

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. КОМУНІКАТИВНО-МЕРЕЖЕВІ ВИМІРИ МИСТЕЦТВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДОБИ

1.1 Сучасний текст культури у контексті інформаційного суспільства XXI століття.....	
1.2. Комунікативно-мережевий простір сучасного образотворчого мистецтва.....	25
Висновки до розділу.....	34

РОЗДІЛ 2. МИСТЕЦЬКИЙ ОБРАЗОТВОРЧИЙ КОНТЕНТ У ПРОСТОРИ СУЧАСНОЇ МЕРЕЖЕВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Структурування мистецького контенту кінця XX - початку XXI століття.....	37
2.2. Мистецький інтернет-мем як складова мережевої комунікації інформаційної доби.....	47
2.3. Комунікативні практики мистецького інтернет контенту в системі масової художньої культури сучасності.....	63
Висновки до розділу.....	83

ВИСНОВКИ.....	88
---------------	----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95
---------------------------------	----

ВСТУП

Актуальність дослідження визначається значним розширенням мережевої комунікації в мистецтві, що значно посилює інтерес до вивчення проявів її конкретних форм. Дослідження присвячене аналізу нових комунікативних практик в сучасному візуальному мережевому середовищі, які базуються на інтерпретації творів образотворчого мистецтва в контексті розвитку соціокультурної комунікації.

Важливість дослідження пов'язана, перш за все, зі стрімкою інтенсифікацією процесів мережевої комунікації і появою нових форм її реалізації. Місце і роль образотворчого мистецтва, специфіка його уявлення в мережевому форматі стає предметом спеціальних досліджень у мистецтвознавстві, вивчаючи особливості сприйняття та інформаційного забезпечення сучасних візуальних форм творчості. У той же час, способи масової інтерпретації творів класичного мистецтва, які в останні роки стали популярним феноменом мережевої культури, залишаються ще малодослідженими. Але ступінь охоплення аудиторії практикою створення цифрових форм образотворчого мистецтва та зростаюча популярність подібних форм інтернет-комунікації вимагає відповідних досліджень, що аналізують ці феномени.

Також формується сучасний науковий запит на уточнення ряду понять, що визначають напрямки мережевої комунікації та дослідження проблем, які сфокусовані на різні форми подання мистецтва в мережевому середовищі, що з'явилися в останні роки і стали ваговою складовою мистецького контенту. Аналіз різноманіття форм мережевої комунікації, заснованих на інтерпретації образотворчого мистецтва, дозволяє вийти на рівень систематизації та класифікації цього важливого феномену сучасної візуальної культури.

У просторі мистецтвознавчо-культурологічних досліджень вивчення сучасної візуальної культури у формах, що сьогодні набувають домінуючого

характеру, притягає все більше уваги науковців. Візуальні дослідження сьогодні стали актуальним мейнстрімом і ведуться на стику споріднених наук – мистецтвознавства, культурології, психології, соціології. Важливим завданням наукових досліджень у цій міждисциплінарній системі «visual studies» стає розробка комплексу проблем морфології нового типу візуальності, визначення її зв'язку з загальними тенденціями розвитку культури XXI століття. Оскільки саме характеристики мережевої складової є ключовими в розумінні стратегії і механізмів розвитку нового візуального мистецтва, саме аналіз комунікаційно-мережевого досвіду є важливим для сучасної науки. Одним з відповідних фрагментів мережевої культури на сьогоднішній день є простір образотворчого арт контенту, вплив якого на динаміку розвитку нових комунікативних практик в останні роки є настільки істотним, що вимагає спеціального мистецтвознавчого вивчення.

Теоретична база дослідження. Комплексний характер дослідження сучасного образотворчого арт-контенту як важливої складової сучасного мережевого середовища має на підставі використання джерел різних областей наукового знання. Аналіз наукової літератури з суміжної проблематики дозволив виділити кілька основних блоків досліджуваних проблем.

Перший блок робіт складають роботи, що аналізують сенс глобальних трансформацій сучасної культури. Основою відповідного напрямку наукових праць є постмодерністська теорія, що сформована в працях М. Фуко, Ж. Бодрійяра, Ж. Дельоза, Ж. Лакана, Ж.-Ф. Ліотара. Дослідження, що представляють собою першу спробу осмислити радикальні зміни соціокультурного ландшафту сучасності, які надиктовані домінуванням інформаційної реальності, є ключовими для аналізу феномена мережевої культури.

Однак сьогодні дослідники фіксують перехід постмодернізму до нових художніх форм і нового концептуального наповнення, який визначається

терміном метамодернізм, що запропонований голандськими культурологами Т. Вермюленом і Р. ван дер Аккером. Властива метамодерністському дискурсу реанімація класичних художніх ідеалів у час мережевої культури можлива в парадоксальній формі мистецьких мемів (арт-мем - одиниця передачі культурно-мистецької інформації). Таким чином, в рамках дослідження сучасного арт-контенту особливого значення набувають роботи, що розкривають динаміку відповідних глобальних змін культури.

Другий блок робіт склали дослідження знакових систем і текстів культури, які дозволили вивчити коло проблем, що стосуються мови сучасного мистецтва. Знаково-символічний характер мережевої сфери і зростаюча семіотизація цифрового середовища актуалізують питання філософії мови та семіотики культури, що відображені в роботах М. Бахтіна, У. Еко, Ю. Лотмана. Введений Ю. Крістєвою термін інтертекстуальність характеризує одну з найважливіших властивостей арт-контенту - висловлювання за допомогою загальних місць і готових слів (подібний підхід до мистецького тексту представлений в роботах Ж. Женетта). У герменевтичній концепції Х.-Г. Гадамера образ трактується як одночасно візуальний, просторовий і соціальний феномен (медіальність, просторовість, перформативність). Але певна обмеженість семіотичної моделі образу стала очевидною більшості сучасних дослідників.

Наступний блок складають роботи, що досліджують феномен масової культури, який необхідний для розуміння загального сенсу мережевої революції, що сталася в суспільстві, та аналізу принципів формування нової глобальної культурної мережевої спільноти. У сфері дослідження феноменів масової культури необхідно звернутися до імен С. Жижека, Б. Гройса, П. Сорокіна та інших. Для даного дослідження важливо, що, незважаючи на масовий характер сучасного арт-контенту, саме полемічна взаємодія елітарної і популярної культури є одним з основоположних художніх тропів сучасного мистецтва. Одночасно, в останні роки відбувся процес поступової

трансформації проявів мережевої творчості з субкультурного явища у актуальний феномен масової культури.

Також у дослідженні був використаний феноменологічний підхід до творів мистецтва, відображений у роботах М. Мерло-Понті та М. Хайдеггера. Ці автори наділяють артефакти мистецтва особливою силою впливу і важливими соціальними функціями незалежно від часового та географічного контексту їх створення. Їх ідеї розвиває Ж.-Л. Маріон, який констатує здатність художніх образів виступати в якості первинного досвіду реальності, що своєрідним чином формує нову картину світу. М.-Ж. Мондзен допомагає глибше розкрити механізми взаємодії реципієнта з твором мистецтва і проаналізувати естетичні стратегії авторів.

Важливе коло робіт склали дослідження міждисциплінарної галузі «visual studies». Мистецтвознавство продовжує зберігати за собою прерогативу вивчення візуальних образів, але при цьому важливо відзначити помітний перелом у цій галузі, пов'язаний з розвитком такого напрямку міждисциплінарних досліджень, як «visual studies». Візуальні дослідження, які роблять ставку на осмислення візуальності як такої і активність суб'єкта, що сприймає, виступають як радикальний спосіб переосмислення історії мистецтва. У роботі використовується «нерепрезентативний» підхід до візуального образу, відбитий в працях таких вчених, як: Г. Бальтінг, Ж. Діді-Юберман, К.Моксі, Н.Тріфт, які розглядають образ як автономний і активний початок. Ключова роль образу в соціальній комунікації - використання не тільки як засобу поширення знань, але й як фактору його виробництва - знаходить наочне втілення в образотворчому мистецтві мережевої доби.

В межах даного дослідження були використані ідеї Дж. Александера, що характеризують процеси сприйняття мистецтва, а також роботи Р. Краусс, які присвячені питанню образотворчого поля і позиції глядача та автора. Також на прикладі естетики непрофесійної фотографії дослідники П. Бурдье і Дж. Уррі вивчали процес конструювання візуального в соціальному

просторі. Медіальний аспект мистецтва є одним з найбільш актуальних мистецьких дискурсів епохи мережевих технологій. Різні концепції інформаційного суспільства та віртуальної реальності розроблялися такими вченими, як: Д. Белл, Е. Гідденс, М. Кастельс, Й. Масуда, У. Дж. Мартін та іншими.

У працях М. Маклюєна і Е. Тофлера надається теоретичне осмислення медіа-технологій як фактора змін культурного досвіду людства у світлі нових технологічних можливостей. На даний момент великий дослідницький інтерес представляє вивчення наслідків зміни моделей виробництва та споживання творів образотворчого мистецтва в умовах мережевої комунікації. К. Поул вважає ключовою особливістю інтерактивності в нових медіа особливу форму «матеріальної» трансформації твору. Г. Уейнбрєн вказував на очільну роль можливості відкритого доступу до безлічі медіа елементів, які можна було б комбінувати до нескінченності, створюючи нові культурні смисли. Ці тези прекрасно ілюструють масові арт-практики нового типу, які вже встигли стати суттєвою частиною віртуальної комунікації сучасного індивіда.

Мета дослідження - визначити прояви образотворчого арт контенту в сучасному культурному просторі та охарактеризувати конкретні форми презентації цього феномену у контексті становлення мережевої комунікації кінця ХХ – початку ХХІ століття.

Завдання роботи:

- окреслити дослідницьке поле віртуально-мережевого простору образотворчого мистецтва в контексті розвитку культури кінця ХХ – початку ХХІ століття;
- визначити структуру сучасного арт контенту;
- проаналізувати сучасне мережеве образотворче мистецтво як елемент актуального комунікативного простору культури;

- визначити способи інтерпретації сучасного мережевого образотворчого мистецтва як елемента актуального комунікативного простору культури.

Об'єктом дослідження є сукупність цифрових форм репрезентацій образотворчого мистецтва в мережі інтернет.

Предмет дослідження - сучасні масові арт-практики, засновані на інтерпретації творів образотворчого мистецтва як частини культурної комунікації сучасного користувача мережевого простору.

Хронологічні рамки дослідження обмежені новітнім періодом розвитку глобальної мережі інтернет-часу становлення нових технічних засобів зв'язку, світових соціальних мереж і соціальних медіа, що сформувало особливу мережеву художню культуру сучасності.

Методологічні засади роботи. Комплексний характер дослідження має під собою використання різноманітного методологічного інструментарію, який поєднує три групи методів: загальнонаукові, мистецтвознавчі та культурологічні. Діалектичний метод розглядає явища мережевої культури як динамічні, багатосторонні і неоднозначні феномени. Системний метод дозволяє виявити в різноманітті мережевого мистецького контенту організовану цілісність. Порівняльний (компаративний) і типологічний методи використовуються для класифікації досліджуваних джерел. Порівняльно-історичний аналіз, що представляє розвиток мистецтва як єдиний континуум в перспективі постійних змін, дозволяє виявити генезис основних художніх стратегій мережевих авторів. Систематизація образотворчих мотивів арт-практик була використана для вивчення образної специфіки сучасного мистецтва. Структурний аналіз художніх особливостей арт-контенту надав можливість простежити наявність визначених стійких естетичних установок і інтенцій авторів мистецьких творів. Методи культурологічного дослідження дозволили вийти на рівень узагальнення і концептуалізації в процесі аналізу сучасного арт-контенту в системі

культурної комунікації. Використання семіотичного методу герменевтики забезпечило знаковий підхід до художнього твору, що дозволило осмислити семантику художнього тексту творів мистецтва. Структурно-функціональний метод дозволив виявити найбільш важливі соціальні та психологічні функції сучасного образотворчого мистецтва.

Теоретичне та практичне значення роботи. Нові теоретичні положення можуть стати основою методичних посібників, зокрема з історії масового мистецтва. Практичне значення одержаних результатів ґрунтується на можливості їх використання у програмах спеціальних курсів мистецьких навчальних закладів з теорії й історії мистецтва, практичних дисциплін, культурології. Аналітичні матеріали можуть бути використані у подальших наукових дослідженнях.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження обговорювались на Міжнародній науково-практичній конференції «Мистецтво у нелінійному просторі» (Тернопіль, 2018). За результатами конференції опубліковані тези на тему: «Соціокультурне проектування мистецтва в інформаційну добу» (сертифікат). Обговорення проведено також на науково-практичній конференції «Наукова атрибуція творів мистецтва, експертиза та оцінка культурних цінностей» (Київ: НАКККиМ, 24-25 жовтня 2019 р.), доповідь на тему «Мистецтво в системі мережевих комунікацій XXI століття».

Публікації.

Яковлев О.В. Теорія та практика соціокультурного проектування в мистецтві. Київ: НАКККиМ, 2018. 196 с.

Яковлев О.В. Мистецтво в системі мережевих комунікацій XXI століття // Наукова атрибуція творів мистецтва, експертиза та оцінка культурних цінностей. Київ: НАКККиМ, 2019. С.153-157.

Yakovlev O. The Communicative Characteristics of Fine Art of the Beginning of the 21st Century / Cultural and arts studies of national academy of

culture and arts management : collective monograph. Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2019. 220 p.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, основної частини (двох розділів, п'яти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (78 позицій). Загальний обсяг роботи – 88 сторінок, з них основного тексту – 81 сторінка.

РОЗДІЛ 1. КОМУНІКАТИВНО-МЕРЕЖЕВІ ВИМІРИ МИСТЕЦТВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДОБИ

1.1. Сучасний текст культури у контексті інформаційного суспільства ХХІ століття

Інформаційне суспільство як соціальна і культурна система потрапило до фокусу наукової уваги в 60-х роках ХХ століття, коли визначилися головні риси зміни парадигми епохи. Сам термін «інформаційне суспільство» був введений до обігу західними дослідниками. Д. Белл [8], П. Друкер [47], Р. Інглегарт [51], А. Тоффлер [31] створювали комплексні теорії соціального прогресу, зробивши основний акцент на різних його складових (політичних, культурних, технологічних). Загальним моментом у різних західноєвропейських концепціях інформаційного суспільства виступає розуміння його як суспільства, що орієнтоване на інформацію і знання, які представляють собою основні виробничі ресурси. Інформаційне суспільство функціонує і розвивається завдяки швидко зростаючому рівню знань, які лежать в основі технологій, що стрімко змінюються. Зростання технологічного рівня веде до вдосконалення способів передачі інформації, що дозволяє розглядати кожний наступний спосіб передачі інформації як більш ефективний у порівнянні з попереднім (з точки зору швидкості і чистоти способів передачі повідомлень). Людство постійно живе в оновленому ним самим інформаційному середовищі, і в цьому сенсі, будь-яке суспільство можна вважати інформаційним суспільством.

Процеси технологізації та інформатизації суспільства мали істотний вплив на вивчення культури. У другій половині ХХ ст. виник інформаційний підхід до культури, в руслі якого вона починає розглядатися як інформаційна система, що генерує і транслює інформацію. Разом з тим інформація

виробляється та транслюється в соціумі, який живе не лише за технологічними і інформаційними, але й за етично-естетичними законами. У процесі відбору та передачі інформації суспільство керується певними духовно-моральними і естетичними критеріями, виходячи з прийнятих у ньому норм і цінностей. Ці критерії, які вироблені в кожному конкретному суспільстві протягом його існування, пояснюють, чому одна й та ж сама інформація по-різному інтерпретується в різних типах суспільства. Таким чином, трансляція інформації здійснюється з урахуванням виробленої в культурі суспільства системи цінностей і норм, а їх фіксація в культурі відповідає технологічному рівню розвитку суспільства.

В основу інформаційного підходу до культури покладені фундаментальні знакові теорії Ч. Пірса, Ф. де Соссюра, Ч.У. Морріса, Р. Якобсона. Філософське осмислення культури як мовної реальності, інформаційного середовища, тексту знайшло відображення в роботах Г.-Г. Гадамера, М. Хайдеггера [35], які вважали, що культура постійно піддається якісним і кількісним, інформаційним та семиотичним змінам. Розуміння культури як знакової (семиотичної) системи, ієрархії кодів, що програмують свідомість і поведінку людей, знайшло відображення в наукових працях: К.Г. Юнга про колективне несвідоме як універсального архетипічного коду [39, с. 70-85.]; К. Леві-Строса, який застосував ідеї теорії інформації та семіотики в галузі антропології та обґрунтував кодовий механізм трансляції культури; Р. Барта, який розвинув ідеї К. Леві-Строса про співвідношення між комунікативними і культурними структурами суспільства [4] та обґрунтував механізми виникнення складних знаків [5]; М. Фуко, який поставив питання про співвідношення понять «суб'єкт-знак-рiч» в різних культурах [34]; У. Еко, який створив теорію «кодів» і знакових ситуацій [37].

Г. Кнабе зазначає, що вивченню культури як знаково-інформаційної системи сприяла поява семіотики тексту [20, с. 27]. Семіотика, що оперує поняттям знака, розглядає культуру як знакову систему, здатну виробляти,

зберігати і передавати інформацію. Об'єктом семіотики є безперервний процес розвитку знаків, символів, а основним її завданням - вивчення особливостей знаків, знакових систем і способів трансляції інформації. У руслі семіотичного підходу культура розглядається як масштабна знакова інформаційна система, а поліглотичний (багатомовний) культурний простір як текст, який утворений знаками і знаковими системами. Семіотичний підхід до культури сформувався в 60-х роках ХХ століття в руслі структуралізму, основоположниками якого стають французькі лінгвісти А.-Ж. Греймас, Ж. Женнет, Р. Барт та інші вчені.

Структуралізм, у свою чергу, фокусує увагу на структурі, яка легко встановлюється в мові, літературі, мистецтві, і що розуміється як сукупність глибинних відносин між елементами цілого, а структурна методологія, що виникла в структурній лінгвістиці, поширюється на інші науки та отримує філософське осмислення. В основі теоретико-методологічних положень структуралізму лежить уявлення про культуру як сукупності знаків і знакових систем, про культурну творчість як знаково-символічний процес, про коди культури та шляхи їх виявлення. Структуралісти вважають, що культура структурована як мова, а відносини між її компонентами є стійкими при будь-яких змінах. Будь-які явища культури розглядаються як тексти, що містять безліч повідомлень, при цьому предметом дослідження структуралістів виступає сам механізм породження текстів.

У 70-ті - 80-ті роки ХХ століття в центрі уваги представників постструктуралізму (Р. Барт [5], Ж. Бодрійяр, Ю. Крістева [23] та ін.) знаходиться текст культури, що володіє знаковою природою, та аналізований з точки зору конкретної, унікальної ситуації його створення і використання. При цьому культура розглядається постструктуралістами як величезний багатосаровий, гетерогенний текст, що вбирає до себе численні тексти культури та їх множинні сенси. У свою чергу, всеохватна текстуалізація культури веде до розмивання меж між різними мовами культури - саме тому

в епоху постструктуралізму виникає поняття «інтертекстуальності» (Ю. Крістева) для позначення загальної властивості текстів культури, що виражається в наявності між ними зв'язків, завдяки яким тексти культури можуть багатьма різноманітними способами очно або неочно посилатися один на одного [23].

Питання щодо знакової природи культури розглядалися М. Бахтіним [6, с. 127], представниками тартуської семіотичної школи (Ю. Лотман [25] В. Топоров, Б. Успенський та ін.) . Ключовим поняттям для них стає володіє знаковою природою тексту. Поняття тексту як символічної системи, упорядкованого набору знаків, що володіють певним значенням і змістом, поширюється на опис культури в цілому. Культура з позицій інформаційно-семіотичного підходу є текстом (знаковою системою) вищого порядку, пристроєм, що виробляє інформацію і формує таку інформаційну систему, яка утворена безліччю текстів культури, створених за допомогою знаків.

Аксіологічний підхід до вивчення культури одними з перших застосували В. Виндельбандт та Г. Ріккерт [30]. З позицій аксіологічного підходу до культури, «фундаментом», на якому будується ставлення людини до навколишнього світу, є система цінностей і смислів культури. Сене культури - це інформація, вироблена історичним досвідом певного суспільства, за допомогою якої воно створює свою культуру, спосіб буття, спосіб життя, усвідомлює та осягає навколишній світ і своє призначення в ньому. Сенси культури не беруться безпосередньо та однозначно, але виступають в якості буттєвих констант світу, що стають сполучною ланкою між людиною і системою цінностей певної культури, що включає в себе велику кількість різноманітних цінностей.

