE PROBLEM OF AESTHETIC PERCEPTION OF THE INFORMATION SOCIETY

O.A. Sakharova, second year student,
e-mail: olga.sakharova.99@mail.ru
Kaliningrad State Technical University

N.V. Mednis, Candidate of Sciences in Philosophy,
Associate Professor, the Department of Philosophy and Cultural Studies
e-mail: natalymednis@gmail.com
Kaliningrad State Technical University

The article is devoted to the analysis of art in the digital age. Changing the format of presentation and perception of the work. Attention is focused on changing social conditions and, accordingly, the individual's perception of the aesthetic component. The concept of "meme" is considered as the main criterion for art in the era of universal digitalization. The features of the creation of cultural processes by the modern elite in the form of an introductory study of the basic elements of classical culture are indicated.

Keywords: *philosophy, traditions, upbringing, family values*