

ЦИФРОВИЙ ФОТОДИЗАЙН В КОНТЕКСТІ МИСТЕЦТВА ПОСТМОДЕРНОЇ КУЛЬТУРИ

Бондаренко С.Д., Член Спілки дизайнерів України, старший викладач

Видавничо-поліграфічний інститут НГУУ „КПІ”, м. Київ

Анотація. Історична поява нових технологій корегує класичні художні процеси та створює нові художні практики. Фотодизайн це мистецтво постмодерної культури, що синтезувало теоретичний доробок класичного мистецтва з практикою цифрових технологій.

Ключові слова: фотодизайн, мистецтво, постмодерна культура, комунікація, масова культура.

Аннотация. Бондаренко С.Д. **Цифровой фотодизайн в контексте искусства постмодерной культуры.** Историческое появление новых технологий корректирует классические художественные процессы создавая новые художественные практики. Фотодизайн это искусство постмодерной культуры, которое синтезировало теорию классического искусства с практикой цифровых технологий.

Ключевые слова: фотодизайн, искусство, постмодерная культура, коммуникация, массовая культура.

Annotation. Bondarenko S.D. **Digital photodesign, as segment of postmodern culture.** History make a new technologies which has a big influent on art process, in other hand make a new art practices. Photodesign it is art of post modern culture, which compare theory of classic art and practice of digital technologies.

Keywords: photodesign, art, post modern culture, communication, massive culture.

Постановка проблеми. Соціально–історичні трансформації суспільства змінюють усталені рамки творчих процесів. Поява сучасних концептуальних мистецьких парадигм вимагає дослідження цих нових форм та принципів творчості, осмислення їх історичного розвитку. Сьогодні, у час „високих технологій”, інформатизація суспільства змінює ставлення до багатьох традиційних культурних парадигм, відкриває нові мистецькі обрії та системи соціальної комунікації. На тлі такого стану, масштабність проблеми для наукового аналізу представляють історичні витоки, мистецькі та технічні аспекти цифрового фотодизайну, як самостійної художньої практики постмодерної культури.

Аналіз публікацій з поставленої проблеми. На цей час накопичилося багато дослідницького матеріалу пов’язаного з теорією та практикою фотомистецтва, теоритичними та практичними доробками з проблем дизайну. Нажаль, системних праць, пов’язаних з концептуальними положеннями цифрового фотодизайну, дуже мало. Більшість наукових публікацій знаходяться у вигляді окремих статей і висвітлюють певний аспект цієї проблеми, наприклад стаття В.Соловйова “Елементи теорії фотодизайну” [1].

Загальні проблеми сучасного мистецтва України широко висвітлюються у мистецтвознавчому доробку Г. Скіяренко [2].

Дослідження формування мас-медійного простору переважно лежать у площині відомих концептів Г. Маркузе [3], Е.Тоффлера [4].

Серед дослідників сучасної культури та мистецтва можна назвати Ж. Дерріда [5], Ж. Ліотара [6], Ж. Бодріяра [7], Ж. Дельоза [8], Х. Ортега-і-Гассет [9].

Мета публікації. В межах даної публікації обґрунтувати появу та становлення цифрового фотодизайну як самостійної художньої практики постмодерної культури.

Стаття виконана за планом НДР Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ „КПІ”.

Результати дослідження. Загальна панорама культури XXI століття дуже строката. Ще й сьогодні людство має осередки прадавньої культури мисливців та збирачів, які є носіями традиційної архаїчної культури. Але частина людства, подолавши відстань між пракультурою та сьогоденням, досягла стадії глобальної інформаційної спільноти. Тому майбутнє вже не уявляється без модернізації інформаційних систем та технологій. Інформаційне забезпечення розгалужена інформаційна інфраструктура сьогодні є базовим компонентом при економічній, політичній, освітній та мистецькій діяльності. Комп’ютерна революція — глибинний і різнобічний поворот у розвитку людства, що пов’язане з ростом продуктивних сил, широким використанням техніки і науки у виробництві. Цей етап розвитку людства характерний тим, що завершується становлення техногенної (постіндустріальної) цивілізації у надрах якої утворюється те, що сьогодні називають інформаційним суспільством. На наших очах історія людства стає глобальною. Цілком зрозуміло, що внаслідок потужного розвитку, сучасна глобалізована культура впливає на архаїчну культуру багатьох народів світу. В цих умовах актуальність дослідження комунікативно-інформаційних технологій набуває значення стратегічних пріоритетів для держав, які прагнуть до інтеграційних процесів.