Існують «універсальні», загальнолюдські цінності, що виступають на протязі всієї історії існування людей як регулятивні принципи людської діяльності і поведінки, «овічні» цінності. Крім загальнолюдських, існують національні цінності: будь-яка нація в процесі свого культурно-історичного

розвитку накопичує ряд національних цінностей і ціннісних установок, які будуть загальними на будь-якому етапі розвитку нації. Завдяки таким «наскрізним» цінностям культуру нації можна розглядати як єдине ціле, що представляє собою спосіб самоідентифікації народу, те, у чому виявляються особливості національного характеру, світосприймання, менталітету. Разом з тим не можна не визнати, що цінності культури зароджуються і існують у певному культурно-історичному контексті, і кожна епоха змушує суспільство по-новому вибирати, осмислювати та переглядати свої цінності, оскільки будь-яке суспільство є живим організмом, який проходить певні стадії розвитку. Кожна система суспільного організму має свої закони зародження, функціонування і трансформації в інший соціальний організм з іншою ціннісною системою.

Формування та передача смислів, цінностей і норм культури здійснюються в процесі комунікації за допомогою різних текстів культури, що мають знакову природу (традицій, обрядів, ритуалів, мистецтва), які сприяють залученню нових поколінь до ціннісної системи через образно-символічні форми. Так, у процесі освоєння культури людина сприймає смисли і значення цінностей через тексти культури, які фіксують як позитивні (екзистенційні) цінності: цінності життя і цінності культури, так й негативні цінності. Примат належить цінностям життя, оскільки вони регулюють фундаментальні відносини людей, їх потреби і життєві інтереси, норми людської моралі - вони сприяють збереженню людства, його виховання, розвитку, допомагають створити сприятливі умови для буття людини і розкриття всіх наявних можливостей. Ці цінності виступають як загальноновизнані, загальнолюдські. До них можна віднести: життя, мир, людину (людство), сім'ю, будинок, здоров'я, особисті права і свободи людини, роботу, хліб. До цінностей культури відносять матеріальні, соціальні (духовне життя людини, свобода, доброта, терпимість, людяність, чесність та ін.), політичні (демократія, права людини, і т.д.), духовні.

Тип культури, форми прийнятих комунікативних зв'язків і каналів передачі інформації визначають структуру та зміст духовних цінностей. Так, включені до духовної культури естетичні та етичні цінності визначають спрямованість текстів культури на конкретні людські почуття, зовнішні якості предметів, які повинні дати людині відчуття естетичної насолоди в процесі їх споглядання. Предмети мистецтва, що представляють собою втілення естетичних цінностей конкретної культури та показані крізь призму людського таланту, стають текстами культури. Етичні цінності виступають регуляторами людської поведінки, оскільки включають в себе ідеали, звичаї, правила, традиції і т.д., що сприяють збереженню і передачі майбутнім поколінням установок, які є моральними регуляторами поведінки. Ці установки фіксуються у вигляді норм і правил культури. Культурні норми пов'язані зі світом цінностей, оскільки будь-яка цінність завжди виступає як бажаний, «схвалений» суспільством вид поведінки. Такого роду цінності фіксуються в «нормативних текстах», які виступають як особливі інформаційні структури, що забезпечують управління культурою та її саморегуляцію [28, с. 63].

У світлі інформаційного, семіотичного та аксіологічного підходів до культури необхідно розглядати текст культури, визначаючи його як ціннісно-інформаційний простір, що утворений цінностями і смислами, зафіксованими за допомогою мов інформаційної культури. В культурології під «текстами культури» розуміються численні форми культури суспільства: його закони, поведінкові сценарії, тексти художньої культури, що включають в себе класичні та сучасні тексти культури, і т.д. Всі тексти культури втілюють якусь визнану людиною цінність і створюються з метою її фіксації.

Текст культури, як інформаційний феномен, створюється в конкретному історичному типі суспільства, що живе за певними ціннісними критеріями. Відтворення, відбір і трансляція інформації здійснюються в суспільстві з урахуванням цих критеріїв, що дозволяє говорити про

необхідність використання культурологічного та феноменологічного підходів при розгляді тексту культури. Представники культурологічного підходу до тексту культури М. Бахтін [7], Д. Ліхачов [24], Ю. Лотман [25], В. Топоров звертаються до його вивчення як «культурного космосу», що відображає тип свідомості певної культурно-історичної епохи, що володіє власними кодами, знаками і символами. Відповідно до феноменологічного підходу до тексту культури М. Мерло-Понті [26], розвиваючи феноменологічну концепцію Е. Гуссерля, розглядає текст культури як феномен, в якому присутнє невиражене, але відчутнє - та інформація, яка створює смисловий потенціал тексту культури та лежить в основі його наступних смислів і значень.

Аксіологічна і семіотична наповненість текстів культури визначає зміст комунікації. Причому діалогічна природа комунікації передбачає, що відправник і одержувач повідомлень підтримують комунікаційний баланс, ґрунтуючись на взаємному визнанні семіотичного і аксіологічного кордону текстів повідомлень. Це надає можливість розглядати комунікацію як інформаційний діалог, який представляє собою ціннісно-смислову соціальну взаємодію адресанта (автора тексту) і адресата (читача, інтерпретатора), що направляють свої зусилля на імплікації (кодування), трансляцію та експлікацію (реконструювання) цінностей і смислів культури в текстах культури за допомогою мов інформаційної культури. У визначенні комунікації можливо дотримуватися точки зору Ю. Лотмана, який, кажучи про органічний зв'язок культури і комунікації в умовах інформаційного середовища, зазначає слідство зв'язку з цим, що полягає в перенесенні в сферу культури моделей і термінів, запозичених з теорії комунікації [25, с. 30].

Будь-який комунікаційний процес включає в себе певних агентів: відправника інформації (адресанта), інформаційне повідомлення, одержувача інформації (адресата, реципієнта). Комунікаційний процес має на увазі передачу відправником (адресантом) закодованої інформації, її сприйняття

одержувачем (адресатом), розкодування закладеного сенсу, аналіз і синтез отриманої інформації, відповідну реакцію одержувача (адресата) на отриману інформацію - її раціональне застосування або відторгнення. Процес комунікації може здійснюватися за вербальними, невербальними, паравербальними каналами. Моделі і терміни, що запозичені з теорії комунікації, формують мови інформаційної культури - знаки, символи, коди, тексти, за допомогою яких у процесі комунікації відбувається обмін інформацією між частинками інформаційного суспільства. Знак - це предмет (явище), який виступає в якості об'єктивного заступника іншого предмета або його властивості, що використовується для зберігання, переробки і передачі інформації. Наявність знака уможливорює трансляцію інформації по комунікативним каналам та її різноманітну обробку.

Знак як основний елемент семіотичної системи має низку властивостей. На думку Г. Кнабе, властивості знака зумовлюють його пізнавальні можливості і виявляють «особливі сторони культурно-історичного процесу, що іншим методам дослідження недоступні» [20, с. 37], дозволяючи безпосередньо «читати» текст культури. Знак потенційно містить множинні смисли, значення яких розкривається і оновлюється в часі та в просторі культури. Ці смисли знаходять втілення в текстах культури [20, с. 53]. Знак народжується і спочатку функціонує в певній соціокультурній групі - знак датується часом свого виникнення і є ознакою певної історичної епохи. Ці властивості знака дозволяють вивчати культурно-антропологічні особливості суспільства певного історичного періоду. Знак є «уявою», що дозволяє простежити рух його значення у часі і виявити його зміни в контексті різних культурних епох, напрямків, тенденцій.

Знак не вичерпується раціональною логікою, тому що поряд з відображенням об'єктивної картини світу він здатний передавати суб'єктивне її сприйняття, внаслідок чого досвід інтерпретації знака стає суто індивідуальним [20, с. 37-42]. Синтез знака і способу формує символ, що

служить умовним позначенням ідеї, образу. На відміну від знака, символ багатовимірний, багатозначний. Він пов'язаний із зовнішніми властивостями предмета, тому завжди спрямований вглиб його і передає глибинну сутність предмета, ідеї. Значення символу мінливі в часі і просторі: варіюючи залежно від епохи, культури, символ вбирає в себе безліч різних значень. Символ являє собою певний акумулятор культурної інформації. Тлумачення символу вимагає раціональної і чуттєвої роботи, оскільки символ породжує складний спектр асоціацій та апелює не лише до розуму, а й до почуття, інтуїції. Ю. Лотман вважав символ текстовим «геном», глибинним кодуєчим пристроєм, що задає програму потенційного текстового смислопородження, оскільки один й той самий початковий символ, який реалізується в різних сюжетах, надає процесу смислопородження індивідуальність і непередбачуваний характер [25, с. 156].

В умовах глобального інформаційного суспільства за допомогою універсальної мови інформаційної культури здійснюється міжкультурна комунікація у вигляді діалогу між представниками різних культур. Текст, одне з основних понять культури, є також частиною базової термінології теорії комунікації, що дає нам підставу розглядати текст як сполучний компонент між культурою і теорією комунікації. Вже в етимології слова «текст» (від лат. *texo* - поєднувати) позначена смислова домінанта цього поняття - єдність взаємопов'язаних у смисловому і структурному планах елементів, штучно створена людиною з метою «звести воедино», по суті - з метою здійснення комунікації. У теорії комунікації «текстом» називається смислове повідомлення, яке передається в процесі комунікації. В культурології «текстом» називають будь-яке повідомлення, оформлене в будь-якій знаковій системі, звідси - вкрай широке смислове наповнення цього поняття, що стало синонімом поняття «культура» і фактів провів культури, що трактують як «тексти культури».

Взаємозв'язок адресанта (автора) і адресата (читача), що представляє своєрідний інформаційний діалог, дуже важливий у процесі комунікації, коли відбувається інкультураційний обмін смислами і інформацією, прилучення до історичного і національного досвіду, до пам'яті і інформаційних кодів. Переривання цього діалогу може привести до припинення комунікаційного процесу і припинення функціонування тексту в соціокультурному середовищі. Ідею інформаційного діалогу між адресантом (автором) і адресатом (читачем) обґрунтували М. Бахтін [6] та Ю. Лотман. Ю. Лотман вважав, що інформаційний діалог можливий в умовах заглибленості адресанта, тексту і адресата в семіотичний простір, семіосферу, утворену безліччю мов культури, що функціонують як єдиний механізм. Ю. Лотман, який обґрунтував поняття семіосфери, вважає саме її результатом і умовою розвитку культури, оскільки поза семіосфери немає ні комунікації, ні мови, ні генерування нової інформації [25].

Завершальним етапом комунікації є інтерпретація текстів. Інтерпретація - це тлумачення смислів тексту інтерпретатором (адресатом, читачем) в певних історико-культурних умовах. Інтерпретація тексту - це відновлення тексту в культурі за допомогою включення його до нового культурного контексту. Інтерпретаційний процес складається, по-перше, з об'єктивного розуміння інтерпретатором (адресатом, читачем) знаковою сутності тексту і вміння тлумачити його зміст. По-друге, з уміння бачити і «прочитувати» численні коди тексту, які одночасно зашифровували текст, і є «ключем» до його розуміння. По-третє, з суб'єктивного ставлення інтерпретатора (адресата, читача) до тексту, вмінню вжитися і співпереживати до нього, що дозволяє осягати не тільки смислові глибини тексту, а й самому розкриватися через зіткнення з ним. Інтерпретація, як завершальний етап процесу комунікації, є відновлення інтерпретатором кодів культури в контексті нового часу - своєрідний діалог епох, історичних часів, культур, точок зору, смислів, що дозволяє тексту постійно бути присутнім у

просторі культури. В. Біблер справедливо зазначав, що в сучасному просторі культури діалог культур є обов'язковою умовою культурного розвитку, а людська участь у діалозі культур - неодмінним фактором виживання людини, оскільки сучасне його буття «стягує в одному культурному просторі», в межах «одного усвідомлення і мислення» «різні форми культури: Захід, Схід, Європа, Азія, Африка, або в межах самої Західної культури - Античне, Середньовічне, новочасне мислення»[10, с. 7].

Процес комунікації є обмін значущою для комунікантів інформацією. Примат значущості належить, на нашу думку, соціальним і духовним культурним цінностям, що обумовлює і регулює комунікацію. Однією з форм соціальної практики є процес обміну комунікантами ціннісно-сміслову інформацією через текст. М. Бахтін вважав, що комунікація здійснюється завдяки тексту, який він розглядав як знакову систему, відображену на будь-якому носії (жива мова або друкований текст і т.д. [7]), і тільки через текст можна вивчати культуру і людину в культурі.

За Ю. Лотманом, для того, щоб зашифрувати текст, автор використовує набір кодів, фіксуючи з їх допомогою ті цінності і норми культури, які представляються для нього значущими в своєму культурно-історичному контексті, співвідносяться з елементами його коду, при цьому все інше, що знаходиться поза кодової сфери, визнається «незначним» і виноситься за дужки повідомлення, утворюючи велику та рухливу область семіотичної периферії [25, с. 320-321]. При дешифруванні відбувається реконструкція тексту в зворотному порядку: інтерпретатор, реконструюючи коди, якими користувався автор, виробляє їх кореляцію з власними кодами. Оскільки автор і інтерпретатор часто репрезентують різні культурно-історичні епохи, ймовірність неспівпадіння їх кодів дуже велика, і в цьому випадку сфера «незначної інформації» для учасника може стати надзвичайно актуальною для інтерпретатора- семіотична периферія зміщується до центру семіосфери, що тягне за собою смислове перекодування тексту [25, с. 322-323].

Складність процесу комунікації як імплікації (кодування) і експлікації (реконструювання) цінностей і смислів культури в культурних текстах обумовлена багатьма факторами, серед яких ми можемо виділити декілька. Як адресант (автор), так і адресат (інтерпретатор) мають індивідуально-особистісні коди. Система індивідуально-особистісних кодів утворює «комунікативний фон», або «герменевтичний фонд особистості» (Г. Кнабе, [20, с. 18]) і сприяє здійсненню процесів текстопородження і декодування, що стає необхідною умовою успішної комунікації. Як справедливо зазначає Р. Павіленіс, сенс будь-якого тексту виникає на основі смислів, які суб'єкт вже має в своєму розпорядженні з раніше засвоєних текстів. Ці смисли формують концептуальну систему суб'єкта і являють собою базу для подальшої інтерпретації текстів. Системи індивідуально-особистісних кодів адресанта (автора) - адресата (інтерпретатора) є невід'ємними компонентами в процесі створення, трансляції та інтерпретації класичних текстів, а розбіжність цих систем ускладнює комунікацію.

Архаїко-символічні коди культури фіксуються в мистецькому тексті як культурні архетипи і архетипічні символи. Архетипи класичного тексту культури фіксують ідею подвійності (бінарності) як відображення архаїчного (міфологічного) світосприйняття людини. В архаїчному світі людина намагалася впорядкувати свої уявлення про навколишню дійсність, систематизуючи її за принципом бінарних опозицій. Згідно К. Леві-Стросу, бінарні опозиції знайшли відображення в міфах, структура яких представляла собою послідовні дозвіл і зміну одних суперечностей іншими: міфічне мислення розвивається з усвідомлення деяких протилежностей і прагне до їх подальшого подолання. Кодові модуси епохального коду культури фіксують різний стан культури на певних часових відрізках (періодах), а виділення кодових модусів всередині єдиного епохального коду культури дозволяє говорити про періодизації культурного процесу.

Значимість інтерпретаторського коду особливо актуалізувалася в епоху постмодернізму, коли під інтерпретацією став розумітися процес деконструкції трансцендентального означуваного [16], в результаті чого у текста з'являється необмежена кількість смислів і створюється безмежна варіативність його прочитання. В процесі деконструкції текст «перестає бути створенням автора, єдиним цілим, конструкцією і стає сумою окремих елементів сюжету, що знаходяться в зовнішніх перекличках з мотивами, актуальними в культурному побуті даного часу» [20, с. 60]. Текст розуміється як нескінченна багатосмислова область продуктивної інтерпретації, відкритий для багатьох смислів і породжує їх. Центральною фігурою стає інтерпретатор, а не автор. Саме інтерпретатор стає провідником тексту в часі і виконавцем його в культурі. Інтерпретатор активно грає в текст, отримуючи естетичне задоволення, і, одночасно, бере участь в його творінні (Р. Барт). Що стосується автора, то його роль у французькій критиці і в теорії 60-80-х років ХХ століття пережила кризу і знайшла кілька аморфних обрисів. Так, про «смерть Автора» як парадигмальної фігури постмодерністської текстології, що фіксує ідею саморуку тексту як самодостатньої процедури смислонародження, офіційно заявили Р. Барт, М. Фуко, Ж. Дерріда, Ю. Крістева. В рамках даного підходу на зміну традиційному поняттю «автор» постмодерністська філософія і текстологія представляє поняття «скриптор» (той хто пише), що знімає будь-які претензії автора на статус виробника або детермінанти тексту.

Множинність інтерпретацій - це неодмінний аспект буття культурного тексту. У цьому сенсі життя тексту - це діалог, що триває в часі і просторі. Текст, до якої звернене інтерпретаторське співтовариство, неминуче стає предметом різних тлумачень, перекладів, багаторазового коментування - існування тексту в культурі є поліфонією інтерпретацій, причому пізні інтерпретатори в тій чи іншій мірі враховують досвід своїх попередників. Ситуація інтерпретаційної множинності не дозволяє класичному тексту

«застигнути» у часі в вигляді одного разу прийнятої, «офіційної», інтерпретації. Спроби зробити однаковим інтерпретаційний процес дають зворотний результат, тобто невключення тексту в культурну спадщину і культуру в цілому, виключення його з системи культури.

Розробка теорії інтертекстуальності, інтертекст і систематизація інтертекстуальних практик продовжилися в 60-х роках ХХ століття в працях зарубіжних філософів - представників постструктуралізму (Ю. Крістева, Р. Барт, Л. Женні, Ж. Женетта, М. Ріффатер, У. Еко та ін.). Ю. Крістева, спираючись на діалогічну концепцію М. Бахтіна, визначила інтертекстуальність як постійний перетин в тексті інших текстів [23, с. 46]. Дослідниця вважала, що «кожен текст будується як мозаїка цитувань, кожен текст - це пристосування до інших текстів і їх трансформація» [23, с. 74]. Р. Барт розглянув інтертекстуальність як обов'язкову наявність у тексті міжтекстових відносин у вигляді цитат, кодів, голосів, формул, структур, які є необхідною умовою для виникнення нового тексту [4, с. 78]. Послідовник Р. Барта, Л. Женні, вважав, що інтертекст являє собою сукупність попередніх текстів. В іншому ключі визначав інтертекстуальність Ж. Женетта, який вважав, що відносини між текстами будуються на основі транстекстуальності, або текстової трансцендентальності - узагальнюючого класу, куди він включив все, що виходило за рамки тексту і служило способом його включення в простір культури.

М. Ріффатер розглядав поняття інтертекстуальності саме як продукт інтерпретаторського сприйняття. Стверджуючи, що інтертекст, у першу чергу, є продуктом інтерпретації, М. Ріффатер надав інтерпретатору повну свободу не тільки в пізнанні та ідентифікації інтертексту, але зробив пам'ять і обізнаність інтерпретатора єдиними критеріями, що дозволяють говорити про наявність інтертексту. У. Еко, взявши за основу наявність у тексті елементів інших текстів, розробив концепцію інтертекстуальності діалогу, під яким розумів феномен виявлення і розпізнавання попередніх текстів в

новому тексті. Тексти-попередники «луною» звучать в ньому у вигляді безпосереднього цитування, алюзій, плагіату, пародіювання, іронічної гри з запозиченнями, нових варіацій вже існуючого тексту [36].

Інформаційне суспільство на сучасному етапі розвитку формується в умовах глобалізації на базі стрімкого розвитку інформаційних технологій, а основним видом діяльності в інформаційному суспільстві є виробництво і використання інформації. Діяльнію формою існування кожного члена інформаційного суспільства, що сприяє його соціальної інтеграції, є комунікація як інформаційний діалог, який представляє собою смислову і змістовну соціальну взаємодію адресанта і адресата, що направляють свої зусилля на імплікації (кодування), трансляцію і експлікацію (реконструювання) цінностей і смислів культури в текстах культури, що є знаками і кодують різноманітну інформацію. Однак інформація, що розуміється як трансляція знання, мала велике значення у всіх суспільствах, починаючи з самих ранніх форм їх існування. Об'єктивізована в створюваних людьми знакових системах, соціально значуща інформація зберігалася, передавалася і освоювалася наступними поколіннями, завдяки чому її обсяг в історії суспільства постійно збільшувався, утворював динамічний світ соціальної інформації, що вбирається в матеріальну оболонку текстів культури. У цьому сенсі будь-яке суспільство можна інтерпретувати як інформаційне суспільство.

Текст культури, як інформаційний феномен, створюється в конкретному історичному типі суспільства, що живе за певними ціннісними критеріями. Створення, відбір, трансляція і інтерпретація текстів культури носить, перш за все, ціннісний характер, оскільки людська поведінка мотивується ціннісними орієнтирами, а знакова фіксація ціннісно-смислових підстав в текстах культури відповідає технологічному та інформаційному рівням розвитку суспільства. Тому кожен тип культури має свою комунікаційну специфіку, обумовлену рівнем розвитку комунікаційних

технологій. Фіксація в текстах цінностей і смислів культури та їх подальша трансляція є однією з форм соціальних практик і нагальною потребою будь-якого суспільства незалежно від його типу культури.

