

РАИСА ШУЛЬГА,

доктор философских наук, ведущий научный сотрудник отдела социологии культуры и массовых коммуникаций Института социологии НАНУ (01021, Киев, ул. Шелковичная, 12)

RAISA SHULGA,

Doctor of Sciences in Philosophy, Leading Research Fellow at the Department of Sociology of Culture, Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine (12, Shovkovychna St., Kyiv, 01021)

rashulga@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5302-3669>

Дополненная реальность в реалиях функционирования искусства

С феноменом дополненной реальности сегодня можно встретиться в разных сферах жизни. Особенно это стало заметно в области культуры. В частности, наличие дополненной реальности является значимым фактором в создании и внедрении в практику новых форм музейных экспозиций. Благодаря достижениям информационных технологий (ИТ) появляется возможность помочь посетителю погрузиться в атмосферу времени, к которому относится то или иное произведение, почувствовать и пережить его ценностное наполнение. Воспроизведенный благодаря дополненной реальности историко-культурный контекст эпохи помогает максимально приблизиться к реализованному в произведении замыслу художника. Таким образом, человек приобретает значимый художественный опыт, выходит на новый содержательный уровень в общении с искусством.

Собственно понятие «дополненная реальность» вошло в научный оборот в 1990-х годах. Этому предшествовали революционные разработки в области компьютерных технологий. С начала 1960-х годов технические возможности создания виртуальной реальности и наложения ее на картины соответствующей действительной реальности постоянно совершенствовались. Результатом данной операции стала дополненная реальность, или AR (Augmented reality). «Дополненная реальность — это среда, в реальном времени дополняющая физический мир, каким мы его видим, цифровыми данными с помощью каких-либо устройств — планшетов, смартфонов или других, и программной части» [AR — Дополненная реальность, s.a.].

То есть дополненная реальность — это когда виртуальные объекты спроецированы на реальную среду. Однако есть основания полагать, что в опре-

Цитирование: Шулъга, Р. (2021). Дополненная реальность в реалиях функционирования искусства. *Социология: теория, методы, маркетинг*, 3, 146–166. <https://doi.org/10.15407/sociology2021.03.146>

деленном смысле дополненная реальность как явление, даже как своего рода технология появилась в общественной практике задолго до компьютерной эры. Человечество в течение тысячелетий накопило немалый опыт и достигло в этом деле значительных успехов.

В частности, подобные практики еще в древности помогали человеческому сообществу бороться с угрозами окружающей реальности, преодолевать страх смерти и безысходность перед силами природы, мобилизоваться в борьбе за выживание. Речь идет о магии, мифах, религии, идеологии и т. п.

Так, встроенность мифологической составляющей дополненной реальности в жизнь сообщества можно не только понять, но и почувствовать, находясь среди руин античных городов — Помпеев в Италии, Нима во Франции, как и, разумеется, еще более древних греческих памятников на Крите, Делосе, Кикладах. Культовые сооружения, скульптуры богов и героев предстают как организующее начало общественного пространства, задавая человеку векторы мироощущения и мироотношения.

Особо стоит подчеркнуть, что дополненная реальность — это необходимая составляющая жизни, которая обеспечивает психологическую защиту личности в процессе восприятия жизненных реалий. Эти предпосылки обуславливают целесообразность рассмотрения этого понятия как обозначающего особое явление, которое заслуживает внимания исследователя.

Очевидно также, что дополненная реальность в информационных технологиях в своих задачах отличается от дополненной реальности, создававшейся в символических практиках. В первом случае она является инструментом, расширяющим техническую способность человека в режиме реального времени взаимодействовать с окружающим миром. Во втором — дополненная реальность, созданная магией, мифом, религией, разворачивается как глубинная составляющая социокультурных отношений, которая могла решать и решала определенные важные проблемы онтологического, социального, психологического порядка. Она отвечала за создание желаемого виртуального мира. Дополненная реальность — это особый механизм преодоления разного рода угроз, возникавших перед человеком и общностью.

Поэтому можно говорить о двух типах дополненной реальности. Один — технологический — расширяет способность человека взаимодействовать с природной и социальной данностью, причем, что важно, в режиме реального времени. Второй тип дополненной реальности — бытийный — углубляет отношения человека с миром, с жизнью, с прошлым, настоящим и намечает контуры будущего. В разные исторические времена за создание этого типа дополненной реальности, как уже отмечалось, отвечали магия, миф, религия, а позже — и идеология.

Искусство занимает особое место в создании дополненной реальности. Понятно, что за несколько тысячелетий изменились специфические возможности искусства, да и само искусство, а точнее художественная и изобразительная деятельность по конструированию иной реальности. Но тот факт, что именно эта деятельность изначально возникла для создания дополненной реальности, остается фактом. Наряду с прочим она устанавливала рамки добра и зла, то есть определяла ценностный континуум культуры, и очерчивала границы бытия. Чтобы сообщество могло выжить, его членам следовало верить в действительность конструируемой реальности.

Кроме того, речь идет о задаче расширения жизненного пространства, даже если это жизнь после смерти. Известно, что потусторонняя жизнь для человечества в течение многих тысячелетий воспринималась как более реальная, а то и более значимая, нежели физически прожитое время.

Послежизненное измерение можно рассматривать как дополненную реальность, которая придавала или же предписывала смыслы реальной жизни, очерчивала ее ценностные параметры. Создание дополненной реальности в качестве разновидности символической деятельности структурировало мир, данный человеку, привносило в естественный хаос алгоритмы упорядоченности и предсказуемости.