Розбудовуючи системи комунікації, Україна залучається до світового інформаційного поля, яке стає об’єднуючим фактором сучасного розвитку людства. Тому характер відносин між технологічними та культурно-соціальними складовими цього процесу впливають на стандартизацію форм комунікаційного середовища. Такі процеси стають домінуючою формою сучасної культури, оскільки інформативно-комунікативне поле стає середовищем, яке корегує світосприйняття та мотивації людської спільноти.

Збільшення обсягу інформаційного поля вже само по собі сприяє його візуальній організації. Можна стверджувати наступне: інформація, яка набула візуального вигляду, зчитується і засвоюється швидше ніж інші форми інформаційного кодування. Так званий «месидж» (message) або авторське емоційне послання, яке за допомогою візуальних образів (візуальної інформації), легко переборює мовні бар’єри між різними людьми, формує загальний інформаційний простір єдиного культурного поля [10].

Жодний мистецький артефакт не позбавлений *смиислового*, а від так інформаційного контексту. Ця теза знайшла своє класичне відображення ще у Платона, в його символічній інтерпритації поняття “мімесіс”, як мистецької репрезентації навколишнього світу [11].

Протягом історії мистецтво та наука спонукали до появи пристроїв точного копіювання навколишнього світу. З появою цих апаратів у мистецтві з'являються і нові художні практики. Так з'явилася фотографія, а потім цифрова фотографія та цифровий фотодизайн. Таким чином, мистецтво поступово змінює свої традиційні засоби та функції. Домінуючим критерієм мистецького авангарду стає зв'язок з високими технологіями. Безумовно, техніка супроводжує людину протягом майже всієї історії, але завдяки колосальному науково-технічному „прориву” в наш час виникає нагальна потреба розуміння сучасних реалій впливу техніки на мистецтво. У цьому зв'язку показово є творчість Енді Уорхала (Анжей Вархола 1928 – 1987), який створював живопис на основі фотографії, взявши не „натуру”, а фотографію за об'єкт натхнення [12,13].

Як відомо, постмодерна культура народилася на зламі модерністичних ідеалів та стрімкого розвитку цифрових технологій. Вона характерна тим, що на перший план виступило не “товаровиробництво” (production economy), а “обслуговуюча економіка” (service economy). У державах з розвинутою економікою, у постмодерну добу, основною сферою зайнятості стає не тільки і не стільки промисловість, а сфера послуг. Суспільні відносини таким чином майже тотально стають сферою різноманітних послуг. Промислова перенасиченість товарами приводить до парадоксальної ситуації коли річ не має сталого ціннісного еквіваленту, а її вартість змінюється в залежності від сформованого іміджу. За таких обставин трансформуються сталі цінності та соціальні орієнтири людини, тому що зміст речі або ступінь корисності визначається не споживчою необхідністю, а “брендом”.

Що ж допомагає сформувати імідж? Якщо не занурюватись у глибини питання, то відповідь доволі проста, це візуальна інформація. Людина отримує майже 90% інформації про навколишній світ за допомогою очей, тому візуальна інформація важливий чинник додаткової вартості об'єкта. Наприклад: об'єкти, які виглядають більш привабливо мають більшу рейтингову оцінку, ніж такі самі об'єкти, які за іншими параметрами тотожні. Висновок: якщо об'єкти виглядають “красивіше” то вони і коштують дорожче, а “красиве” або “некрасиве” це термінологія мистецтва. Такі обставини спонукали до появи нового феномена, який синтезував мистецтво та інженерну діяльність і отримав назву дизайн. Таким чином дизайн – це універсальний мистецький інструмент за допомогою якого формується додаткова вартість продукту.