1.2. Комунікативно-мережевий простір сучасного образотворчого мистецтва

Сучасний період розвитку суспільства характеризується сильним впливом комп'ютерних технологій, що проникають в усі сфери людської діяльності, забезпечують поширення інформаційних потоків між людьми і утворюють тим самим глобальний інформаційний простір. Сьогодні інтернет є універсальним медіа-середовищем з комплексом своїх специфічних комунікативних практик.

Проблема культурної комунікації в сучасному світі набуває особливої гостроти в зв'язку з глобалізацією світової інтернет простору. Як зазначалося вище, основою культурної комунікації є обмін інформацією за допомогою певних знакових систем. Знаки, що кодують і транслюють культурну інформацію, повинні адекватно сприйматися всіма учасниками культурного діалогу, що з неминучістю призводить до відмови від традиційних локальних форм, і пошуків нових універсальних мистецьких форм, здатних бути релевантними до глобальних мережевих умов. Електронна мережева комунікація аналізується сьогодні як важлива частина культурної комунікації, в якій мультимедійні технології є основою створення повідомлень нового типу, а мережа інтернет - комунікаційним каналом їх трансляції. У зв'язку з цим, саме мистецтвознавчо-культурологічний аналіз відповідних практик мережевої комунікації представляється своєчасним і необхідним.

Будь-який специфічний інформаційний процес потребує адекватних засобів втілення, в зв'язку з чим мережева комунікація знаходить все нові знакові системи. Однією з важливих особливостей цих систем є активне включення образів образотворчого мистецтва, здатних транслиувати універсальні ідеали і цінності суспільства. Проникнення інтернет-технологій у сферу мистецтва істотно його доповнює та суттєво трансформує художній простір. Традиційні форми мистецтва, такі як: живопис, музика, література переходять у цифрові формати і опановують інтернет-середовище, навіть, окрім того, виникають зовсім нові утворення, такі як мережеве мистецтво. Комп'ютерні технології розмивають межу між митцем і глядачем-споживачем, між змістом і методом доставки цього змісту. Цей феномен інтерпретується у мистецтвознавчих колах як інтерактивність.

Існування цифрового мистецтва гостро ставить проблеми критеріїв мистецтва, де традиційні естетичні критерії принципово видозмінюються, а межі візуальної інтерпретації у вільному просторі мережі значно розширюються. Таким чином, в даний час новою нетрадиційною системою творчого мислення стала вільна художня практика, найкращою базою для якої служить сфера інтернету. Формотворчий поворот, що стався в сучасній культурі визначив візуальний образ, як найважливішу частину інформації і головний предмет комунікації, який все більше підміняє реальність, породжуючи феномен симуляції - часом візуальна реальність сприймається суспільством як взагалі єдино можлива.

Поступове скорочення сектора вербальної інформації на користь позамовних, візуальних способів передачі інформаційного змісту актуалізує сферу образотворчого мистецтва. Сучасний період домінування екранної культури змінив акценти та вніс помітні корективи в розуміння суспільних якостей і властивостей мистецтва. Споживаючи мистецтво, реципієнт вступає в певного роду соціальну комунікацію і соціальну спільність, яка має суттєвий вплив на формування естетичних пріоритетів, що узгоджується з

теорією «поля», запропонованою П. Бурдьє [11]. Розвиток інформаційних технологій зумовив появу нових механізмів передачі важливої культурної інформації і нових форм взаємодії людини з мистецтвом. Все більшу інтенсивність набирають процеси віртуально опосередкованої комунікації, а соціальні мережі і соціальні медіа сьогодні за суттю є новими каналами інкультурації людини.

Виникнення нових культурних феноменів і практик, до яких залучені тисячі людей, серйозно впливає на розуміння та оцінку образотворчого мистецтва взагалі. Глядач сприймає мистецтво і конструює свої художньо-естетичні уподобання через доступні в даній культурній ситуації символічні системи. В рамках віртуальних соціальних спільнот формується принципово новий тип постмодерністської естетичної свідомості, базовим вектором якої є створення нових культурних змін на основі запозичень і імітацій. Ця система приводиться до дії механізмом реплікації, що діє в широкому просторі соціо-диференційованих глядацьких груп, що відрізняються за своїми художніми симпатіями і смаками. Як результат ми маємо складні інтеграційні процеси художнього споживання і масових художніх практик з соціальними та економічними технологіями та психологічними сторонами суспільного життя.

Вербальний текст є більш нормативним у порівнянні з зображенням, полісемантичність якого символізує демократизацію всіх сфер людського життя. Мова візуального образу відповідає новітній відкритості суспільства, в якому все більш стираються національні, мовні, політичні і соціальні відмінності та все більшу силу набирають ідеї мультикультуралізму. На відміну від вербального тексту, де сенс привноситься за допомогою регламентованих мовних одиниць, зображення вимагає спонтанного емоційного переживання побаченого, адже сенс образу є неконвенціональним, в ньому парадоксальним чином з'єднані тілесність і величезні внутрішні простори символічних взаємозв'язків. При цьому образ

має холистичний характер, його матеріальна основа і позаматеріальна сутність охоплюються в єдиному перцептивному акті [44 с. 34]. Внутрішній простір художнього зображення має великий медіальний потенціал. Вільно використовуючи його змістотворні і комунікативні ресурси, мережеві автори генерують абсолютно нові соціокультурні синтагми.

Поняття мистецтва, проходячи довгий шлях розвитку від епохи до епохи, стає все більш складним і неоднозначним, а особливо непростим є визначення його сучасних кордонів. Такі фактори як, доступність інструментів арт-виробництва, простота тиражування і трансляції творів у цифровому середовищі, тісна кореляція з масовою культурою, включили мільйони людей до ряду художніх просьюмерів [31]. Користувач прагне до спрощення мови спілкування, до редукції складних смислових структур у візуальні іконки. Цей процес обумовлений більшою інформаційною ємністю зорового образу, що, в свою чергу, збільшує швидкість самої інтеракції. Відбувається конверсія сприйняття - саме зображення стають символами різних понять та ідей, а цифровий образ, при цьому, все більше втрачає зв'язок з матеріальною реальністю, стаючи вже певним образом образу.

Домінування візуальної культури ставить питання взаємодії образотворчого мистецтва і актуальних цифрових арт-практик. Криза перевиробництва символічного і масштаби копіювання зорових образів призводять до переваги почуття «дежавю» у користувачів. Тобто стає практично неможливим вільне, пряме сприйняття твору мистецтва, тому що воно вже було з неминучістю залучено до нескінченного круговороту візуальних контекстів і образних трансформацій, що можна певним чином назвати втратою безпосередності сприйняття або медіальністю.

Кожен інтернет-користувач може вільно створювати свій власний мистецький контент, що відповідає його естетичним уявленням. Доступність спеціалізованих комп'ютерних програм і мобільних додатків дає необхідну інструментальну базу для створення та редагування фото, графічних

зображень, відео, гіф-анімації, презентацій, слайд-шоу, колажів і багато чого іншого. Також, в даний час немає необхідності мати спеціальну освіту в області програмування для того, щоб розмістити продукти індивідуальної творчості на особистій сторінці в соціальній мережі. Сьогодні практично кожен інтернет користувач є не тільки пасивним адресатом візуального інформаційного потоку, але й активним учасником процесу створення нових інтерпретаційних форм і художніх схем. Це може виражатися в формі багатьох новітніх моделей передачі інформації в інтернет-просторі.

Різноманітні форми художнього фольклору мають складну генезу, варіативність, ретранслюються з величезною швидкістю поширення. Вони породжують своєрідний тип художньої цілісності, який, у свою чергу, виявляється вельми репрезентативним для розуміння сучасного культурного поля, історичних особливостей культурної парадигми в цілому. Маніфестом нового типу мислення стає вислів Енді Уорхола про те, що в майбутньому у кожного буде п'ятнадцять хвилин слави, а його наочним втіленням - інтернет-простір, в якому стають можливими різноманітні види вільних художніх практик. Наочним прикладом розмиття кордонів професійного і профанного є різні інтер-акції музеїв, що дають шанс кожному потрапити на віртуальні стіни художнього музею.

У віртуальному просторі мережевих спільнот діють особливі закони, що впливають на способи сприйняття реальності і самосприйняття індивіда. Складні процеси інтеграції нової екранної культури і класичного образотворчого мистецтва породжують нові критерії мистецтва. В цьому сенсі, навколишня цифрова реальність є середовищем комунікації, яка складається з приводу мистецтва. З недавнього часу активній реплікації стали піддаватися сюжети і образи класичного образотворчого мистецтва - відбувається процес колективного створення, відмінних від колишніх форм, культурних репрезентацій мистецької спадщини минулих епох. Незважаючи на їх профанний характер, сучасному мистецтвознавству необхідно виявити і

проаналізувати ці нові форми діалогу між образотворчим мистецтвом і масовою аудиторією, що з'являються завдяки розвитку медіа та інтернет технологій.

Масові медіальні практики відображають сучасні кічеві ідеї, норми і смаки – фактично ми маємо справу з народним характером художнього сприйняття та творчості. Глядач перевтілюється в творця, який збираючи, синтезуючи і трансформуючи весь накопичений людством багаж візуальних образів, генерує нові іконічні моделі, які відрізняє радикальний еkleктизм, плюралізм, невизначеність і багаторівневність, відсутність яких би то не було табу, інтерес до акцидентності. Реципієнт має можливість вибирати і джерело художньої інформації, і найбільш адекватний для себе спосіб її організації. Ситуація, що склалася, вимагає усвідомлення наслідків нескінченного масового виробництва цифрових образів, як складових сучасної медіареальності.

Діалектична єдність «іконоклазму» (іконоборство) і «іконофільії» демонструє специфіку «циркуляції образів» як наскрізного і конституційного процесу для культури і соціуму [60]. Ці два взаємозворотні процеси в черговий раз свідчать про зростаючу силу образу в сучасному суспільстві, а також про усвідомлення соціальної сили його впливу, що особливо стосується так званих «сильних» образів, в яких ідейно-інтелектуальний зміст нероздільно пов'язаний з матеріально-візуальним втіленням. Саме до таких образів відносяться твори мистецтва. Заклеювання особи на картині стікером, зміна його семантичного значення і схожі практики - все це не що інше, як акти іконоклазму. Саме це мав на увазі Ж. Лакан, коли стверджував, що витіснення і повернення витісненого - це один й той же самий процес [Žižek, S.]. Різноманітність художніх проявів, побудованих за номадичним принципом, відсутність єдиного контексту відкриває певну інтерпретаційну свободу. «Ми спостерігаємо не єдину інституцію під назвою «мистецтво», а безліч конкуруючих між собою інституцій, інтереси і діяльність яких

неможливо погодити» [14, с. 34]. Поняття горизонталі, запроваджене критиком Р. Краусс протиставляється вертикальній ієрархічній проекції поглядів, що панували в минулому. Зміна напрямку погляду синтезує нові символічні зв'язки, а круговорот візуальних образів перетинає вже віртуальні кордони масової та елітарної культури.

Процес впливу мережевої культури на актуальне мистецтво стає все більш інтенсивним і різноплановим. Використовуються не тільки матеріал масових форм цифрової творчості (що можна порівняти з використанням масової культури в поп-арті), але й творчі стратегії мережевих авторів. Польський дизайнер К. Obarski публікує роботи, в яких створює анімовані сюжети для робіт відомих художників, перетворюючи їх картини в іронічну анімацію. J.Kerr спеціалізується на гіф-анімації в стилі «trash» за мотивами творів художників раннього і північного Відродження, тим самим виводячи на передній план комедійну сторону культури середньовіччя. Український художник О.Кондаков в проекті «Історія мистецтва в сучасному місті» переселяє героїв класичних творів до сучасної урбаністичної середи - для його творів характерне напружене поєднання семантичних планів і яскрава виразність зображення [57]. Італійський автор L.Tarini поєднує в своїх цифрових колажах особи голлівудських зірок та портрети пензля великих художників. Іспанський художник J.M.Ballester видаляє героїв з відомих полотен, тим самим, відкриваючи нашому погляду непомітні раніше деталі в проекті «Espacios ocultos» («Приховані місця») [53]. Об'єднуючи сучасні технології з класичним мистецтвом, майстер надає глядачам можливість поглянути на відомі шедеври під іншим кутом і замислитися щодо альтернативної історії знаменитих картин.

Шотландський цифровий художник Reilly у проекті «Fresco» експериментує із суміщенням фотографії та живопису, поєднуючи фото сучасної моделі і твори старих майстрів. Йому слідує чеський фотограф I.Ladutko, який використовує прийом симультанізму в серії робіт «Artrope».

Американець С.Rellas у своєму інстаграм-блогі створює іронічні колажі, вписуючи модні бренди в картини старих майстрів, що трансформує їх у потужний інструмент соціальної критики. Філіппінський дизайнер E.Bernardo в проєкті "Mag+Art" (Журнал+Мистецтво) поєднує обкладинки сучасних журналів і класичні картини. Французький дизайнер T.Lausset в проєкті «Painting Update» додає назви лейблів і логотипи відомих компаній до класичних творів, перетворюючи їх у наочну критику консьюмеризма і суспільства споживання. Філадельфійський Художній музей почав продавати іронічні листівки серії «Santa Classics», в якій фотограф E.Wheeler приєднує зображення Санта-Клауса до репродукцій відомих живописних полотен.

Автори проєкту «If Art Could Talk» («Якби мистецтво могло говорити») зізнаються, що сучасний інтернет користувач, орієнтований на миттєве задоволення, не готовий сприймати класичне мистецтво, яке потребує великої напруги [54]. В результаті сьогоднішня аудиторія ризикує втратити зв'язок з багатою художньою культурною спадщиною людства. Bastioni класичного мистецтва виявилися недоступними і нерелевантними в порівнянні з лавиною візуальних симулякрів, що льється з Youtube, Instagram і Twitter, а проєкт, відповідно, покликаний відновити існуючий розрив завдяки використанню гумору. Глядачеві пропонується детально розглянути картину та придумати альтернативну інтерпретацію.

Саме пильне відношення до деталей, що раніше знаходяться на периферії глядацького погляду й у тіні мистецтвознавчого аналізу відрізняє сучасний етап осмислення мистецтва. Інтерес до латентного, прихованого, недоступного, вишукування дивацтва, парадоксів, невідповідностей і перверсій стає все популярнішим. Ця проблема знаходить своє відображення і в академічних дослідженнях, наприклад, аналізується роль художньої деталі, а дослідження Дж.Ештон присвячено переломленню середньовічних образів у сучасній культурі [43].

Загальна гібридизація і жанрове зміщення знаходить відображення й в музейній практиці. Можна привести приклад виставки Музею класичної археології в Кембриджі «Recasting» в 2016 году. Зіставляючи роботу семи сучасних художників з грецькими і римськими скульптурами, виставка демонструє неминуще значення стародавнього мистецтва і простежує, як мистецтво в цьому пов'язано з мистецтвом минулого. Наприклад, з цією метою сучасний художник Reilly в цифровій формі поєднує грецькі скульптури з особами представників інших рас, намагаючись розбити уявлення про еллінське мистецтво як про чистий «західний ідеал» вказуючи на значний східний вплив в античній культурі та міфології.

Нові інформаційні технології допомагають користувачам розширити своє уявлення про мистецтво не відриваючись від екрану смартфона. Наприклад, мобільні додатки «Smartify» і «Artbit» дозволяють дізнатися хто автор, назву та історію створення картини, варто тільки навести на неї камеру електронного девайсу. Платформа «Google Art Project» дозволяє віртуально ходити по музейних залах, відвідуючи виставки образотворчого мистецтва по всьому світу і розглядати в найдрібніших деталях твори майстрів всіх стилів та епох.

Все це свідчить про настання нового етапу в процесі взаємодії з художньою спадщиною минулого. Інтеракція з творами мистецтва носить активний творчий характер і вже не скованна інтерпретаційними стандартами, а художній артефакт відкритий для подальших концептуальних і візуальних трансформацій. Картина більше «не розчиняється у сенсі» [38], оскільки суб'єкт, сприймає її, за своєю несвідомою інтенцією звертається до особистого феноменологічного досвіду. Первинність суб'єктивного досвіду складним чином корелюється з панівною візуальною ідеологією сучасності.

Отже, нові інформаційні технології і пов'язані з цим зміни поглядів на образотворче мистецтво суттєво змінили простір самої культурної комунікації. Якщо розглядати культурну комунікацію як процес взаємодії

між суб'єктами з метою передачі або обміну культурних кодів за допомогою знакових систем, то сукупність форм мережевої комунікації, що включають образотворче мистецтво (арт контент), формують одну з таких знакових систем. Знак як засіб кодування культурної інформації і спосіб її трансляції набуває додаткових «навантажень» в мережевому середовищі і нову оптику сприйняття мистецтва минулого, що можливо досліджувати за допомогою аналізу сучасного арт контенту.

Висновки до розділу

Процеси технологізації та інформатизації суспільства мали істотний вплив на вивчення культури. У другій половині ХХ ст. виник інформаційний підхід до культури, в руслі якого вона починає розглядатися як інформаційна система, що генерує і транслює інформацію. Разом з тим інформація виробляється та транслюється в соціумі, який живе не лише за технологічними і інформаційними, але й за етично-естетичними законами. У процесі відбору та передачі інформації суспільство керується певними духовно-моральними і естетичними критеріями, виходячи з прийнятих у ньому норм і цінностей.

Формування та передача смислів, цінностей і норм культури здійснюються в процесі комунікації за допомогою різних текстів культури, що мають знакову природу (традицій, обрядів, ритуалів, мистецтва), які сприяють залученню нових поколінь до ціннісної системи через образно-символічні форми. Предмети мистецтва, що представляють собою втілення естетичних цінностей конкретної культури та показані крізь призму людського таланту, стають текстами культури. У світлі інформаційного, семіотичного та аксіологічного підходів до культури необхідно розглядати текст культури, визначаючи його як ціннісно-інформаційний простір, що

утворений цінностями і смислами, зафіксованими за допомогою мов інформаційної культури.

Створення, відбір, трансляція і інтерпретація текстів культури носить, перш за все, ціннісний характер, оскільки людська поведінка мотивується ціннісними орієнтирами, а знакова фіксація ціннісно-сміслових підстав в текстах культури відповідає технологічному та інформаційному рівням розвитку суспільства. Тому кожен тип культури має свою комунікаційну специфіку, обумовлену рівнем розвитку комунікаційних технологій. Фіксація в текстах цінностей і смислів культури та їх подальша трансляція є однією з форм соціальних практик і нагальною потребою будь-якого суспільства незалежно від його типу культури.

Нові інформаційні технології і пов'язані з цим зміни поглядів на образотворче мистецтво суттєво змінили простір самої культурної комунікації. Якщо розглядати культурну комунікацію як процес взаємодії між суб'єктами з метою передачі або обміну культурних кодів за допомогою знакових систем, то сукупність форм мережевої комунікації, що включають образотворче мистецтво (арт контент), формують одну з таких знакових систем. Знак як засіб кодування культурної інформації і спосіб її трансляції набуває додаткових «навантажень» в мережевому середовищі і нову оптику сприйняття мистецтва минулого, що можливо досліджувати за допомогою аналізу сучасного арт контенту.

Поняття мистецтва, проходячи довгий шлях розвитку від епохи до епохи, стає все більш складним і неоднозначним, а особливо непростим є визначення його сучасних кордонів. Такі фактори як, доступність інструментів арт-виробництва, простота тиражування і трансляції творів у цифровому середовищі, тісна кореляція з масовою культурою, включили мільйони людей до ряду художніх просьюмерів

Процес впливу мережевої культури на актуальне мистецтво стає все більш інтенсивним і різноплановим. Використовуються не тільки матеріал

масових форм цифрової творчості (що можна порівняти з використанням масової культури в поп-арті), але й творчі стратегії мережевих авторів. Нові інформаційні технології допомагають користувачам розширити своє уявлення про мистецтво не відриваючись від екрану смартфона. Все це свідчить про настання нового етапу в процесі взаємодії з художньою спадщиною минулого. Інтеракція з творами мистецтва носить активний творчий характер і вже не скованна інтерпретаційними стандартами, а художній артефакт відкритий для подальших концептуальних та візуальних трансформацій.

РОЗДІЛ 2. МИСТЕЦЬКИЙ ОБРАЗОТВОРЧИЙ КОНТЕНТ У ПРОСТОРИ СУЧАСНОЇ МЕРЕЖЕВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Структурування мистецького контенту кінця XX - початку XXI століття

В узагальненому вигляді поняття контент включає в себе зміст будь-якого інформаційного ресурсу. Наприклад, у разі інтернет сайту, це можуть бути тексти, графіка, мультимедіа та інше інформаційно значуще наповнення системи. Спробуємо виокремити ту його частину, зміст якої пов'язаний з різними видами і жанрами образотворчого мистецтва, стилями і напрямками що історично склалися, творчістю окремих художників і художніх об'єднань, аналізом та інтерпретацією різних явищ світу образотворчого мистецтва, визначеними художніми творами і т.д.

Цей феномен – арт контент (мистецьке наповнення) - це частина веб-контенту, пов'язана зі сферою образотворчого мистецтва. Сьогодні виникає як наслідок велика область інтернет-простору, що має велику різноманітність приватних форм існування, та вимагає розгорнутого аналізу своєї специфіки, генезису, типології та напрямків розвитку. При цьому слід зазначити, що арт контент не локалізований лише в сфері веб-сайтів мистецтвознавчої спрямованості, він також присутній на величезному числі інтернет та мобільних спільнот з найширшою культурної тематикою, тобто має як професійний, так і профанний характер.

Дослідження арт контенту допоможе вирішити ряд завдань, які мають значення для сучасного мистецтвознавства, а саме:

- визначити простір взаємодії цифрових форм репрезентації творів образотворчого мистецтва з професійною і масовою аудиторією;
- виділити основні принципи класифікації множинності конкретних форм побутування веб-контенту в галузі образотворчого мистецтва;

- вивчити структури і морфології існуючих типів репрезентації творів мистецтва в мережі інтернет;
- виявити ролі художньої активності людини (в різних статусах (автора, глядача, розповсюджувача і т.д.) в зв'язку з різними формами дигітальних арт-практик;
- здійснити аналіз меж і можливостей візуальної інтерпретації художніх творів у сприйнятті інтернет користувачів;
- визначити модус взаємодії образотворчого мистецтва і сучасної популярної культури;
- вивчити способи мережевого функціонування і соціального поширення арт контенту;
- зробити дослідження окремих субфеноменів, що володіють специфічними механізмами впливу на аудиторію;
- проаналізувати вплив мережевих культурних практик на принципи і норми сучасної естетики.

Ряд завдань мають загальний характер і досліджуються сучасним мистецтвознавством стосовно до різних областей художньої творчості та його інтерпретації, а ряд завдань цілком унікальні і надиктовані розвитком процесів розширення сфери впливу арт контенту та мережі інтернет.

В даний час велика аудиторія інтернет-користувачів отримує досвід щоденного спілкування з образотворчим мистецтвом через взаємодію з сукупністю специфічних цифрових форм побутування художніх творів. При приватному розмаїтті цих форм, вони можуть бути типологізовані за певного роду ознаками. Ця типологізація має, з одного боку, теоретичний інтерес, а також є інструментом класифікації конкретних форм побутування арт контенту в цифровому середовищі і сприяє подальшому дослідженню цього складного феномену цифрової культури.

Можливим критерієм для типологізації може виступити форма подання арт контенту. Арт контент може бути представлений у вигляді цифрового

зображення, тексту, гіф-анімація, відео або аудіо-файлу а також у вигляді сполучення декількох, перерахованих вище форматів, тобто представляти як вербальні, так і візуальні джерела інформації. Однак, саме цей розподіл надзвичайно рухливий і мінливий та стати остаточною підставою типології не може, оскільки є лише інструментом конкретизації технічної форми подання арт контенту. Більш обґрунтованим критерієм типології представляється розподіл на підставі ступеня інтерпретації в процесі комунікації з твором образотворчого мистецтва. На підставі аналізу прецедентних форм існування арт контенту в інтернет просторі, можна виділити дві його основні категорії: «немодифікований» і «модифікований».

Модифікований арт контент - це сукупність веб-контенту, в якому твори образотворчого мистецтва представлені у своїй традиційній формі. Їх інтерпретація може погодженою або не погодженою з загальноновизнаною в мистецтвознавстві та культурології позицією, але існує «окремо» від твору, яка сама по собі не піддається зміні. Модифікований арт контент - це сукупність веб-контенту, в якому твори образотворчого мистецтва зазнають трансформації і різного роду змін.

Випадкові або навмисні перекручування даних, прогалини, зміщення смислових акцентів, зміна контексту - цей і цілий ряд інших факторів призводять до виникнення феномена абсолютно іншої інтерпретації творів мистецтва. Сферу модифікованого арт контенту можна уподобити якійсь творчій лабораторії, що трансформує традиційні способи репрезентації художніх творів. Це певний вид мережевої активності, нескінченний процес конструювання, становлення і модифікації смислів, що не виливається в щось закінчене, а навпаки, знаходиться в постійному пошуку свіжих ідей. Генерація альтернативної образної семантики в значній мірі сприяє побудові нової візуальної мета-мови сучасної мережевої культури. Саме специфічні умови соціальної медіа-сфери інтернету є каталізатором цього процесу.

За словами Вальтера Беньяміна: «Маси - це матриця, з якої зараз будь-яке звичне ставлення до творів мистецтва виходить переродженим» [9, с. 190]. Виникає сфера людського досвіду в меншій мірі структурована і регульована легітимними правилами та стандартами офіційного мистецького середовища, в більшій мірі пов'язана з безпосередньою, аматорською діяльністю. Модифікований арт контент інтегрований в поле актуальною повсякденності і найтіснішим чином пов'язаний з популярною культурою.

Як і будь-яке соціальне явище, феномен модифікованого арт контенту має як позитивні, так і негативні сторони. Стаючи все більш значущим елементом життєвого середовища сучасного індивіда і невід'ємною частиною його щоденної інтерактивної комунікації, він породжує процес інкультурації, при якому відбувається засвоєння відмінних від традиційних цінностей, норм і естетичних стандартів. Превалювання інноваційних репрезентаційних форм над традиційними значно ускладнює процес сприйняття оригіналу. Гетерогенність художнього контенту, його постійні трансформації виводять з поля зору аудиторії класичні ціннісні орієнтації, фокусуючи увагу на дещо маргінальних аспектах. Відповідно, ці фактори можуть привести до якісної регресу процесу сприйняття мистецтва масовою аудиторією.

Формування модифікованого арт контенту актуалізує такі технологічні можливості мережі, як варіативність, рухливість, процесуальність художніх форм. Створення додаткових візуальних схем, а також їх трансляція в максимально розширеному інформаційному полі інтернету сприяє поступовому впливу на громадський культурний дискурс. У зв'язку з цим, незалежно від оцінки якості та місця створеного мистецького контенту у просторі сучасної культури, питання шляхів подальшої взаємодії сюжетів та образів традиційного мистецтва і актуальних мережевих арт практик представляє велику дослідницьку цінність, в тому числі в проблемному полі сучасного мистецтвознавства.

Конкретною формою існування арт контенту в мережевому інтернет просторі є арт-пост (мистецьке повідомлення). Підставою для поділу арт-постів на групи є джерело їх походження. За цією ознакою можна виділити наступні групи. Перша група являє собою контент, який має музейний, освітній, просвітницький або науковий контекст. Це дещо регламентована середа офіційних сайтів музеїв і галерей образотворчого мистецтва, художніх інститутів, міжнародних фестивалів, виставок та інших мистецьких інституцій. У них твори класичного і авангардного мистецтва представлені у вигляді цифрових зображень і забезпечені анотацією та експлікацією. Відповідно до нових тенденцій в медіа сфері та вдосконаленням технологій веб-дизайну, багато з офіційних сайтів прагнуть підвищити конкурентоспроможність і призначену для користувача привабливість своїх продуктів за рахунок введення елементів креативної подачі матеріалу та збільшення інтерактивності. Проте, вся інформація, представлена в подібних ресурсах, проходить контроль фахівців (мистецтвознавців, педагогів, музейних співробітників і т.д.). До цієї ж категорії можна віднести наукові та освітні сайти.

Другу групу становить напівофіційний інформаційний простір: науково-популярний або рекреаційний контент. До конкретних проявів можна віднести приватні портали зарубіжних і вітчизняних авторів. Тут також є в наявності тенденція до трансляції загальноприйнятої точки зору на художні твори і певний традиціоналізм у відборі та подачі матеріалу. Автор прагне зробити якісний пост, який відповідає основним естетичним і етичним нормам, але при цьому відсоток оригінального авторського арт контенту дуже незначний, більшу частину інформаційного масиву займають його численні дублікати. Особливо популярний контент має сотні і тисячі варіацій. При такому способі ретрансляції неминуче виникнення різних неточностей і помилок, тому важливою ознакою є відсутність гарантії якості

інформації та інтерпретації матеріалу, оскільки на відміну від першої групи тут відсутня офіційна експертна оцінка.

Нарешті, третю групу становить неофіційний: неформальний, розважальний контекст, створюваний, найчастіше, профанною аудиторією, яка не має просвітницьких цілей, а провідними виявляються мотиви розваги та комунікації. Оскільки подібний контент служить рекреаційним цілям, він має на увазі велику свободу в способі подачі матеріалу. Пости, найчастіше, не мають чітко виражених завдань, крім вираження особистих емоцій автора, відрізняються еkleктизмом, експансивністю, можуть бути епатажні. В останньому випадку автори прагнуть шокувати публіку, навмисно виставляючи напоказ приховані суперечності і конфлікти. Їх інструменти - це стьоб, «trash», іронія, оксюморон, контраст експліцитних і імпліцитних рівнів повідомлення. Ці напрямки дуже близькі за програмними цілями і засобами художникам актуального мистецтва. Окремий сегмент складають вкрай провокаційні пости, які містять обценну лексикю.

Саме в неформальному середовищі мережевих інтернет-спільнот відбувається процес створення переважної більшості модифікованого арт контенту. Це величезний за своїми масштабами і майже нічим не регламентований інформаційний масив, де твори різних стилів, жанрів та епох можуть бути представлені в химерних комбінаціях. По суті будь-який інтернет-користувач, використовуючи різні цифрові технології може сприяти формуванню раніше не відомих моделей візуальної інтерпретації художніх творів. Внаслідок масового визнання користувальницької аудиторією інтернету, нова форма репрезентації арт контенту з привнесенням суб'єктивності ретранслятора, стає феноменом саме мережевої культури.

Марсель Дюшан у 1917 році маніфестував чільну роль контексту - будь-який об'єкт, поміщений у простір музею набуває статусу твору мистецтва. В даний час можна спостерігати зворотний процес - з музейного середовища мистецтво, зусиллями різного роду активістів, переселяється в

міський простір [22]. наприклад, бразильський автор Л. Кастеліні (L.Castellini) фотографує світові шедеври серед жвавих вулиць сучасного Сан-Пауло. Французький художник Ж. Касабьянка (J. de Casabianca) в проєкті «Outings» виводить із забуття маловідомих героїв класичних полотен, розміщуючи їх зображення на вулицях міст [55]. Вирвані зі звичного музейного контексту самотні фігури на стінах покинутих будівель знаходять нове актуальне звучання.

Але найголовнішою трансформацією є міграція мистецтва в цифрове медіа-середовище, що є на сьогоднішній день найважливішим джерелом новітнього художнього досвіду. Середньостатистичний інтернет-користувач щодня стикається з неозорою і неконтрольованою масою візуальної продукції, де мистецтво давно втратило статус привілейованого стану. Специфіка подання творів образотворчого мистецтва в мережі інтернет має безліч особливостей. Користувач, переглядаючи дигітальні версії картин, не має уявлення про реальні розміри, особливості колірної колориту, технічної манери художника. Йому часто доступні лише дуже уніфіковані дані про класичні полотна, а видатні твори, що відібрані масовою публікою і представлені у вигляді спрощених візуальних іконок, втрачають «ауру» унікальності та автентичності.

Найбільш тиражовані твори мистецтва, такі як «Джоконда» (бл. 1503-1505 р.) Леонардо да Вінчі, «Народження Венери» (1482-1486 рр.) Сандро Боттічеллі, «Створення Адама» (бл. 1511 р.) Мікеланджело, «Дівчина з перловою прикрасою» Яна Вермеєра (бл. 1665 р.), «Зоряна ніч» (1889 р.) Вінсента Ван Гога, «Крик» (1893 - 1910 рр.) Едварда Мунка, «Велика хвиля в Канагава» (1823-1831 рр.) Кацусіки Хокусая, «Поцілунок» (1907-1908 рр.) Густава Клімта, «Сталість пам'яті» (1931 р.) Сальвадора Далі, «Танець» (1910 р.) Анрі Матісса, «Мерилін Монро» (1964 р.) Енді Уорхола і багато інших давно стали частиною уніфікованої масової культури. Побутування цих надпопулярних візуальних образів в мережі, відсилає нас до принципу

кумулятивної переваги, введеного соціологом Д. Уотс [32]. Апарат масової культури регулює відносини користувача з елітарним мистецтвом, через який відчужує механізми, утворюючи якість символічний «замкнуте коло» схематичних адаптованих образів. Цю тезу прекрасно ілюструють роботи японської художниці Shusaku Такаока, що критикують шаблонні способи використання світових шедеврів у популярній культурі. Автор створює колажі, поєднуючи сучасні фотографії і фрагменти картин самим абсурдним чином, викликаючи тим самим рефлекс відторгнення. Інший актуальний автор E.Islekel в серіях робіт «Art doll», «Art is...», «BreARTkfast», «Frozen Art», «mARTryoshka», «ART KIT» представляє твори живопису у вигляді заморожених продуктів з супермаркету, фантиків від жувальної гумки, дитячих іграшок і т.д, тим самим вказуючи на незворотні ціннісні зрушення в сприйнятті шедеврів світового мистецтва [52].

Естетичні потреби суспільства реалізуються на поверхневому, вторинному, адаптованому рівні, відбувається зникнення поняття унікального твору. У зв'язку з цим цікавий приклад сучасного турецького дизайнера Failunfailunmefailun. В одному зі своїх творчих проєктів він редукує картини до емодзі-значків, тим самим маркуючи тенденцію спрощеного розуміння надпопулярних художніх образів. Образну сплутаність, властиву сучасному інтернет-користувачеві якнайкраще ілюструють численні приклади гібридів відомих творів, коли в одному й тому ж зображенні зібрані воєдино всі найпопулярніші фрагменти. Сучасний художник Reilly в своїх цифрових колажах символічно втілює дисперсію художнього образу в мережевому середовищі [64]. Для цього автора характерно прагнення до деконструкції підсвідомих візуальних синтагм, за допомогою калейдоскопного суміщення обривків різних зорових образів.

Досить успішно інтегрувавшись в середу мережеских спільнот і соціальних медіа, арт-об'єкти представлені не як щось окреме, а як один з різновидів візуальної інформації. Наприклад, в співтоваристві «Zéphyros»

проводяться опитування користувачів на основі порівняння творів класичного живопису і фотографій кулінарних страв. Питання може бути поставлений в такий спосіб: що злилося в єдине ціле: яйце, морква, цибуля і шпинат з паростками квасолі або закохані Амур і Галатя з чудовим краєвидом? Глибока залученість великого числа користувачів в подібну дискурсивну практику зіставлення предметів мистецтва з предметами повсякденного реальності, говорить про актуальність піднятих питань, що стоять в самому центрі дискусії про роль і місце мистецтва в сучасному світі. Інтерактивна форма подання цієї ідеї проявляється в девізі спільноти «Мистецтво і кросівки»: змушуємо обирати! [18] Провокаційний формат покликаний залучити до процесу обговорення найбільше число людей, пробудити суб'єктність спочатку інертної маси, змушуючи зайняти власну, явно виражену позицію, ініціювати висловлення того чи іншої думки.

Процес естетизації всього мережевого арт простору досягає символічного апогею, коли картина Марка Шагала порівнюється з парою кросівок і, в кінцевому підсумку, твір живопису «програє» за своїми естетичними властивостями, Саме в цьому радикальному компаративному акті присутній пошук відповіді на питання про природу мистецтва. Стає наочним його сутнісна відміна від майже «ідеальної» в композиційному, колірному і пластичному відношенні фотографії, тобто принципова незвідність художнього образу до чисто зорової «досконалості», до доставлення одного лише естетичного задоволення. Знищуючи себе, розчиняючись і поглинаючись глобальним мережевим візуальним простором, мистецтво парадоксальним чином, саме себе відроджує, але вже в зміненій якості.

Якщо погодитися з точкою зору Б.Гройса про те, що автор сьогодні не є повноправним творцем, а лише демонструє нове оригінальне вживання речей [15], то вживаючи сам твір живопису в новому смисловому контексті, творці подібних проектів показують можливий спосіб поведінки з

мистецтвом в цифровому медіа-середовищі. Новий демонстраційний формат відкриває нові перспективи взаємодії з художнім образом і пропонує новий зоровий інструментарій. Наприклад, порівнюючи класичні твори живопису з об'єктами сучасного дизайну або глянсової фотографії, ми створюємо напружений діалог між цими двома іконічними структурами, що може привести до виявлення нових граней їх візуальної конструкції.

Уваги заслуговує мовне кліше, що набрало стрімкої популярності в мережевому просторі: «як окремий вид мистецтва». При цьому, до розряду «окремого виду мистецтва» інтернет аудиторією можуть бути зараховані найрізноманітніші довільно вибрані підгрупи зорових об'єктів. Це можуть бути «сплячі коти», «мотельні вивіски», «обкладинки Imagine Dragons», «нічний Токіо», «чорно-білі фото Курта Кобейна» і т.д. Таким чином, глядач привласнює собі право концептуалізувати особливі візуальні категорії, що, безсумнівно, можна віднести до одного з розрядів актуальних арт практик.

Також відбулася втрата монопольного становища художника, інструменти створення арт-об'єктів доступні всім і масові арт практики досягають вражаючих масштабів. Переважна більшість користувачів Instagram не уникла спокуси перетворити свої приватні фото в імітацію станкового живопису використовуючи відповідні фото-фільтри. Таким чином, відбулася в мережевому просторі втрата привілейованого статусу мистецтва, що певним чином ставить під питання саме існування цієї антропологічної практики в її первинному вигляді, але також й відкриває широкі перспективи для взаємодії з іншими сучасними креативними видами діяльності.

2.2. Мистецький інтернет-мем як складова мережевої комунікації інформаційної доби

Україна знаходиться в перехідній стадії свого розвитку і цей стан системної перехідності охоплює практично усі сфери життєдіяльності людини, вивляється на різних рівнях культури, утворюючи в суспільстві ситуацію невизначеності та нестійкості. Усвідомлення перехідності соціокультурного розвитку, що безперечно характеризується наявністю певних потенційних можливостей, є важливим механізмом самоорганізації, стимулюючим активність суспільства в напрямку досягнення нового порядку. Становлення будь-якої культури пов'язано не тільки з народженням нового, але й неможливе без засвоєння культурної спадщини, частина якої, трансформуючись, знаходить інші смисли, включається до нового соціального контексту і утворює нові ціннісні простори. Перехід інноваційної складової в традиційну займає, як правило, тривалий час, оскільки відбір та проектування є складним процесом, який характерний для періодів пошуку динамічної рівноваги між стійкістю і нестійкістю, стабільністю і нестабільністю культури як системи.

Слід звернути увагу, що при всіх декларованих принципових розбіжностях, сучасне трактування культури значно відрізняється від класичних зразків, оскільки сучасне соціо-гуманітарне знання вже не може не враховувати основних положень синергетики. Глибоке пізнання конкретних станів культури в різні історичні періоди (у тому числі й в періоди фазових переходів) пов'язане з необхідністю зрозуміти логіку її загального розвитку для того, щоб не корегувати історичний культурний процес під існуючі схеми, а на цій основі досягти рівня переконливого узагальнення. Не випадково, перехід до нового типу культури - інформаційної культури пов'язується з породженням інтерактивних

інформаційно-комунікативних просторів, що трансформують духовно-ментальні коди і мову культури.

Тотальна технологізація буття людини, віртуалізація соціокультурного простору змінює канали передачі культурного досвіду, можливості адаптації людини до нових умов, перспективи творчої самореалізації. За явними досягненнями не менш помітні і наслідки такого швидкого включення величезного масиву технічних засобів у життя людства, якісна зміна соціокультурної реальності сучасності. Відео, комп'ютери, цифрове телебачення, мас-медіа, електронні мережі утворюють віртуальні простори, в яких людина знаходить нові інформаційні ресурси, впізнає себе і людей, що її оточують. З одного боку, це, дійсно, відкриває широкі перспективи розвитку особистості, що усвідомлює множину реальностей і свою включеність до них. З іншого боку, комп'ютерна віртуальна реальність, що формується за допомогою технічних засобів, залежно від контексту і мети народження, може виступати певною інформаційно-комунікативним середовищем, як художній естетичний простір, як ситуація гри, як складний психологічний стан, як перспективна освітня або медійна технологія і, нарешті, - квазісоціумом - особливим типом сучасного соціокультурного простору.

Визначальною основою інформаційного суспільства є знання та інформація, інтелектуальні технології та новий спосіб організації технологічної сфери, коли перетворення у цифрові формати будь-якої інформації є оптимальним і універсальним засобом її трансляції. Звичайно, що стосується самої комунікації, то найбільш ефективним є мережевий спосіб відповідної взаємодії. Зазначені фактори розвитку інформаційної доби викликають трансформації в соціокультурному середовищі, які потребують уваги з боку науковців через свою неоднозначність. Електронний спосіб передачі інформації, що функціонує в мережевому середовищі з особливим виміром простору та часу, який взагалі ставить під питання такий принцип

культурного наслідування, як традиція. Символи сучасної специфічної глобально-інтернаціональної культури свідчать про особливі ідентичності, що пов'язані з гомогенним простором інформаційної культури. Соціокультурним простором стає глобальний цифровий простір, що визначається доступом кожного до інформації, а відповідно, до універсальності культури, нівелювання культурних меж, уніфікації символічного оточення.