Сучасний дизайн - це невід'ємна складова суспільного життя (політичний дизайн, промисловий дизайн, ландшафтний дизайн, фотовідео дизайн, мода), це найбільша художня практика за чисельністю та мистецьким формотворенням.

Як зазначає Є. Тоффлер: “Оскільки задовольняються все більше і більше основних потреб покупців, можливо твердо прогнозувати, що економіка буде ще енергійніше йти на зустріч тонким, різним й глибоко персональним потребам покупця, потребам в гарних, престижних, глибоко

індивідуалізованих і чуттєво приємних для нього продуктах. Виробничий сектор спрямує ще більше ресурсів на свідому розробку психологічних особливостей продукції, яка приносить задоволення споживачу. Психологічна складова товару буде ставати все найбільш важливою” [14].

Феномен нової мистецької практики, а саме фотодизайну полягає у тому, що за допомогою цифрових технологій можливо не тільки фіксувати навколишню дійсність, а й змінювати її таким чином, що глядач не помічає “візуального дизайну” зображення. Як мистецька практика фотодизайн має достатньо “гнучкий” інструментарій для того, щоб стилізувати зображення або візуальну інформацію під будь-яке завдання, що сформоване в тому чи іншому мистецькому проекті. Потенціал фотодизайну настільки потужний що може повною мірою задовольнити життєво важливу потребу людини в причетності до барвистих емоційних світів, до переживання високої амплітуди почуттів, що перевершують рутинність і заорганізованість повсякденного життя.

Таким чином можливо стверджувати, що “масовий споживацький ринок” дає змогу існувати та розвиватися цифровому фотодизайну як мистецькій практиці. На жаль, спрощене уявлення про “масовий ринок” і досі домінує у вітчизняних культурологічних дослідницьких працях. Його визначення носить негативний відтінок, але ця тільки негативна теза не пояснює, принаймні, причини набуття цим явищем всезагального характеру. Монолітна “негативна маса” навіть при поверхневому неупередженому розгляді розпадається на безліч різноманітних глядацьких аудиторій [15]. “Масова культура” — це не обов’язково низький рівень мистецтва, розрахований тільки на примітивно мислячих людей. Скоріше за все це своєрідний художній ринок, де можливе і потрібне “справжнє мистецтво”, але для цього, напевно, повинні використовуватись нові сучасні художні технології, до яких вже звикла соціально адаптована “людина маси”.

Цю тезу в повній мірі підтверджує А. Захаров: “Сучасна історія мистецтв свідчить, що протиставлення “високого” і “низького”, елітарного та масового не являються абсолютним. У самій масовій культурі також можна виділити зразки, що мають стильові ознаки “високого” та “низького” жанрів, але ще більше їй властиве заперечення подібних протиставлень, навмисний зсув стилів” [16].

Процес становлення в Україні фотодизайну, як виду дизайнерської творчості, обумовлений загальною тенденцією зміни акцентів у художніх практиках інформаційного суспільства. Попит на фотодизайнерську продукцію та доступність технічних і програмних засобів призвело до того, що цифровий фотодизайн став невід’ємною частиною багатьох прикладних сфер творчої діяльності: видавничої сфери, рекламно-презентаційної сфери, Інтернет, навчально-просвітницької сфери, комп’ютерного та розважального мистецтва.

Загальноновживаний термін “розважальне мистецтво” сьогодні синонімічно з терміном “дизайн” і на пострадянських теренах. З цього приводу хотілося процитувати відому дослідницю сучасного українського мистецтва Г. Склярєнко: “...поняття “дизайну”, тобто естетичного оформлення людських

потреб та функцій, все більше розширюється, втягуючи в сферу свого виробництва найрізноманітніші галузі мистецтва. Невипадково дослідники говорять сьогодні про “розважальне” та “аналітичне” мистецтво, де перше, як і дизайн, виконує функції “задоволення найрізноманітніших людських потреб”, інше ж – тематизує нову художню проблематику” [17].

Плюралістичність цінностей, яку утвердила в культурі постмодерністська доба, для українського мистецтва стає чи не найголовнішим питанням самовизначення мистецьких орієнтирів. Умови тотальної інформатизації вносять зміни в класичні форми мистецтва та створюють нові синтетичні форми мистецьких практик. Одна з таких практик - цифровий фотодизайн, який поєднує досвід чотирьох століть класичного мистецтва та нові “цифрові пензлі та фарби”.