Інтернет користувачі мають специфічний досвід сприйняття творів класичного і авангардного мистецтва за допомогою різних мережових медіа-ресурсів. Одним з нових способів репрезентації культурних артефактів минулого є мистецький інтернет-мем. У нашому розумінні мем - це одиниця культурної інформації (ідея, образ), що зазнала копіювання, імітації та ретрансляції. Поширення мемів відбувається завдяки процесу тиражування в цифровому середовищі, заснованому на психологічній схильності людини до наслідування. Вперше концепт «мема» був введений Р.Докінзом, який запропонував теорію реплікатора по відношенню до соціокультурних процесів [17].

Інтернет-меми на сьогоднішній момент є вкрай важливим медіальним феноменом цифрової культури. Величезний вплив на аудиторію зумовив активний інтерес до вивчення мемів фахівців з області PR-технологій, маркетингу, журналістики, соціології, філології і т.д.. Особливості функціонування мемів у медіапросторі, процес декодування їх семіотики, механізми впливу мемів на індивідуальну і суспільну свідомість являють собою актуальні питання сучасності.

Дослідниками були запропоновані різні класифікації інтернет-мемів, при цьому як об'єкт культури, продукт мережевого творчості або арт об'єкт, меми також досліджуються, що представляє необхідним виділити окрему категорію мемів – арт меми (мистецький мем). Арт мем як вид інтернет-мему, який містить певний арт контент мистецького

характеру. Будь-який мистецький (арт) пост потенційно прагне набути статус арт мема, тобто прагне здобути популярність у невизначено широкій аудиторії інтернет-користувачів. Конкретний мем визнається придатним для ретрансляції якщо він має великий потенціал емоційного впливу на реципієнта і стимулює широкий суспільний резонанс.

Для арт мемів характерний:

- підкреслено ігрова основа;
- анти-ієрархічність, демократизм;
- відкритість і диалогизм;
- провокаційність завдання, націленість на емоційну реакцію;
- асоціативний характер;
- іронічність, нігілізм;
- актуальність, відкритість життєвим реаліям;
- фрагментарність, мозаїчність, стилістичний еkleктизм;
- переважаність алюзіями, інтертекстуальність;
- експериментальне новаторство, свобода індивідуальної творчості;
- відсутність інертності, різноманітність можливих модифікацій;
- наявність певної смислової інтенції, сугестивність;
- відсутність чіткої межі між автором і споживачем.

Арт мем - це особливий вид художньої продукції, що стихійно виник в останні роки в інтернет середовищі. Розглядаючи як одиницю виміру культурної інформації подібного роду арт мем, можливо приступити до процесу вивчення складних шляхів взаємодії масового інтернет користувача зі світовою мистецькою спадщиною. Серед ключових особливостей арт мемів необхідно зазначити наступні.

Створення арт мемів - це певного роду мистецька практика, в якій реалізуються ігрові та креативні функції автора і реципієнта. Це творчий процес трансформації класичної художньої традиції з використанням механізмів актуального мистецтва, таких як деканонізація,

фрагментарність, полісемантичність та інші. Стрімко зростаючі можливості медіа середовища дозволяють кожному користувачеві вільно працювати з цифровими копіями відомих творів, змінюючи на свій розсуд їх художній лад та смисловий контекст.

Процес мемугенерації - це взаємодія з актуальною дійсністю, відповідь на неї через призму мистецтва. Мистецтво минулого - справжня скарбниця різноманітних образів і сюжетів. Сучасний мережевий активіст завжди може знайти там потрібне візуальне і ідейне втілення своїх думок. Реплікація і ретрансляція арт мемів є процес спілкування, обміну культурною інформацією та художнім досвідом у цифровому середовищі. Таким чином, арт меми беруть участь у відтворенні і накопиченні специфічних соціокультурних здобутків.

Створення арт мему - це новий спосіб отримання індивідуального досвіду спілкування з творами мистецтва (особливо це актуально для таких різновидів як «museumsselfie» і «арт-костплей»). Арт меми мають на меті самопрезентацію, самоідентифікацію, саморозкриття або, беручи ширше, самопізнання через мистецтво. Інтернет меми відрізняються різним ступенем локальності в залежності від того, яку частину інтерне простору вони покривають.

Сьогодні спостерігається феномен зростання популярності арт мемів, які поширені не тільки й не скільки в інтернет спільнотах художньо-культурного спрямування, але й на переважній більшості розважальних сайтів, які не мають ніякого відношення до образотворчого мистецтва. Це багатозначний художній феномен сучасності, що постійно динамічно розвивається. Щодня стикаючись з величезним інформаційним потоком, інтернет користувач змушений сортувати інформацію за шкалою суб'єктивної релевантності, а великий суспільний резонанс явища арт мема дозволяє зробити висновки щодо актуальності і затребуваності закладених у феномені ідей.

Мабуть, першим різновидом арт мемів були, так звані, «фотожаби», які являють собою творчу переробку учасниками форуму, блогу, іміджборду або іншого інтернет-ресурсу певного художнього твору за допомогою графічного редактора з використанням інших зображень та фільтрів. Назва походить від поширеного в англomовному середовищі симетричного поняття «photoshopping», так як найбільш часто для створення подібних зображень застосовується програма «Adobe Photoshop». На даний момент можливо констатувати наявність великої типової різноманітності арт мемів. Це можуть бути комікси, демотиватори, колажі, селфі, косплей, гіф-анімація і багато іншого. Стрімке зростання числа різних модифікацій арт-мемів свідчить про існування суспільної потреби в такого роду художній практиці.

Генеза окремих арт мемів може бути різною. Іноді це твори художників сучасного мистецтва, таких як австралійський автор Matthew Quick, американці D.Pollot, D.Irvine, туркєня S.Shakeel, B.Benjlali [Dave Pollot] і багатьох інших. Їх твори потрапляють до інтернету і починають поширюватися в соціальних мережах і блогах. Інший вид походження - як результат творчої активності інтернет користувачів. У даний час подібного роду мистецькі практики стали масовим явищем світового цифрового середовища. В їх основі лежать практично ті ж самі художні прийоми і засоби, що й у художників актуального мистецтва, істотно може відрізняється лише рівень творчої оригінальності і професіоналізму. При цьому необхідно констатувати рухливість кордонів між професіоналами та аматорами, що найчастіше діють у співтворчості, а також розмитість формально-естетичних критеріїв, що відокремлюють ці дві авторські категорії.

Мережеві автори наслідують сучасних художників, але витoki даного феномена лежать у мистецтві доби модернізму. Як приклад можна навести один з найбільш культових творів світового живопису -

картина Леонардо да Вінчі «Джоконда». Існує близько десятка відомих копій, що датуються XVI століттям, є копії у виконанні відомих художників XVII-XIX століть. Першим класиком авангарду, що використав «Мону Лізу» в своїй роботі, був К. Малевич, який двічі перекреслив її зображення на картині «Часткове затемнення». Основоположник концептуалізму М. Дюшан домалював Джоконді вуса і цапову борідку, називаючи оригінал да Вінчі «Джоконда голена», сюрреаліст С. Далі написав «Автопортрет у вигляді Джоконди», Е. Уорхол розтиражували її зображення в картині «Тридцять краще, ніж одна». Образ Мона Лізи по різному інтерпретували Фернан Леже, Рене Магрітт, Джаспер Джонс, Роберт Раушенберг і безліч інших митців.

У XXI столітті Джоконда продовжує надихати художників на створення римейків. Наприклад, найвідоміший графіст сучасності Бенксі тричі присвячував їй свої твори, представляючи її голою або зі зброєю в руках. Також інтерес представляють роботи таких сучасних авторів, як Vik Muniz, David Teixidor, Naoto Hattori, Subodh Gupta, Sophie Matisse, Meowza Katz та інших. Зрештою, Мона Ліза має безліч акаунтів у різних соціальних мережах і тепер кожен бажаючий може стежити за захоплюючою низкою її візуальних трансформацій [61].

Таким чином можна констатувати наявність сформованої історичної традиції ведення подібного роду художньої комунікації. Принципова відмінність сучасної ситуації полягає в тому, що тільки в рамках цифрової культури з'явилися доступні пересічному користувачеві механізми створення і тиражування візуальних образів. Це дозволило масовому глядачеві включиться в процес глобальної інтеракції на тему мистецтва. А великий вплив нових медіа на процес формування культурної ментальності сучасного індивіда не підлягає сумніву. Основними каналами поширення арт контенту є такі соціальні мережі, як Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, Pinterest, інші ресурси.

Приблизно в цей же часовий період з'явилися англомовні мему. Вони отримали назву «Medieval Meme», тому що використовували переважно матеріал середньовічного мистецтва. Цей прийом виявився настільки затребуваним, що medieval memes почали свій переможний хід простором інтернету. Наприклад твіттер-акаунт «Medieval Reactions» з хештегом @MedievalReacts має вже понад 500 тисяч передплатників. Іншими каналами поширення є Reddit і Tumblr, що значно розширили поле застосування даної ідеї. У Tumblr існують, такі варіації, як єгипетські, індійські, китайські та перські medieval memes, renaissance memes і інші. Також подібний контент з'явився на Facebook, Instagram, Pinterest і деяких інших сайтах. Незабаром назва medieval memes перестало влаштовувати всіх, оскільки строго кажучи вони не були тільки середньовічними, але використовували багатий матеріал мистецтва різних епох. Наприклад, великою популярністю користуються художні твори епохи нового часу реалістичного і романтичного напрямку, класицизм та бароко, а також модерн і авангард. Тому незабаром виникли альтернативні назви, такі як «medieval art memes», «art memes» або «classical art memes».

Слід підкреслити що напрямок, який стихійно виник в мережевому середовищі під назвою «art memes» не може повністю співпадати з терміном арт мем, тому що профана інтернет-аудиторія використовує його не в строго визначеному значення, але досить спонтанно. Іконічні символи минулого, за тисячами репостів втратили свій початковий зміст, при цьому поступово знаходять нові семантичні властивості та якості. Формуючи абсолютно інноваційне середовище взаємодії художніх образів, задаючи діапазон розмірів культурної інтеракції та апелюючи до постійної активності користувача, мережеві медіа конструюють одночасно і специфічні методи використання художнього потенціалу людської особистості і особливі технології роботи з колективною

культурною спадщиною.

Естетика постмодернізму передбачає велику свободу тлумачення і суб'єктивну інтерпретацію культурних традицій, а у процесі розуміння художнього твору особлива увага приділяється збільшенню сенсу. В основі створення мемів лежить принцип інтертекстуальності, що характерний для постмодерністського художнього дискурсу. Не дивлячись на те, що мова арт мемів є відсиланням до інших художніх творів, образів і текстів чи навіть повністю складається з витягів і цитат, у процесі комунікації вона створює нові значення в додаток до оригінальних або використовує старі значення в новому контексті.

Генерація арт мемів побудована за принципом апроприації класичної культурної спадщини та деконструкції її семантики або художньо-образного ладу. При цьому весь час виникає стан опору офіційним легітимним нормам і, одночасно, пряма або непряма залежність від них. Арт меми мають специфічні художньо-естетичні особливості, що засновані на свого роду розширенні минулого в актуальному сьогоденні. Арт меми можуть створюватися на основі художнього цитування, стилізації, пародії, візуальних компіляцій, коллажування, суміщення різних культурних кодів. Для мемів характерна ігрова дистанція, мозаїчність сприйняття, смислові маніпуляції і звернення до сфери несвідомого.

Переважає логіка арт мему - це логіка абсурду, яка руйнує норми раціональності, щоб потім привести до принципово нового погляду на тканину художнього твору. Автор робить свого роду трансгресивний акт, порушуючи століттями усталені інтерпретаційні традиції, привласнюючи собі право заново відкрити світу мистецький твір. Можна сказати, що генерація арт мемів - це особливий рід творчої активності людини, спрямований на засвоєння художньої культури минулого - акт безпосередньо особистої взаємодії з твором образотворчого мистецтва в

обхід сформованої інтерпретаційної системи. Специфічний характер інтернет комунікації, що знімає соціальні бар'єри ініціює культурну дифузію, що призводить до трансформації культурного коду ідентичності. Це стає потужним фактором формування естетичних норм і установок нової культурної ментальності.

Сфера модифікованого арт контенту реалізує плюралістичні цінності, гарантує свободу приватного, особливого та індивідуального в трактуванні художніх творів, при цьому, парадоксальним чином поєднується з вірусним характером інтернет мема, його імітаційною, наслідувальною природою. Таким чином самотність індивідуального творчого мислення як ніколи швидко в історії людства може знайти свого глядача-ретранслятора. Сприйняття реципієнта збагачується за рахунок особистісних асоціацій і відчуттів автора мема, щоб потім створити новий інтерпретаційний рівень. У цьому процесі аудиторія стає активним співучасником творчої дії, вона здатна повноцінно розпоряджатися художнім продуктом аналізуючи, обробляючи, доповнюючи його. Будь-які зміни і варіації мема, при певній затребуваності, рівнозначні вихідному зразку. В результаті безперервної трансформації, мему постійно оновлюються, змішуються, мутують, формуючи все більш складну і специфічну мову мережових спільнот. Утворені багаторівневі символічні конвенційні системи входять у свідомість інтернет користувачів породжуючи процес кореляції індивідуальної і масової художньої свідомості.

Сфера образотворчого мистецтва має велику свободу і внутрішню динаміку за рахунок можливості використання візуальних метафор, чим з успіхом користуються мережеві автори. Один і той ж твір образотворчого мистецтва може бути затребуваний у декількох опозиційних за змістом інтерпретаційних контекстах, що узгоджується з актуальними тенденціями сучасної масової культури і соціально-

політичними змінами. Але перш за все, арт мем сконцентрований скоріше не на відображенні дійсності, а на моделюванні нового віртуального символу. У мультіуніверсумі культури сучасності заперечуються будь-які догми і химерним чином переплітаються взаємовиключні естетичні установки і концепції, а каталізатором цього процесу є втрата «диктатури сенсу» і системи домінантних цінностей, що призводить до еклектичного панування всіх стилів, форм і напрямків.

Сучасна ситуація надлишку інформації і дефіциту змістотворних систем, в якій самоідентифікаційний поле індивіду лежить між традиційними національними, релігійними та культурними цінностями і сучасними ідеями релятивізму та мультикультуралізму, постійно зіштовхує людину з парадоксами і різночитаннями, що призводить до нагальної потреби в розумінні взаємовідносин з класичною культурною спадщиною. Шляхом мережевих креативних практик людина позбавляється від напруженого почуття, що породжене необхідністю функціонувати в рамках децентрованої світу, який динамічно змінюється.

Художній образ відходить від символічної влади мистецтвознавців, але професійне співтовариство продовжує всіляко відстоювати свою монополію на його розуміння та інтерпретацію. У світлі цього цілком закономірним є той факт, що часто при будь-якому публічному обговоренні арт мемів професіонали виступають з різкою критикою явища. Нові підходи, смислові ракурси і рівні тлумачення творів мистецтва, відкриті профаною аудиторією, відкидаються як «помилкові», «несерйозні», «нелегальні», оскільки інтерпретація художнього твору повинна відповідати певній пізнавальній моделі, до якої входить соціокультурний контекст створення твору, особистість автора і т.д. Йде боротьба за символічну спадщину - мистецтвознавці стверджують своє пріоритетне право розпоряджатися художніми

образами, а на противагу їм публіка робить спробу розкріпачення і звільнення творів мистецтва від їх регулюючого впливу. Користувачі по всьому світу з ентузіазмом вивчають «межі дозволеного», грають з семантикою і образністю, їх творчі шукання оптимістичні по духу та не позбавлені певного «визвольного» пафосу.

Арт мем є одним із способів буття класики в цифрову епоху, це нова матриця опосередкованого сприйняття мистецтва. Очевидна суперечність між популярністю арт мемів у інтернет-аудиторії і маргінальним та опозиційним статусом цього явища в більшості «офіційного» мистецтвознавчого середовища. Для детального аналізу морфологічних особливостей арт мемів, необхідно логічно розподілити і впорядкувати великий масив існуючого в цифровому середовищі арт контенту на категорії, тобто класифікувати.

Для початку, звернемося до існуючих систем класифікації мемів. Одна з типологій була запропонована Д. Рашкоффим на підставі джерела походження цих медіавірусів: штучно створені меми, «кооптовані» віруси або «віруси-тягачі» і самонароджені віруси [29]. Однак арт меми по своїй суті являють собою поле резонансу між твором мистецтва, сучасним мережевим автором і реципієнтом. Тому для арт мему принцип класифікації повинен бути зосереджений на моменті конвертації художнього твору в мем. Можлива класифікація повинна з переконливістю відповідати на питання: Який спосіб контакту з художнім твором? За яким принципом відбувається перетворення? Що конкретно модифікується в пошуканому творі? Для чого зроблені зміни, яка основна мета автора мема? Які додаткові смисли при цьому виникають? На підставі чого арт-мем виробляє вплив на аудиторію? Наскільки новаторський підхід був застосований автором мема? Який рівень професіоналізму автора? Яка ступінь взаємодії між автором мема і твором?

Таким чином, можна виділити відразу декілька модусів взаємодії: оригінальний твір = арт мем; оригінальний твір = автор арт мема; артмем = реципієнт. З метою мегогенерації мережеві автори використовують різні способи контакту з художнім твором, такі як: використання цифрової копії (з подальшою її трансформацією); використання художнього артефакту в просторі музею, галереї або міського середовища; використання манери і стилю письма великих митців; використання сюжетів і образів відомих творів.

Можливо виділити декілька різновидів арт мемів за ознаками: 1. Зміна візуальної структури (можливо позначити як візуальний арт мем). 2. Додавання вербального елемента у вигляді тексту (можна позначити як вербальний арт мем). 3. Додавання різних мультимедійних ефектів, анімація картини (можливо позначити як анімаційний арт мем). 4. Поєднання декількох перерахованих вище прийомів (можливо позначити як синтетичний арт мем).

Візуальний арт мем може будуватися на основі:

- Поєднання декількох картин в одне зображення (переміщення героїв і предметів з однієї картини в іншу).
- Поява на картині нових героїв, найчастіше сучасних.
- Заміна старих героїв картини на нових (це можуть бути персонажі поп-культури, політики, тварини і т.д.).
- Зміна поведінки героїв картини.
- Додавання сучасних предметів.
- Перевдягання героїв картини, зміна їх стилю.
- Переміщення героїв картини в сучасне навколишнє середовище.
- Зникнення героя картини.
- Заміна особи персонажа картини смайлом, емодзі.
- Візуальні комікси.
- Використання виразних засобів, технічних прийомів,

індивідуального почерку знаменитих художників або стилів у мистецтві.

- Створення «копії» картини за допомогою графічного редактора.
- Створення «копії» картини з різних побутових предметів.
- Арт-косплей.
- Боді-арт.
- Museumsselfie.
- Колаж, який поєднує картину і фото сучасної дійсності або кілька

картин для створення певного смислового ряду.

- Застосування різних фото-фільтрів і фото-ефектів.

Серед основних прийомів створення вербального арт-мема можна назвати наступні:

- Титульний прийом, пов'язаний зі зміною назви картини, що надає твору нові відтінки сенсу.

- Коментування, при якому опис дії, що відбувається на картині, викликає ефект спотворення сюжету.

- Прийом цитування, при якому спеціально підібрана цитата змінює зміст твору. Цитата може підходити до емоційного строю картини або, навпаки, виявляти приховані протиріччя, ставити проблему.

- Прийом передачі думок персонажа, що часто взаємовиключають сенс.

- Прийом діалогу, що імітує обмін репліками між учасниками.

- Арт-лікнеп, для якого характерно іронічне коментування змісту твору з точки зору історії розвитку образотворчого мистецтва.

Анімаційний арт мем у цілому використовує ті ж самі смислові ходи та ідеї, що й два перерахованих вище типа, але додає до нього елемент динаміки. Багато відео розроблені з метою викликати певного роду психосоматичні ефекти у реципієнта. Також в такому форматі стає можливим супроводжувати мем аудіо супроводом, який має додатковий потенціал впливу на аудиторію. У синтетичному арт мемі всі названі

прийоми можуть бути представлені в найрізноманітніших модифікаціях і поєднаннях.

За ступенем охоплення в рамках міжкультурної комунікації мему поділяються на мультикультурні і локальні. Частина арт мемів цілком може мати інтернаціональний характер й без втрат відтворюється в рамках різних культур, а частина може бути адекватно зрозуміла тільки представникам конкретної культури. Сама за собою культура арт мема спирається на досвід художників епохи модернізму, а потім й постмодернізму, а художні стратегії мережевих авторів засновані на відповідних естетичних принципах. Останнім часом з'явилися нові технології, які доступні пересічному користувачеві і не потребують спеціального навчання. Тому застосовуючи різні графічні редактори авторам мемів вдається знаходити досить оригінальні рішення. Іноді мережеві автори прагнуть до професіоналізму і якості виконання. Іноді ж, навпаки, відрізняються навмисною непрофесійністю і неохайністю - даний прийом покликаний або посилити комічний ефект, або є своєрідною естетичною позицією. Філософія такої естетики може бути заснована на ідеях: демократичності мережевого мистецтва; посилення художнього прийому антитези, виставляючи електронну репродукцію недосяжним ідеалом людського генія (в даному випадку простежується ідея критичного переосмислення сучасного стану культури); естетикою непрофесіоналізму, як свідомо художньою позицією.

Більшість арт-мемів це плід колективної діяльності безлічі сепаратних творчих одиниць, які можуть навіть не знати про існування одна одної. Добре відомо, що практика співпраці з аудиторією вкорінена в саму структуру мережевого мистецтва, а в процесі мемогенерації вона зведена практично в основний принцип. Створюється парадоксальна картина - люди копіюють один одного, щоб виразити себе. Насправді - це складний і багаторівневий процес художньої комунікації в цифровому

середовищі, збудований за принципом спіралі. Автор ідеї отримує її в видозміненому, модифікованому вигляді, завдяки творчій енергії інших користувачів. Кожен новий виток може включати в цей процес все більші маси людей. При цьому ідеї, що втратили актуальність і гостроту, ментально втрачають і підтримку користувача та зникають з культурного горизонту.

Постмодерністське розмиття художніх кордонів виглядає найбільш показово, так як відбувається злиття творчих імпульсів глядацької маси і професійних авторів. В одному випадку актуальний художник підхоплює ідею, підглянуту їм у рядових користувачів мережі, і концептуалізує її в просторі професійного мистецтва. Так робить, наприклад, художник А. Сікорській у проекті «Підміна», де він міняє місцями героїв відомих картин, створюючи химерні комбінації різних історичних епох і стилів. Дана стратегія явно запозичена у безвісних авторів «фотожаб». З подібною часткою ймовірності інтернет аудиторія може доповнювати і розвивати ідеї сучасного художника, якщо його твір знаходить у неї живий відгук. Наприклад, паризькі арт-директор L.Caillard і фотограф A.Persani одягли класичні скульптури в костюми хіпстеров [65].

У процесі створення арт мемів специфічним чином поєднуються механізми копіювання, імітації і трансгресивний творчий акт. Вибудовуючи складний і глибокий асоціативний ряд між сучасними реаліями та творами класичного мистецтва, арт мем формує новий тип багаторівневої інтерактивної художньої свідомості. На сьогоднішній момент є важливим простежити процеси перетворення візуальних образів традиційного мистецтва в нову форму мережевої художньої онтології.

2.3. Комунікативні практики мистецького інтернет контенту в системі масової художньої культури сучасності

В рамках дослідження природи мистецького мему можна виділити два магістральні напрями його розвитку в мережевому просторі. Незважаючи на походження із загального «кореня», дві лінії розвитку масових мистецьких практик мають внутрішню логіку і більш підпорядковані внутрішнім законам, аніж зв'язку між собою. Арт-меми характеризуються значним видовим розмаїттям, але при всій їх еkleктичності в масовій практиці вони використовуються в двох основних модифікаціях: «арт-селфі» («art-selfie») та «арт-пойнт» («art-point»). В обох випадках відбувається апропріація художнього образу, але використовується цей образ у різних аспектах, з різними цілями, з використанням різних технологій створення.

Арт-селфі і арт-пойнт є два різних підходи до створення арт-мема і вимагають окремого аналізу: арт-селфі - це аналіз естетичних стратегій мережевих авторів, а аналіз арт-пойнту зосереджений на семантиці, тобто вивченні відображених в них значущих соціокультурних дискурсів.

Арт-селфі - тип мистецького мему, основним завданням якого є вираження ставлення до художнього об'єкту в зв'язку з особистістю автора. Провідним компонентом тут є естетика, а ефект сприйняття - чуттєвий. Арт-селфі фіксують модус присутності індивіда і репрезентують його оточуючим, а при його створенні відбувається вироблення нових індивідуальних траєкторій естетичного досвіду. Естетичне переживання тут використовується як форма інтенсифікації самосвідомості. Арт-селфі - це процес пізнання себе через мистецтво і мистецтва в собі. Фізично індивід може повністю або частково бути

присутнім на фотографії або ж використовувати арт-об'єкт в якості свого альтер еґо, тобто делегувати художньому образу право представляти внутрішній світ настрій, переживання особистості.

Також створення арт-селфі можна ототожнити з набуттям якоїсь символічної ідентичності, до якої можуть бути інтегровані всі розрізнені і фрагментарні стани суб'єкта. Ж. Лакан зазначав, що спочатку «розчленоване тіло» знаходить свою єдність в образі Іншого або в його власному вигляді [58, с. 54]. Арт-селфі представляє собою гру відображень і проєкцій, сюжет про співвідношення приватного і загального, метафізичного і історичного, є спробою знайти власне місце в дискурсивних формаціях. Арт-селфі утворюють багатовимірну поліфонію смислів, засновану на перетині прямого інтуїтивного споглядання і проєктивної сили фантазії.

Для створення селфі підходять як відомі твори, так і досить рідкісні прояви мистецтва - як об'єкти арт-селфі «мейнстрімне» і «маргінальне» мистецтво мають рівні права. Це стає можливим в силу перманентної суб'єктивності даного типу арт-мема, навіть навпаки, використання нестандартних артефактів підкреслює креативність автора. Постмодернізм включає рефлексію з приводу твору мистецтва до основи самого твору, а арт-селфі є візуальним, наочним образом рефлексії, який дозволяє конституювати з точки зору особистого досвіду симптоматику безпосередніх реакцій людини, що дивиться. За своєю несвідомою інтенцією арт-селфі звертаються до первинного феноменологічного досвіду в обхід панівних мистецтвознавчих трактувань.

Арт-селфі також може містити елемент провокації, хоча це й не є основним мотивом. Наприклад, досить неоднозначно виглядають роботи, в яких герої скульптурних і живописних творів оживають і постають на фото у вигляді живих людей, що складаються з плоті і крові. Фотографії в певному ракурсі і освітленні, що руйнують межі картинної

рами або музейної вітрини, свідчать про потребу глибокого контакту з предметом мистецтва, бажанні «впустити» його в сучасне життя. Ця підсвідома установка на сприйняття художніх творів в якості живих суб'єктів також є лейтмотивом багатьох творів актуальних авторів. Наприклад, аргентинський фотограф А. Wertheim створив серію робіт «The Museum's Ghosts» («Привиди музею»). За допомогою подвійної експозиції автор з'єднує два плани наочної реальності - відвідувачів музею, які розглядають експонати і самі твори мистецтва, що розміщені в залі - намагаючись створити діалог між ними. Подібним чином створюється ілюзія того, що персонажі картин «підглядають» за нами [67].

Цю тенденцію також характеризує поширення по всьому світу такого кітчевого явища, як «Trick Art Museum» («Музей ілюзій»), в якому відбувається настільки жадане реципієнтами мистецтва руйнування кордонів музейної рами і глядач може безпосередньо контактувати з персонажем картини [68]. Говорячи про арт-селфі, впершу чергу потрібно зупинитися на такому надпопулярному феномені сучасної мережевої культури, як museumselfie в просторі мережевої культури.

Основними характеристиками оновленої моделі взаємодії музейної організації з аудиторією є збільшення інтерактивності і використання неформального формату спілкування. У своїх інстаграм акаунтах найбільші музеї світу обирають різні стратегії залучення глядацької уваги. Нью-Йоркський музей сучасного мистецтва відкриває передплатникам секрети робочого закулісся. Тут можна побачити кураторів виставок і підглянути за робочими процесами створення експозицій. Лондонська галерея «Тейт» («Tate Britain») проводить гру, пропонуючи користувачам соцмережі відгадати автора картини по її фрагменту, а також регулярно ділиться з передплатниками фотографіями

картин, які супроводжують невеликими цікавими фактами з біографії художників.

Інтеракція з глядачем за допомогою інстаграму істотно відрізняється від взаємодії через офіційний музейний сайт. По-перше, це практично щоденне спілкування. З огляду на той факт, що середньостатистичний інстаграм користувач використовує додаток хоча б 1 раз на добу, інстаграм блог музею здатний підтримувати регулярну комунікацію зі своїми передплатниками, тримаючи їх у курсі подій, ділячись інформацією про майбутні виставки і т.д.

В процесі віртуальної комунікації формується нова мережева ментальність індивіда, а одним з найважливіших елементів цифрової культури є феномен селфі. Ключовою особливістю такого типу фотографії є її спрямованість на трансляцію в соціальних медіа. Основна мета створення селфі - самопрезентація, створення певної межі контекстів, отримання зворотного зв'язку, тобто феномен селфі - спочатку соціальний. Досить складне і неоднозначне з соціо-психологічної точки зору явище селфі набуває додаткового смислового сенсу, коли до системи віртуальної самоідентифікації включається елемент мистецтва.

Позування на тлі пам'яток художньої культури не є єдиним позначенням місця присутності індивіда - це включення безпосередньо себе в контекст художньої комунікації. Останнім часом стає все більш очевидною ще одна додаткова функція музейного простору - воно може служити платформою для актів творчої самореалізації особистості. Тепер виставкові зали - це місце, де люди можуть абсолютно відкрито висловити своє ставлення до експонатів і поділитися ним з усім світом. Тут відбувається зіткнення різних глядацьких установок, систем сприйняття і естетичних парадигм.

Ідея *museumselfie* полягає в тому, що відвідувач транслює в

соціальних мережах селфі, зроблені на експозиціях і виставках. Сьогодні тільки в одній соціальній мережі Instagram налічується понад 25 тисяч фотографій з хештегом #Museumsselfie, зроблених в різних музеях по всьому світу. Переважна більшість музеїв світу не тільки не забороняють робити селфі, а й активно підтримують цей рух. Museumsselfie є індивідуальною та груповою художньою творчістю, що побудована на характерному для постмодернізму змішенні різних естетичних кодів. Museumsselfie служить свого роду медіатором між елітарною музейною культурою і популярною інтернет-масовою культурою. Такий кордонний стан події надає цьому суспільному феномену особливі неповторні якісні умови.

Таким чином можна констатувати, що на першому етапі автори селфі знаходяться в процесі колективного створення нової «культурної матриці», яка буде багаторазово реплікована в цифровому просторі. На другому етапі надлишок ідентичних методів і прийомів створення селфі переходить у пошуки нових виразних прийомів. У процесі створення museumsselfie мистецтво концептуалізується в соціальному вимірі, а «картина» його побутування формується в площині масової культури. Глядач робить вибір власного шляху прочитання твору, тому селфі в музеї найкращим чином відображають цінності, стереотипи і забобони масового глядача.

Поява нових технологічних засобів відображення дійсності впливає на сферу художнього. Під впливом museumsselfie відбувається важливий процес інтеріоризації в області мистецтва. Спочатку індивід просто повторює візуальні коди, поширені в даному тематичному полі інтернет-простору. Але в процесі створення власного селфі відбувається процес безпосереднього особистого спілкування з твором мистецтва, наслідки якого важко переоцінити. Таким чином порушується особиста ментальна основа індивіда силами зображального мистецтва.

Фотографія як масова художня практика виробництва візуальних образів породжує інший комплекс сприйняття іконічних структур. Виникла нова онтологія мистецтва в цифровому просторі, що визначається головним чином контекстом. Семіотична функція сучасних селфі корелює з мовою актуального мистецтва, як мистецтвом послання (меседжу).

Museumselfie є відображенням художніх потреб, художнього потенціалу та художньої діяльності сучасної інтернет-аудиторії. Фундована пошуком точок дотику з ідейним полем мистецтва минулого, подібна художня практика спрямована на генерацію нових символічних цінностей. Феномен museumselfie свідчить про значні ціннісно-нормативні трансформації, що відбуваються у сфері мистецтва. Селфі в музеї допомогли утвердженню в суспільній свідомості нового неформального і демократичного погляду на музейний простір.

Одвічна процесуальність мережевого середовища, де будь-який стан веб-сторінки є тимчасовим, співзвучна безперервному процесу пошуку та осмислення мистецтва в особистості та себе в мистецтві. Віртуальна реальність, яка існує «тут і зараз» ініціює виплеск безпосередніх емоцій, трансляцію особистих вражень, роздумів про роль мистецтва в особистому житті кожного індивіда. Цей безперервний потік трансформацій лонгує побутування художнього артефакту, демонструє всі його грані, навіть спочатку приховані і не виговорені. Подібна мережева онтологічність твору, його незамкнутість і відкритість робить можливим колективну художню рефлексію, яка складається з індивідуальних голосів, думок, асоціацій, які не замикаються в собі, але взаємодіють і взаємовпливають один на одного.

Косплей є одним з різновидів арт-селфі. Назва походить від англійського *costume play* («костюмована гра») - переодягання в костюми відомих персонажів і виготовлення таких костюмів. Першим значущим прикладом косплея персонажів картин є «History Portraits»

(«Портрети старих майстрів») Сідні Шерман, створені в 1988-1990 роках, в яких вгадуються герої Рафаеля, Боттічеллі Караваджо. Деякі фотографії даної серії відсилають до реальних живописних творів, але більшість з них виглядає, як гротескний сон рядового туриста, навіяний відвідуванням музею. Надалі ідея подібного роду музейного косплея ляже в основу численних зйомок глянцевого журналу Left March [59]. Особливою популярністю користується образ мексиканської художниці Фріди Кало.

Взагалі арт-косплей прагне до нівелювання гендерних, вікових, національних, расових та інших соціальних бар'єрів. Предметом візуальної рефлексії стає навіть переосмислення кордону живого і неживого, що є усвідомленою художньою та громадською позицією авторів, що відображає мислення нового часу. Канадський художник японського походження Д. Хамада (J.Namada) у своїй книзі «Master Works of Art Reimagined Hardcover» демонструє колекцію оригінальних і неоднозначних косплей-інтерпретацій шедеврів світового образотворчого мистецтва [50]. Американський фотограф F.Fabris створив серію постановочних портретів з автомеханіками, що імітують знамениті картини епохи Відродження. Незважаючи на незвичайний концептуальний ракурс, естетика фоторобіт підкреслює повагу до оригіналів. Зрештою, ідею підхопили і рядові користувачі мережі та арт-косплей став поширеною дискурсивною практикою.

Копія картини може бути намальована в графічному редакторі, створена з самих різних побутових предметів, вишита на тканині і т.д. Основною метою створення копії є творча переробка вихідного матеріалу. Наприклад, англійська художниця S.Herbert в серіях «Impressionist Cats», «The Cats Gallery of Western Art», «The Diary of a Victorian Cat», «Pre-Raphaelite Cats» та інших, ретельно копіює старовинні полотна, замінюючи всіх персонажів на котів. Італійський

графік Tuttelemelechevuoi створює версії в стилі інфантильних мультперсонажей. Французький художник Р.-А.Sollier відтворює картини з використанням playmobil. Викладач Британської школи дизайну ілюстратор Дмитро Карпов запропонував своїм студентам об'єднати сюжети класичних полотен живописців з естетикою мультсеріалу «Сімпсони». Існують версії відомих полотен у вигляді «Мінйонів», «Смішариків» і т.д., що дозволяє говорити про тотальність поширення візуальних кодів масової культури [63].

Норвезька авторка I.Skivenes в проєкті «The Art Toast Project» викладає картини великих художників на тостах. Французький художник Bernard Pras копіює картини за допомогою різного роду мусору, а американська художниця K.Cumings - з мармеладних жувальних цукерок. Китайська художниця Ju Duoqi в проєкті «The Vegetable Museum» відтворює знамениті полотна, використовуючи овочі. Арт-директор компанії «Lego» M.Sodano відтворив відомі картини за допомогою цеглинок лего [45]. Британський художник N.Smith викладає класичні картини картками колірної моделі Пантона, а створений тим самим ефект «пикселізації» виробляє ефект візуального бар'єру, змушуючи знову пильно вдивлятися в усім, здавалося б давно відомі колірні силуети. Художник E.Islekel створив серію робіт «Art in Art», в якій копії творів мистецтва зроблені з інших творів мистецтва цифровим методом [52].

Ці та багато інших сучасних авторів намагаються знайти індивідуальний шлях пізнання мистецтва, побудувати власну траєкторію художньої комунікації з культурою минулого. Але при всіх позитивних якостях подібного роду творчої активності, гнітюче враження викликає тотальна повторюваність мотивів, обумовлена використанням здебільшого лише найбільш популярних, «топових» творів образотворчого мистецтва. Перед справжніми і майбутніми авторами

завжди буде стояти вибір між зовнішнім, поверховим конструюванням артефакту в розрахунку на видовищність та розважальність і глибоким творчим контактом з твором, з метою відкриття його нових смислових та художніх граней.

У новітній період мобільний додаток Instagram став однією з найважливіших соціальних мереж сучасності. Сайт являє собою систему взаємодії між користувачами за допомогою візуальних образів. Цей медіа феномен неодноразово аналізувався соціологами, психологами і лінгвістами. При цьому іконічний характер його структури настійно вимагає аналізу з точки зору соціології і мистецтва, оскільки тісно пов'язаний з проблемою репрезентації як сучасної аматорської індивідуальної творчості, так й класичних творів. Існує певний контингент Instagram акаунтів, що спеціалізуються на постінгу виключно арт-контенту. Крім офіційних профілів світових та локальних музеїв і галерей, багато користувачів прагнуть представити свій авторський погляд на мистецтво. Сотні аматорських Instagram-блогів збирають свою власну віртуальну художню колекцію. Наприклад, популярністю користуються блоги, що присвячені дослідженню архітектурних ліній і деталей [1].

Своєрідність активності користувачів соціальної мережі Instagram полягає в передачі інформації, діалогічному спілкуванні, вираженні індивідуальних емоцій і т.д. за допомогою зорового образу. Переживання акту споглядання чогось багаторазово множитья в мережевому просторі. Чисті переживання, емоції і особисті відкриття, ініційовані досвідом спілкування з мистецтвом, фіксуються та ретранслюються в цифровому середовищі.

Складна орієнтованість сучасних арт- практик полягає перш за все в необхідності знаходження оптимального балансу між індивідуальним і загальним, між особистим іманентним досвідом і соціальними

стереотипами. Instagram є середовищем, що структурує візуальний досвід в певному напрямку. Вже було констатовано, що в процесі продукування селфі людина одночасно виступає в ролі моделі, глядача і фотографа. Вона фрагментує себе до стану об'єкта, цікавого іншим, тобто до об'єкта, що має соціальну цінність, і привласнює собі ті предмети матеріального світу, за допомогою яких вона може себе ідентифікувати. Персона звертається до постаті певного референта, тобто відсилає до колективного досвіду, який не має для себе готових соціокультурних визначень. Мистецтво як потужний механізм вираження власної ідентичності приваблює сучасного індивіда та ініціює формування власного образу через художню комунікацію з предметами мистецтва.

При цьому не можна заперечувати проблему повторної уніфікації, коли основні форми і топоси творчої діяльності диктуються глобальними світовими культурними трендами, стрімко поширюються в цифровому середовищі. Їх масовий характер і тотальність проникнення формують глобальні матриці копіювання. Предмети мистецтва за допомогою певних механізмів перетворені в символічні фетиші, якими набагато легше оперувати у сфері конвенціональних візуальних структур мережевих спільнот. Спостерігається ситуація помилкової активності за рахунок їх масового тиражування у віртуальному середовищі.

Переплетіння тілесного та смислового аспектів візуального сприйняття роблять художній образ одним з найбільш потужних інструментів соціального впливу і взаємодії. Наприклад, *museumselfie* може показувати обличчя героя твору в незвичайному ракурсі, передаючи глядачеві певний емоційний стан, що часто доповнюється текстом про складні перипетії особистого життя, хвилюючі суспільні проблеми і т.д. Фрагментарно показуючи тіло скульптури, граючи зі світлом і фото-фільтрами, цифрові автори домагаються виникнення

ілюзії живої натури, тим самим реалізуючи підсвідоме бажання більш тісного контакту та близькості.

Нарешті, на безлічі знімків Instagram люди обіймають скульптури, або, якщо це заборонено правилами, лише створюють ілюзію дотику, поцілунку, обіймів. Також існують такі програми як Face Swap або Snapchat, де можливий віртуальний «обмін особами», який можна використовувати в тому числі і для перетворення себе в музейний експонат. Подібні репрезентації мають важливий смисловий підтекст, який базується на ідеї про те, що сприйняття образу - це не тільки інтелектуальний і емоційний, але й тілесний контакт. Наприклад, згідно з концепцією Дж. Александра в момент сприйняття твору, реципієнт транспортує його з зовнішнього світу у світ внутрішніх переживань, збагачуючи енергією особистого перцептивного поля. Це процес визначається як «суб'єктивізація». Далі слідує друга ступінь - «матеріалізація», коли він на якийсь час сам перетворюється в сприймаючий його об'єкт, дивлячись на навколишню дійсність зсередини нього [42, с. 7]. Це відповідним чином змінює оптику сприйняття світу - Івостороннє відношення «реципієнт - образ» доповнюється ставленням «образ - світ». Таким чином іконічний досвід відіграє важливу роль в усвідомленні своєї соціальної та особистісної ідентичності.