Як зазначає Б. Гройс: “У наші дні естетичні критерії напряму використовуються в контексті товарного виробництва і мас-медіа, тобто інтегруються в матеріальне виробництво в якості дизайну. Як такі ці художні продукти, що не є при цьому творами мистецтва, очевидно, вже не відповідають логіці художньої системи, адже вони створюються, демонструються і використовуються у відповідності до інших, прагматичних критеріїв. Між тим, спорідненість між виробами дизайну та творами мистецтва через матеріальність і одних, і других зберігається повз всі системні кордони” [18].

Висновки. Багатогранність культурологічного підходу до осмислення проблеми сучасних мистецьких парадигм полягає у тому, що предметом такого аналізу одночасно є як нові технології мистецтва, так і нове світосприймання людиною оточуючої дійсності. З прискоренням темпу та ритму життя збільшується швидкість зміни образів в оточуючій дійсності. Це не може не впливати на технічні аспекти мистецтва. Утворення нових «зон» масової культури, а також руйнування стереотипів класичного мистецтва, створює соціальну мотивацію для пошуку нового інструментарію в царині художніх практик. На думку автора цикл класичної мистецької еволюції завершується, аби знову розпочатися цифровою історією мистецького генія. Визначивши фотодизайн через його кінцевий продукт та споживацьку цінність у соціально-культурній площині можливо стверджувати, що саме цифровий фотодизайн, маючи потужний арсенал “цифрового інструментарію” та теоретичний доробок класичного мистецтва, стає репрезентантом та домінуючою художньою практикою постмодерної культури.

Подальші дослідження. Дана публікація являє собою продовження роботи по дослідженню нових мистецьких практик у постмодерній культурі та передбачає висвітлення нових питань у напряму вивчення проблем фотодизайну.

Література:

1. Соловйов В. Елементи теорії фотодизайну // Вісник КНУТД, К.: Вид-во КНУТД, 2005.– №4.
2. Складенко Г. На берегах. Нотатки до українського мистецтва ХХ століття. Збірник статей. Передмова М.Р. Селівачова. – К.: Софія.– 2007.– 336 с.

3. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества / Г. Маркузе. – Киев:REFL-book, 1994. – 368 с.
4. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2002. – 557 с.
5. Деррид Ж. Эссе об имени. Перевод с французского Н. А. Шматко. М., Институт экспериментальной социологии, СПб, “Алетейя”, 1998, -190 с.
6. Лиотар Жан-Франсуа. Состояние постмодерна. –М.: Алетейя”, 1998,–160 с.
7. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000.–387с.
8. Делез Ж.. Логика смысла. – М.: Академия, 1995.– 298 с.
9. Ортега-и-Гассет Х. “Дегуманизация искусства” и другие работы: Эссе о литературе и искусстве: Сборник /Пер. с исп. – М.: Радуга, 1991– 639с.
10. Бондаренко С. Комунікативне поле постмодерного мистецтва. \НАОМА: дослідницькі та науково-методичні праці, 2007.– №14.
11. Платон. Сочинения в 3-х томах. – М., 1968–1971, т. 1, С.482.
12. Уорхол Э. „Философия Энди Уорхола”. – М.: Д.Аронов, 2001.– 256 с.
13. Хоннеф К. Поп-Арт. – М.: Арт– Родник, 2005.– 95 с.
14. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2002. – С.248.
15. Dunlop John.T., Automation and Technological Change. (Englewood Cliffs, NJ.: Pentice-Hall, 1962.)
16. Захаров А. Массовое общество и культура в России: социально типологический анализ \ Вопросы философии. 2003.– №9.
17. Скляренко Г. На берегах. Нотатки до українського мистецтва ХХ століття. Збірник статей. Передмова М.Р. Селівачова. – К.: Софія.– 2007.– С.183.
18. Гройс Б. Коментарии к искусству. –М., 2003. – С.68.

Надійшла до редакції 9.04.2009