Ще однією мистецькою стратегією, що представляє інтерес мережевих авторів, є привласнення манери і стилю письма знаменитих художників, для чого застосовуються спеціальні програми, що виробляють відповідні імітації. Наприклад, додаток Vinci може перетворити звичайну фотографію у візантійську мозаїку, полотно М. Кандинського або Ван Гога. За допомогою алгоритмів нейронних мереж програма Prisma стилізує знімки під роботи відомих художників - Едварда Мунка, Роя Ліхтенштейна і інших [33]. Доступність, простота і

швидкість «перетворення» вихідної картинки в імітацію професійного живопису зробила додатки популярними у мільйонів користувачів у всьому світі.

Арт-пойнт - тип мистецького мема, основним завданням якого є вираження якогось значення. Провідним компонентом тут є семантика, а афект сприйняття - інтелектуальний. Арт-пойнт декларує певну думку, громадську позицію, соціальний зміст. На протигагу арт-селфі, яке сконцентроване на індивідуальних переживаннях, арт-пойнт тяжіє до соціальної значущості, масовості, до демонстрації громадських проблем, що зачіпають великі групи людей. Тут домінує перформативність досвіду спілкування з мистецтвом, активність сприйняття, освоєння поля мистецтва шляхом художньої трансформації. Інтелектуальне дослідження і художня практика в арт-пойнт зростаються. Для цього часто використовуються популярні, «знакові» твори мистецтва і художні образи, оскільки саме вони мають найбільший вплив на суспільну свідомість. Арт-пойнт можна піддати аналізу з точки зору повідомлень, що містяться в ньому. Іноді емоційна сила впливу твору мистецтва настільки сильна, що повідомленням надається нав'язливий характер і імперативна сила.

Явище арт-пойнту, на відміну від арт-селфі, звільняє від необхідності за допомогою уяви привносити особистий досвід у твір, він дає чітку та однозначну позицію, хоча часом і виведену імпліцитно. Поєднання семантичних планів, асоціативно пов'язаних між собою, утворюють складний діалектичний синтез. При цьому, арт-пойнт є поєднанням, яке ніколи не стає повноцінним синтезом, але завжди зберігає дихотомію смислів. Найчастіше в складні семантичні відносини вступають вербальний і візуальний компоненти. Вони можуть бути побудовані за принципом симуляції, через знаходження схожості в несхожому, або диссимуляції, через знаходження відмінностей в

подібному. Конструювання підсумкового розуміння відбувається за рахунок введення його опозицій, інакше кажучи, нез'ясованість, яка розкриває фантазми масової культури.

Арт-пойнт твори несуть важливу соціокультурну функцію, привчають уважно вдивлятися і знаходити обман, коли здаються природними причинно-наслідкові зв'язки і послідовності, оголюються приховані суперечності і різні форми громадської дискримінації. Цей процес принципово не завершений, будь-які вивільнені смисли надалі уніфікуються, а у публіки виробляється імунітет. Тому арт-пойнт може існувати виключно в ситуації «вічного зникання», знову і знову представляючи глядачеві черговий «розвтілений образ».

Меми стали одним з найважливіших медіафеноменів сучасності завдяки ясності їх візуальної мови, смислової доступності та зручності ретрансляції у сфері мережевих спільнот. Аналіз семантики сучасних арт-мемів дозволяє виявити найбільш значущі для масової аудиторії соціокультурні дискурси, а також визначити поле резонансу новітніх культурних трендів і образів класичного мистецтва. Мистецькі меми відкривають нові смислові грані творів мистецтва минулого і актуалізують їх зміст в сучасній соціальній дійсності. Феномен арт-мемів - це дійсно амбівалентне явище мережевої культури. Воно несе як позитивний демократичний настрій, оскільки дозволяє залучити до мистецтва широкі маси інтернет-користувачів, так і загрозу підміни справжніх способів пізнання художніх творів сурогатними. Особливості функціонування мемів в медіапросторі, процес декодування їх семантики, механізми впливу мемів на індивідуальну і суспільну свідомість являють собою актуальні питання сучасності. Спробуємо проаналізувати різні аспекти цього явища.

Когнітивно переобтяжена свідомість інтернет-користувача, яка звикла мати справу з запозиченнями і симулякрами, сприймає

оригінальні твори мистецтва з певними зусиллями, сила і масштаб їх впливу потребує свого роду захисного екрану. У деконструйованому вигляді вони значно органічніше вписуються в стандартну новинну стрічку, що представляє собою низку змінюваних оновлень соціальних мереж Facebook, Google, Instagram, Tumblr, які вишиковуються в глобальному гіпертексті. Арт-меми підлаштовуються під очікування середньостатистичного користувача, видаючи порцію мистецького продукту в зручній для засвоєння формі, а процес сприйняття мистецтва роблячи простим і комфортним.

Велика часова дистанція, що відокремлює нас від епохи стародавнього і середньовічного мистецтва ускладнює правильне прочитання та інтерпретацію його семантики. Дійсно, часто тільки історик мистецтва може з точністю сказати, що криється за незрозумілими з точки зору повсякденної логіки сценами з напівлюдьми-напівтваринами єгипетських фресок, а також розгадати складні символічні смисли, якими переповнені середньовічні мініатюри.

Отже, втрачений живий зв'язок, викликає у аудиторії бажання компенсувати це за допомогою повернення музейного мистецтва в сферу актуального життєвого досвіду. Наприклад, існує такий рух як Museum Hack, що підштовхує до активного освоєння мистецтва, до його обговорення і особистісної рефлексії від побаченого [62]. Гідні непрофесіонали діляться своїми персональними емоціями від експонатів Metropolitan Museum, існують, наприклад, навіть спеціальні тури для феміністок або геїв. В першу чергу цей рух створює вільну і розкріпачену атмосферу, в якій немає нічого забороненого та неможливого для реципієнта мистецтва.

Арт-меми характеризуються схожим підходом: «Геть усі межі і заборони!» Дуже часто використовується ненормативна лексика і гострі провокаційні прийоми, що відбувається не випадково. По-перше, це

символізує визвольний порив - говорити про мистецтво може кожен бажаючий, не залежно від рівня підготовки і наявності спеціальної освіти. По-друге, говорити можна все що завгодно, можна проектувати свій особистий життєвий досвід і зачіпати абсолютно різні теми. Зовні це виглядає як абсолютно несерйозна гра, але за експліцитним рівнем іронії зберігаються безліч значимих громадських дискурсів.

Одна з важливих властивостей мистецьких мемів - це здатність відображати актуальні суспільні настрої. Конкретний мем визнається придатним для ретрансляції, якщо він має великий потенціал емоційного впливу на реципієнта і стимулює суспільний резонанс. Мережевий автор ставить провокативні завдання, він прагне активізувати надмірну глядацьку увагу, спровокувати його емоційні реакції. При цьому ідеї, що втратили актуальність і гостроту, моментально втрачають призначену для користувача підтримку та зникають з культурного горизонту. За ступенем популярності будь-якого мема, ми можемо судити про ступінь актуальності і «хворобливості», порушеної в ньому проблеми для сучасного соціуму.

Арт-меми здебільшого інтенціональні, тобто несуть безсумнівний посыл і спрямовані на формування певного уявлення, що ріднить їх з такими близькими феноменами, як «мотиватор» та «демотиватор». Твори живопису, скульптури і т.д. використовуються в якійсь мірі як рекламні зображення, в яких візуальна частина приходить у взаємодію з вербальною для формування певної філософії. Подібні меми автори насичують всілякими смислами, від ідей фемінізму до патріотизму. Взагалі зіставлення всього з усім - скульптури і живопису, архітектури і природних форм, чоловіка і жінки і т.д. - є характерним прийомом сучасних авторів. Їх цифровим колажам властивий симультанізм, виражений в ідеях проникності світу, ефімерності, нестійкості предметних кордонів. На стику двох візуальних образів виникають нові

сенси, які збагачують звичні матриці сприйняття.

Питання дослідження людського тіла і моральних меж піднято в проекті берлінського фотографа Р.Кааден [49]. Один зі знімків мармурової скульптури автора був видалений з Facebook, тепер він цензурує знімки творів мистецтва з Лувру і робить їх придатними для публікації. За допомогою «розмиття» фрагментів оголених статуй, художник показує абсурдність стандартних норм, викриваючи нові форми закріпачення людського тіла. Досить поширеним творчим прийомом мережових авторів є метонімічне зміщення, яке використовується для наочної демонстрації різниці менталітету людей минулого і сьогодення.

Прикладом можуть служити арт-меми, в яких здійснена заміна різних предметів в руках персонажів картин на ультрасучасні гаджети. Сенсом даного художнього висловлювання є критичне переосмислення ролі технічних пристроїв в житті індивіда, які все активніше починають замінювати реальні речі на їхні віртуальні аналоги. Наприклад, корейський ілюстратор Kim Dong-kyu в проекті «Art x Smart» створює версії знаменитих творів, герої яких вкрай відчужені один від одного, оскільки вся їхня увага зосереджена на віртуальному світі.

В цілому можна сказати, що при всій різноманітності тематики, арт-меми в основному сконцентровані на індивідуальних проблемах людини, коли питання політики стоять лише на другому місці, далі йдуть історія, культура та мистецтво, які відображені в мемах в набагато меншому ступені. Описуючи досвід банального, керуючись при цьому лише безпосередньою інтуїцією, мережовим авторам вдається розкрити основні інтенції соціуму і установки сучасного індивіда в усьому їх обсязі та багатовимірності.

Пародія, як один з видів деконструкції, виявляє корінні протиріччя, закладені в самих основних соціо-культурних установках.

Пошуки сенсу будь-якої історії відбуваються через розтин опозицій, що містяться в ній. Арт-меми в більшості випадків критикують апріорні установки, що конструюють різні форми людської дискримінації і несвободи, а також далекі від природних нереалістичних очікувань суспільства. Деконструкція вихідного сенсу зовсім не заперечує цінності твору мистецтва як такого, а, навпаки, маркує нагальну потребу в його актуалізації за рахунок розширення в теперішньому моменті.

Оновлення культурних смислових моделей лібералізує сферу музейного мистецтва, роблячи її відкритою для профанної аудиторії, по-справжньому наближаючи мистецтво до глядача. Акт безпосередньої інтеракції тепер звільнений від регулюючого впливу професіоналів сфери мистецтва. Зберігається нарративне сприйняття, чистота первісної емоції і відкривається простір для особистих асоціацій. Концентрація на самому акті переживання, прямий контакт з мистецтвом виключає класичне шкільне питання: «Що хотів сказати автор?» При такому підході до сприйняття твору традиційні установки мистецтвознавців, критиків і знавців мистецтва втрачають цінність, поступаючись місцем релятивізму оцінок.

При цьому самі арт-меми, за рахунок тотальності їх поширення, стрімко трансформувалися з креативного і маргінального елементу мережевої культури до повноправної частини масової культури. Це не може не викликати побоювань, оскільки масовій культурі властиво обмежувати набір символічних матриць і стверджувати певний тип регуляції. Підпорядкування спочатку вільного процесу мемогенерації цінностям і стандартам популярної культури являє собою повторну уніфікацію. Перенесення інтимних переживань у позаособистісні або децентрація ідентичності викликає свого роду парамнезію, коли реципієнт впевнений, що він висловлює власні автентичні емоції, хоча варіативність прочитання твору мистецтва є далеко не довільною, а вже

задалегідь вписаною в певну поп-культурну дискурсивну синтагму. Саме декларативний демократизм арт-мемів може привести до подібного роду помилок.

Десакралізація поняття естетичного і виведення його за рамки контексту трансцендентних цінностей, що відбулася останнім часом привела до нового витка інтерпретацій класичних творів мистецтва. Переосмислення традиційних тропів стосовно ультрасучасних громадських трендів несе значний визвольний настрій. Традиційні теми і усталені сюжети пародіюються, задаючи нові смислові моделі. Практика показала, що меми стають найбільш ефективним форматом, що повноцінно відображають основні внутрішні та зовнішні труднощі й конфлікти сучасних людей. Їх всебічний аналіз відповідає потребі теоретичного осмислення практики сучасного культурного життя.

У новітній період часу набирає популярності особливий вид мистецького мема, який можна позначити як арт-лікнеп. У простій, доступній і наочній формі арт-лікнеп покликаний дати звичайному користувачеві якусь базову інформацію мистецтвознавчого характеру: наприклад, отримати уявлення про історичні стилі в образотворчому мистецтві, різноманітні мистецькі течії і напрямки XX-XXI століть, індивідуальні творчі манери відомих художників.

При всіх можливих позитивних аспектах подібних арт-мемів, таких як: залучення інтересу до образотворчого мистецтва у профанної публіки, включення в художню дискусію широких мас інтернет-користувачів, передача інформації про сферу образотворчого мистецтва і т.д., не можна не відзначити певну небезпеку такого роду арт-лікнепу в процесі інкультурації індивіда. Якщо для професіоналів художньої сфери арт-меми представляють лише курйозну пародію, то для тих, хто не має базових уявлень в області мистецтва, вони можуть істотно спотворювати процес художньої комунікації. Подібний арт-лікнеп,

побудований з використанням мему, уніфікує стратегії масової культури з її принципами тривіалізації і стереотипізації.

Існує академічна традиція, що склалася в області розуміння і інтерпретації явищ світової художньої культури. Паралельно їй ми можемо спостерігати феномен індивідуальної або масової непрофесійної естетичної рецепції і подальшої рефлексії. Масовий глядач у переважній більшості не має практики послідовного вивчення історії мистецтва і основною проблемою сприйняття є тотальна фрагментарність художнього досвіду. У формуванні цього досвіду цифрова інтернет сфера з кожним роком відіграє все більшу роль. Соціальні спільноти є медіасередою циркуляції величезної кількості іконічних, візуально-образних структур, насичених смисловим змістом. Величезне формуюче значення на них має естетична парадигма постмодернізму з її відмовою від жорсткої опозиції між «верхом» і «низом», елітарним і масовим. Додаткової складної конотації ця система набуває з включенням елемента класичного мистецтва.

Метод художньо-психологічного аналізу арт-мемів дозволяє виявити особливості глядацького сприйняття в зв'язку з використанням інтерактивних механізмів взаємодії. На основі вивчення основних топосів популярних арт-мемів, можна продемонструвати можливості цієї нової масової художньої практики в справі актуалізації художньої спадщини в сучасній дійсності. Аналіз контенту популярних інтернет-спільнот дозволяє зробити висновок, що в якості вихідного матеріалу для створення арт-мемів найбільш часто використовуються зразки класичного мистецтва. Це перш за все твори олійного живопису реалістичного напрямку. Це найочевидніше і зручне джерело, тому що являє собою найбільш зрозумілий для масової аудиторії напрямок образотворчого мистецтва.

Значно рідше для трансформації використовуються твори епохи

модернізму і постмодернізму. У даній категорії перевага віддається культовим зразкам, що викликають реакцію миттєвого впізнавання масової публікою, а також мають чітку сформовану систему інтерпретації. Конвертувати в арт-мем маловідомий твір авангардного, актуального мистецтва не має сенсу, оскільки авторський «меседж» без додаткової інформації не може бути зрозумілий переважною більшістю аудиторії, адже для цього потрібна серйозна підготовка, яка відсутня у рядового інтернет-користувача. Якщо представляється скрутним чітко й неоднозначно зрозуміти авторське посилення та основну ідею твору, то практично повністю втрачається сенс процесу виробництва мема. Адже для того, щоб розкодувати інформацію, яку несе подібного роду арт-мем, необхідно мати відповідну культурну базу.

На сьогоднішній момент меми стали одним з основних каналів передачі актуальної інформації і нових культурних тенденцій. Яку б галузь людської активності ми б не навели як приклад, скрізь існують свої специфічні мемо-комплекси. Арт-меми являють собою особливий спосіб освоєння культурно-історичної дійсності, адаптації засобами популярної культури класичної мистецької спадщини для отримання найбільш успішної форми засвоєності продукту масовою аудиторією, що виявляється в умовах мережевого суспільства, як явище, що характеризує специфіку виробництва і поширення культурних цінностей в сучасному світі. При цьому сила окремих художніх образів минулого настільки сильна, що вони можуть виступати в ролі «соціальних акторів» сучасності і в XXI столітті. Адресуючи глядача до загальної культурної пам'яті і відмовляючись від конвенціональних уявлень про мистецтво, мережеві автори відкривають нові смислові пласти візуального образу для широкого споживача.

Висновки до розділу

В узагальненому вигляді поняття контент включає в себе зміст будь-якого інформаційного ресурсу. Арт контент (мистецьке наповнення ресурсу) - це частина веб-контенту, пов'язана зі сферою образотворчого мистецтва. Сьогодні виникає як наслідок велика область інтернет-простору, що має велику різноманітність приватних форм існування, та вимагає розгорнутого аналізу своєї специфіки, генезису, типології та напрямків розвитку. При цьому слід зазначити, що арт контент не локалізований лише в сфері веб-сайтів мистецтвознавчої спрямованості, він також присутній на величезному числі інтернет та мобільних спільнот з найширшою культурної тематикою, тобто має як професійний, так і профанний характер.

Конкретною формою існування арт контенту в мережевому інтернет просторі є арт-пост (мистецьке повідомлення). Підставою для поділу арт-постів на групи є джерело їх походження. За цією ознакою можна виділити наступні групи. Перша група являє собою контент, який має музейний, освітній, просвітницький або науковий контекст. Це дещо регламентована середа офіційних сайтів музеїв і галерей образотворчого мистецтва, художніх інститутів, міжнародних фестивалів, виставок та інших мистецьких інституцій. У них твори класичного і авангардного мистецтва представлені у вигляді цифрових зображень і забезпечені анотацією та експлікацією.

Другу групу становить напівофіційний інформаційний простір: науково-популярний або рекреаційний контент. До конкретних проявів можна віднести приватні портали зарубіжних і вітчизняних авторів. Тут також є в наявності тенденція до трансляції загальноприйнятої точки зору на художні твори і певний традиціоналізм у відборі та подачі матеріалу. Автор прагне зробити якісний пост, який відповідає основним

естетичним і етичним нормам, але при цьому відсоток оригінального авторського арт контенту дуже незначний, більшу частину інформаційного масиву займають його численні дублікати. Особливо популярний контент має сотні і тисячі варіацій. При такому способі ретрансляції неминуче виникнення різних неточностей і помилок, тому важливою ознакою є відсутність гарантії якості інформації та інтерпретації матеріалу, оскільки на відміну від першої групи тут відсутня офіційна експертна оцінка.

Нарешті, третю групу становить неофіційний: неформальний, розважальний контекст, створюваний, найчастіше, профанною аудиторією, яка не має просвітницьких цілей, а провідними виявляються мотиви розваги та комунікації. Оскільки подібний контент служить рекреаційним цілям, він має на увазі велику свободу в способі подачі матеріалу. Пости, найчастіше, не мають чітко виражених завдань, крім вираження особистих емоцій автора, відрізняються еkleктизмом, експансивністю, можуть бути епатажні. В останньому випадку автори прагнуть шокувати публіку, навмисно виставляючи напоказ приховані суперечності і конфлікти.

Сфера образотворчого мистецтва має велику свободу і внутрішню динаміку за рахунок можливості використання візуальних метафор, чим з успіхом користуються мережеві автори. Один і той самий твір образотворчого мистецтва може бути затребуваний у декількох опозиційних за змістом інтерпретаційних контекстах, що узгоджується з актуальними тенденціями сучасної масової культури і соціально-політичними змінами. Але перш за все, арт мем сконцентрований скоріше не на відображенні дійсності, а на моделюванні нового віртуального символу. У мультіуніверсумі культури сучасності заперечуються будь-які догми і химерним чином переплітаються взаємовиключні естетичні установки і концепції, а каталізатором цього

процесу є втрата «диктатури сенсу» і системи домінантних цінностей, що призводить до еклектичного панування всіх стилів, форм і напрямків.

Сучасна ситуація надлишку інформації і дефіциту змістотворних систем, в якій самоідентифікаційний поле індивіду лежить між традиційними національними, релігійними та культурними цінностями і сучасними ідеями релятивізму та мультикультуралізму, постійно зіштовхує людину з парадоксами і різночитаннями, що призводить до нагальної потреби в розумінні взаємовідносин з класичною культурною спадщиною. Шляхом мережевих креативних практик людина позбавляється від напруженого почуття, що породжене необхідністю функціонувати в рамках децентрованої світу, який динамічно змінюється.

Естетика постмодернізму передбачає велику свободу тлумачення і суб'єктивну інтерпретацію культурних традицій, а у процесі розуміння художнього твору особлива увага приділяється збільшенню сенсу. В основі створення мемів лежить принцип інтертекстуальності, що характерний для постмодерністського художнього дискурсу. Не дивлячись на те, що мова арт мемів є відсиланням до інших художніх творів, образів і текстів чи навіть повністю складається з витягів і цитат, у процесі комунікації вона створює нові значення в додаток до оригінальних або використовує старі значення в новому контексті.

Генерація арт мемів побудована за принципом апроприації класичної культурної спадщини та деконструкції її семантики або художньо-образного ладу. При цьому весь час виникає стан опору офіційним легітимним нормам і, одночасно, пряма або непряма залежність від них. У процесі створення арт мемів специфічним чином поєднуються механізми копіювання, імітації і трансгресивний творчий акт. Вибудовуючи складний і глибокий асоціативний ряд між сучасними реаліями та творами класичного мистецтва, арт мем формує новий тип

багаторівневої інтерактивної художньої свідомості.

Меми стали одним з найважливіших медіафеноменів сучасності завдяки ясності їх візуальної мови, смислової доступності та зручності ретрансляції у сфері мережевих спільнот. Аналіз семантики сучасних арт-мемів дозволяє виявити найбільш значущі для масової аудиторії соціокультурні дискурси, а також визначити поле резонансу новітніх культурних трендів і образів класичного мистецтва. Мистецькі меми відкривають нові смислові грані творів мистецтва минулого і актуалізують їх зміст в сучасній соціальній дійсності. Феномен арт-мемів - це дійсно амбівалентне явище мережевої культури. Воно несе як позитивний демократичний настрій, оскільки дозволяє залучити до мистецтва широкі маси інтернет-користувачів, так і загрозу підміни справжніх способів пізнання художніх творів сурогатними. Особливості функціонування мемів в медіапросторі, процес декодування їх семантики, механізми впливу мемів на індивідуальну і суспільну свідомість являють собою актуальні питання сучасності. Спробуємо проаналізувати різні аспекти цього явища.

Когнітивно переобтяжена свідомість інтернет-користувача, яка звикла мати справу з запозиченнями і симулякрами, сприймає оригінальні твори мистецтва з певними зусиллями, сила і масштаб їх впливу потребує свого роду захисного екрану. У деконструйованому вигляді вони значно органічніше вписуються в стандартну новинну стрічку, що представляє собою низку змінюваних оновлень соціальних мереж Facebook, Google, Instagram, Tumblr, які вишиковуються в глобальному гіпертексті. Арт-меми підлаштовуються під очікування середньостатистичного користувача, видаючи порцію мистецького продукту в зручній для засвоєння формі, а процес сприйняття мистецтва роблячи простим і комфортним.

На сьогоднішній момент меми стали одним з основних каналів

передачі актуальної інформації і нових культурних тенденцій. Яку б галузь людської активності ми б не навели як приклад, скрізь існують свої специфічні мемо-комплекси. Арт-меми являють собою особливий спосіб освоєння культурно-історичної дійсності, адаптації засобами популярної культури класичної мистецької спадщини для отримання найбільш успішної форми засвоєності продукту масовою аудиторією, що виявляється в умовах мережевого суспільства, як явище, що характеризує специфіку виробництва і поширення культурних цінностей в сучасному світі.

ВИСНОВКИ

Інформаційне суспільство на сучасному етапі розвитку формується в умовах глобалізації на базі стрімкого розвитку інформаційних технологій, а основним видом діяльності в інформаційному суспільстві є виробництво і використання інформації. У свою чергу, діяльною формою існування кожного члена інформаційного суспільства, що сприяє його соціальній інтеграції, є комунікація як інформаційний діалог, що представляє собою смислову і змістову соціальну взаємодію адресанта та адресата, що направляють свої зусилля на імплікацію (кодування), трансляцію і експлікацію (реконструювання) цінностей та смислів культури в текстах культури, які виступають знаками і кодують різноманітну інформацію. Інформація, що розуміється як трансляція знання, мала велике значення у всіх суспільствах, починаючи з самих ранніх форм їх існування. Об'єктивізована у створюваних людьми знакових системах, соціально значуща інформація зберігалася, передавалася і освоювалася наступними поколіннями, завдяки чому її обсяг в історії суспільства постійно збільшувався, утворював динамічний світ соціо-культурної інформації, що вбирається в матеріальну оболонку текстів культури. У цьому сенсі будь-яку суспільну форму існування людської культури можна інтерпретувати як інформаційне суспільство. Текст культури як інформаційний феномен створюється в конкретному історичному типі суспільства, що живе за певними ціннісними критеріями. Створення, відбір, трансляція і інтерпретація текстів культури носить, перш за все, ціннісний характер, оскільки людська поведінка мотивується ціннісними орієнтирами, а знакова фіксація ціннісно-смислових підстав у текстах культури відповідає технологічному та інформаційному рівням розвитку суспільства. Тому кожен тип культури має свою комунікаційну специфіку, обумовлену

рівнем розвитку комунікаційних технологій.

Фіксація в мистецьких текстах цінностей і смислів культури і їх трансляція є однією з форм соціальних практик і нагальною потребою будь-якого суспільства незалежно від типу культури. З найбільшою повнотою цінності і смисли культури втілювалися в текстах, які фіксувалися носіями культури як класичні тексти, - тексти зразкові, показові в плані відображення аксіоматики культури, де класичний текст виступає як кодифікатор смислів і цінностей культури в різних типах культури: усній, письмовій, електронній, виходячи з особливостей кожного типу культури. В кодах і кодових модусах тексту мистецтва, функціонуючого в просторі культури, зафіксована ціннісно-смілова культурна динаміка, що дозволяє розглядати його як ціннісно-смілові корелянти культури і оптимальні складові комунікативної системи. Реалізація в тексті мистецтва «універсальних» і національних цінностей та смислів культури робить класичний текст, що виконує метаязикову, пізнавальну, регулятивну, комунікативну, інформаційну, естетичну, емотивну функції, структуруються основами культури незалежно від текстового носія.

На рубежі XX-XXI ст. відбулися глибокі, фундаментальні зміни в області сприйняття і репрезентації образотворчого мистецтва та художньої творчості, зумовлені впливом нових комп'ютерних технологій. Аналіз нових візуальних практик в сучасному мережевому середовищі, заснованих на інтерпретації творів образотворчого мистецтва дозволяє визначити сучасний мистецький контент як важливий феномен культурної комунікації.

В роботі було вирішено ряд наукових завдань. Досліджено місце і роль образотворчого мистецтва у віртуальному просторі в контексті розвитку культури рубежу XX-XXI ст. і позначені найважливіші зміни способів художнього виробництва і споживання, що надиктовані

розвитком цифрової сфери суспільства. Також було сформульовано дефініції і вивчена структура сучасного мистецького контенту, як найважливішого феномена культурної комунікації сучасного індивіда. Зокрема, визначено арт мем як один з елементів актуального культурного дискурсу, а також запропоновані принципи його класифікації. Зазначено феномен арт-селфі як способу персоніфікації художнього простору і арт-пойнту як способу семантичної інтерпретації художнього тексту.

На сучасному етапі суспільного розвитку більшість соціально значущих культурних процесів і явищ формується під впливом глобального інформаційно-комунікаційного середовища. Сьогодні інтернет перетворився на органічну сферу придбання та обміну культурного досвіду, візуальної взаємодії з величезним масивом інформації, яка формує специфічний тип споживання культурного контенту, поза яким вже неможливо уявити процес інкультурації сучасного індивіда.

Новий образний ряд, формат і структура сучасних цифрових технологій породжує якісно інші репрезентаційні форми і шляхи взаємодії з культурною спадщиною минулого. Змінилися як функції глядача і автора, так й способи побутування самого художнього твору. Новий спосіб ретрансляції культурного досвіду вносить істотні зміни в архітектуру самої текстури культури. Класичні художні твори, що широко представлені в інтернеті, існують поряд з новітніми формами екранних і мережевих мистецьких практик. В даний момент можна констатувати наявність масштабного процесу інтеграції сюжетів і образів традиційного та авангардного мистецтва в субкультурний простір мережевих спільнот і соціальних медіа.

Сучасні комп'ютерні технології зумовили цілий ряд істотних змін у сфері образотворчого мистецтва та, в першу чергу, надали можливість

трансформації творів мистецтва в цифровий контент. У зв'язку з цим змінилися соціокультурні чинники сприйняття художнього твору і реакції на нього. На даний момент мережевий простір стає новим полем осмислення мистецтва. На відміну від строго ієрархізованої системи художніх інституцій, він надає кожному користувачеві свободу висловлювання особистої позиції і можливість трансляції індивідуального естетичного досвіду. Нові медіа розширили призначені для користувача можливості аудиторії, включивши тисячі людей до числа художніх просьюмерів. Процес сприйняття мистецтва в мережевому просторі трансформувався, відтепер це активне виробництво образів, побудоване за принципом деконструкції.

Арт контент є сучасний спосіб презентації та інтерпретації образотворчого мистецтва в мережевому просторі, заснований на традиції апроприації та інтерпретації творів образотворчого мистецтва і активному використанні інформаційних технологій. Сучасний арт контент є важливим каналом інкультурації індивіда, реалізуючи альтернативні образні моделі і інтерпретаційні схеми. Арт контент представлений в мережевому середовищі в двох основних формах: не модифікований і модифікований.

Модифікований арт контент являє собою сукупність веб-контенту, в якому твори образотворчого мистецтва представлені у своїй традиційній формі. Їх інтерпретація може узгоджуватися або не узгоджуватися з загальновизнаною в мистецтвознавстві та культурології позицією, але існує «окремо» від твору, який сам по собі не піддається зміні. Модифікований арт контент являє собою сукупність веб-контенту, в якому твори образотворчого мистецтва зазнають зовнішню трансформацію і різного роду зміни.

Лібералізуюча місія цифрового способу об'єднує користувачів всього світу в активному творчому діалозі з мистецтвом. Сучасні масові

арт практики відрізняє наступне: створення полемічної взаємодії між різними смисловими шарами зорового образу, художня гра з цінностями, еталонами і символами культури, атака на офіційний владний дискурс, який регламентує відносини зі сферою музейного мистецтва.

Основною одиницею інформації, сукупність яких утворює мистецький контент, є арт-пост. Арт-пост - це конкретна форма існування арт контенту в інтернет-просторі. Формою подання модифікованого арт контенту в просторі сучасної мережевої комунікації є арт мем. Мем - це одиниця культурної інформації (ідея, образ), що зазнала копіювання, імітації та ретрансляції. Арт мем - це мережевий інтернет-мем, який містить певний мистецький контент.

Арт меми можна розглядати як одну зі спроб адаптувати класичні твори мистецтва до мережевого формату комунікації, що вживається масовим глядачем. Відповідно, вони грають важливу роль у виробництві і відтворенні художньої культури, їх відрізняє експериментальний і інтерактивний підхід до творчості, створення нових смислових полів та естетичних тенденцій. Продукт творчої діяльності масових дискурсивних практик поєднує в собі одночасно симуляції і творчий характер. Вивчення їх образної специфіки і художніх особливостей представляє інтерес у справі осмислення масового феномена сучасної культури.

В основу класифікаційних схем сучасних арт мемів покладено принцип аналізу різних сторін процесу конвертації художніх творів в нову одиницю культурної інформації. Основні класифікаційні схеми арт мемів розрізняють: за способом контакту з художнім твором; за способом зміни візуальної структури твору; за характером модифікації твору; за метою створення арт мемів; за ціннісним потенціалом; за ступенем охоплення в рамках міжкультурної комунікації; за ступенем оригінальності рішення; за рівнем професіоналізму автора; за

характером взаємодії між автором мема і твором.

Мережеві автори, використовуючи сучасні цифрові засоби і художньо-естетичними стратегії, своєрідно працюють над вирішенням ряду проблем сучасної візуальної онтології, таких як: втрата автентичності цифрового зображення, перенасиченість медіа-середовища візуальним контентом, кореляція масової та елітарної культури і багатьма іншими. Все це свідчить про важливі трансформаційні процеси художньої комунікації в сучасному суспільстві.

Аналізуючи виконувани соціокультурні функції і роль арт мемів у формуванні ментальності сучасного індивіда, були виділені дві основні семантичні категорії: арт-селфі і арт-пойнт. Арт-селфі - тип арт мема, основним завданням якого є вираження ставлення до художнього об'єкту в зв'язку з особистістю автора. Провідним компонентом тут є естетика та афект сприйняття - чуттєвий. Арт-селфі фіксують модус присутності індивіда і репрезентують його оточуючим. Арт-пойнт - тип арт мема, основним завданням якого є вираження певного значення. Провідним компонентом тут є семантика, афект сприйняття - інтелектуальний. Арт-пойнт декларує певну думку, громадську позицію, соціальний зміст. У даному випадку домінує перформативність досвіду спілкування з мистецтвом, активність сприйняття, освоєння поля мистецтва шляхом художньої трансформації.

Нові напрямки досліджень відкриває принципова новизна і недостатня вивченість ролі і місця феномена модифікованого арт контенту в сучасному культурному дискурсі. Мистецький контент, що виникає в результаті стихійної активності користувача у модифікуванні мистецьких текстів минулого трансформує старі і генерує принципово нові візуальні схеми, наслідком чого є переосмислення мистецької спадщини минулого в свідомості інтернет-аудиторії. У зв'язку з цим,

важливим є аналіз причин художньої активності мережевих авторів, напрямки розвитку нових візуальних конструкцій і прийомів цифрових художніх практик, методик формування певних культурних уявлень і реакцій в інтернет-аудиторії, розробка адекватних методів оцінки їх художньої значущості та вироблення критеріїв і рівнів оцінки «продуктів», що виникають. Сформована завдяки комп'ютерним технологіям естетика цифрової культури визначає специфіку існування сталого художнього твору в рамках іншої художньої парадигми сучасності. Феномен арт мема, що виник під впливом постмодерністської естетики, в рамках метамодернізму знаходить нові ціннісні установки і естетичні характеристики.

За підсумками даного дослідження була запропонована розгорнута класифікація і типологія сучасного мистецького мережевого контенту, що є важливою складовою частиною цифрової культури сучасності. Незважаючи на те, що контури нової візуальної реальності знаходяться в процесі становлення, їх магістральні лінії розвитку піддаються культурологічно-мистецтвознавчому прогнозування, що відкриває подальші перспективи наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 15 інстаграмов, посвящених абстрактному мові архітектури.
URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/entertainment/art/223427-urban-geometry>.
2. Алферова З. Репрезентація візуального мистецтва: парадокси постмодерні // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті. Харків, 2006. Вип. 4/6. С. 91–94.
3. Алферова З. Межі видимого. Становлення візуального мистецтва : монографія. Харків : ХДАК, 2008. 268 с.
4. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. Москва: Прогресс, 1989. 616 с.
5. Барт Р. Основы семиологии / Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. Москва: Прогресс, 2000. С. 245-310.
6. Бахтин М.М. Проблема текста: опыт философского анализа / Вопросы литературы. 1976. 10. С. 122-151.
7. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. Москва: Книга по требованию, 1986. 445 с.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. Москва: Academia, 2004. 783 с.
9. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Учение о подобии : медиаэстетические произведения. Москва, 2012. С. 190—234.
10. Библер В.С. Основы программы / Школа диалога культур: основы программы. Кемерово: АЛЕФ, 1992. С. 5-38.
11. Бурдьё П. Социология социального пространства. Москва : Ин-т эксперим. социологии ; Санкт-Петербург : Ист. кн. Алетейя, 2005 (ГУП Тип. Наука). 288 с.

12. Бурлака В. Історія образу / Історія образу. Мистецтво 2000-х. Київ : Фонд підтримки візуальних досліджень, 2011. 206 с.
13. Герман Л., Ланько М. Неформальні мистецькі простори Західної України. Львів–Ужгород 1993–2013. Київ : NIICE Publishing, 2014. 133 с.
14. Гройс Б. Е. Комментарии к искусству. Москва: Худож. журн., 2003. С. 34.
15. Гройс Б. О музее современного искусства / Гельман галерея: галерея. Художники. Пресса. Электрон. дан. [Б. м.], 1999. URL: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx23/x2307.htm>.
16. Деррида Ж. О грамматологии. Москва: Ad Marginem, 2000. 512 с.
17. Докинс Р. Эгоистичный ген; пер. с англ. Н. О. Фоминой. Москва: Мир, 1993. 317 с.
18. Искусство и кроссовки <https://www.gq.ru/style/when-do-sneakers-become-art>
19. Енциклопедія постмодернізму. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 503 с.
20. Кнабе Г.С. Семиотика культуры: конспект учебного курса. Москва: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2005. 63 с.
21. Краусс Р. Холостяки. Москва: Прогресс-Традиция, 2004. 142 с.
22. Кримп Д. На руинах музея. Москва: Фонд V-A- C, 2015. 431 с.
23. Кристева Ю. Семиотика: Исследования по семанализу. Москва: Академический Проект, 2013. 285 с.
24. Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения: из записных книжек разных лет. Ленинград: Сов. писатель, 1989. 608с.
25. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Санкт-Петербург: Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. 416 с.
26. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. Санкт-Петербург: Ювента, Наука, 1999. 606 с.

27. Михальчук В.В. Художні галереї і візуальне мистецтво новітніх технологій // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : зб. наук. праць. № 1. Київ : НАКККіМ, 2014. С. 148–153.
28. Степин В.С. Культура / Вопросы философии. 1999. № 8. С. 61-71.
29. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Москва: Ультра Культура, 2003. 368 с.
30. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. Москва: Республика, 1998. 413 с.
31. Тоффлер Э. Третья волна. Москва: АСТ, 1999. 464 с.
32. Уоттс Д. Здравый смысл врет. Почему не надо слушать свой внутренний голос. Москва: Эксмо, 2012. 335 с.
33. Фильтр или искусство: Художники и иллюстраторы о приложении Prisma / Wonderzine. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/entertainment/art/219173-prisma>.
34. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Москва: Прогресс, 1977. 488 с.
35. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. Москва: Республика, 1993. 445
36. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: Сб. переводов и рефератов. Минск: Изд – во ООО «Красико-принт», 1996. С. 48 – 73.
37. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Санкт-Петербург: Петрополис, 1998. 432 с.
38. Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир. Вильнюс : ЕГУ, 2010. 534 с.
39. Юнг К.Г. О психологии бессознательного. Личное и сверхличное, или коллективное, бессознательное // Психология бессознательного. Москва: ООО «Издательство АСТ-ЛТД», «Канон +», 1998. С. 70-85.

40. Яковлев О.В. Мистецтво в системі мережевих комунікацій ХХІ століття // Наукова атрибуція творів мистецтва, експертиза та оцінка культурних цінностей. Київ: НАКККиМ, 2019. С.153-157.
41. Яковлев О.В. Теорія та практика соціокультурного проектування в мистецтві. Київ: НАКККиМ, 2018. 196 с.
42. Alexander J. C. Iconic experience in art and life: surface/depth beginning with giacometti's standing woman // Theory, culture & society. 2008. Vol. 25, N 5. P. 7-9.
43. Ashton G. Medieval Afterlives in Contemporary Culture. Bloomsbury Academic, 2015. 368 p.
44. Boehm G. Wie Bilder Sinn erzeugen: die Macht des Zeigens. Berlin : Berlin Univ. Press, 2007. 520 p.
45. Collins R. Lego // Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/18009875/Lego>.
46. Dave Pollot. URL: <http://www.davepollot.com>.
47. Drucker P.F. The New Realities. Oxford: ButterworthHeinemann, 1996.
48. Eco U. Unlimited semiosis and Drift: Pragmaticism vs. «Pragmatism» // The limits of Interpretation. Indiana University press, 1990. P. 42
49. Facebook won't let this artist post images of Louvre nudes. // Dazed. URL: <http://www.dazeddigital.com/photography/article/20843/1/facebook-wont-let-this-artist-post-images-of-louvre-nudes>.
50. Hamada J. Remake: master works of art reimagined hardcover. San Francisco : Chronicle books, 2015. 128 p.
51. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Societyt. Princeton (NJ), 1990.
52. Islekel Ege. URL: <http://www.egeislekel.com>.
53. Josemanuelballester. URL: <http://www.josemanuelballester.com>.
54. If Art Could Talk. URL: www.ifartcoudtalk.com.

55. JuliendeCasabianca Outings Project. URL: <http://www.outings-project.org/process>.
56. Карпов V.V. Medieval and contemporaneity world-visual and art parallels // Вісник НАККіМ № 2. Київ: НАКККіМ, 2018. С. 177-183.
57. Kondakov Alexey // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/alexey.kondakov.48>.
58. Lacan J. The seminar of Jacques Lacan: Vol. II. New York : Norton ; Cambridge ; Malden : Polity press, 1988. P. 54.
59. Left March // Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/32479451/Left-March>.
60. Mitchell W. J. T. What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images. Chicago ; London : Univ. of Chicago press, 2005. 380 p.
61. Monalisa.gallery // Instagram. URL : <https://www.instagram.com/monalisa.gallery/> (дата обращения: 10.10.2017).
62. Museum Hack Reactions. URL: <https://museumhack.com>.
63. Old Masters Playmobil Paintings - 31.07. 2014. // DesignStack.co URL: <http://www.designstack.co/2014/07/old-masters-playmobil-paintings.html>.
64. REILLY. URL: <http://heyreilly.com>.
65. Street stone // Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/4461401/-Street-stone>.
66. Žižek, S. How to read Lacan. New York: W.W. Norton & Co., 2007. 132 p.
67. The museum's ghosts // Andrés Wertheim Photography. URL: <http://www.andreswertheim.com/index.php?idioma=en#/galerias>.
68. Trick Art Museum. URL: <http://www.trickart.jp/en>.
69. Yakovlev O. The Communicative Characteristics of Fine Art of the Beginning of the 21st Century // Cultural and arts studies of national academy of culture and arts management : collective monograph. Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2019. 220 p.