Можно сказать, что в ряду разновидностей символической деятельности искусство стоит несколько в стороне. Разумеется, речь идет о многоуровневой специфике искусства — о его способности нивелировать расстояние между человеком и данным ему миром, помогать осваивать его, давая ощущение власти над бытием, преодолевать жизненные трудности и т. п.

Следует добавить, что арсенал средств, которыми оперирует художественная деятельность, был также вовлечен в ценностно-поведенческую регуляцию, которую осуществляли в разные эпохи другие формы общественного сознания. Искусство воплощало установки, которые транслировались доминирующими формами общественного сознания той или иной эпохи, в чувственные образы, вызывавшие социально значимые переживания и представления. Эти образы убеждали в реальности картины мирового порядка в представлении дополненной реальности.

Однако действительную роль искусства в общественных практиках определить непросто. Ведь многие положения теоретических обоснований зачастую опираются скорее на добрые намерения и веру в «волшебную силу искусства». Обусловленность функционирования искусства историческими, социокультурными факторами, наличие возможностей приобщения к художественному продукту потребителя, особенности восприятия — все это учитывалось далеко не всегда.

Важно также обратить внимание на одно обстоятельство, которое обозначилось в теоретическом анализе существующих практик. Здесь нередко возникает методологическая коллизия, когда с введением новой дефиниции внимание научного сообщества фокусируется преимущественно на дискуссии вокруг самой дефиниции, то есть на гносеологическом аспекте, а не на явлении как таковом. И часто случается так, что собственно явление остается где-то на исследовательской периферии. Что же касается специфики дополненной реальности в искусстве, то наблюдается несколько иная ситуация. Явление это как таковое давно привлекало внимание, но истолковывали его в разные времена в иных понятиях и определениях. Поэтому фиксацию дополненной реальности можно увидеть в рассуждениях о присущих искусству возможностях образного воплощения реальности, о способах художественного отражения мира и эстетическом идеале как важнейшей цели искусства.

Процесс репрезентации искусством дополненной реальности испытал такую же трансформацию, как и процесс институционализации искусства в обществе. Искусство прошло долгий путь к обретению статуса самодостаточной сферы в обществе. Но при этом и сервисная его функция, изначально опреде-

лявшая место искусства на ранних стадиях становления общества, не утрачена полностью и в видоизмененных формах сохраняется до наших дней.

Искусство как часть социокультурного процесса

Как известно, по своей природе искусство — это социокультурное явление, к тому же исторически обусловленное. Это означает, что, подобно всем другим видам деятельности, оно было вовлечено в выполнение задач, встававших перед общностью в определенный исторический период. Исторически обусловленным было и отношение к искусству.

Есть примеры, когда в искусстве даже усматривали угрозу общественному здоровью. Здесь, в первую очередь, необходимо вспомнить Платона, который обосновывал необходимость жесткого регулирования потребления определенных видов искусств и его жанров для разных слоев древнегреческого общества. Мыслитель древности утверждал, что искусство способствует деградации части современного ему общества, погруженного в расточительный образ жизни. Ведь именно искусство занимало важное место в развлечениях, которые для свободнорожденных греков составляли привычное времяпрепровождение. Платон, пожалуй, первым привлек внимание к таким негативным аспектам приобщения к искусству.

Восемь столетий спустя Отцы Церкви в Византии, как бы странно это ни звучало, в определенной мере были солидарны с Платоном. Подобно древнегреческому мыслителю, они крайне отрицательно относились к гедонизму, который был одним из важных аспектов античного искусства. Они также не воспринимали присущее ему стремление воспроизводить идеальные телесные формы. Эти стороны языческого, как считали в Византии, искусства не вписывались в догмы христианства. Эстетический идеал эпохи воплощал аскетизм в виде служения и любви к Богу.

Нужно учитывать, что религия и идеология всегда были бескомпромиссны в регулировании поведения и общественных настроений, в отстаивании своих позиций от внешних влияний, и весьма упорны в их внедрении в общественное и индивидуальное сознание. И часто это происходило в достаточно жесткой форме — вплоть до репрессивных санкций.

В свою очередь, уже критики церкви и строгой идеологической цензуры со стороны власти, французские просветители «поручили» функции управления обществом искусству. Однако, передавая функции по регулированию поведения и мышления искусству как «мягкой силе», они, не осознавая того, «встраивали» искусство в те же жесткие социальные конструкции, которые обеспечивали в свое время религии и идеологии стабильность и неприкосновенность в общественном сознании. Такую же неприкосновенность хотели видеть в отношении искусства и идеологи нового времени.

Хотя в дальнейшем общественная практика показала, что надежды просветителей повлиять на формирование социально комфортного для всех общества путем совершенствования моральных устоев его членов не оправдались, а теоретические обоснования взглядов не получили подтверждения, но тем не менее эти надежды сохранялись еще более двух столетий.

Идея искусства как эманации идеи совершенства, света духовности, моральной чистоты не подлежала сомнению. Можно лишь удивляться устойчивости и долговечности теоретических конструкций, удерживавших эти положения в общественном сознании и вдохновлявших представителей гуманитарных наук в их вере в преобразующие возможности искусства.

Так происходило, видимо, потому, что очень привлекательной оказалась идея — «приобщился к ценностно взвешенному, нравственному производству — и начал поступать в жизни соответственно». Но если говорить серьезно, то анализ причин этого научного феномена требует отдельного исследования. Особенно если учесть, что события в пространстве художественной жизни на фоне значительных изменений во всех сферах общества развивались достаточно бурно. В XX веке художественная жизнь приобрела абсолютно новые качественные формы. И в дальнейшем, с каждым последующим десятилетием отличалась от предыдущих по способам художественного выражения. Кардинальные изменения произошли в характере функционирования искусства в обществе, особенно в сфере приобщения к искусству, его потребления. Однако новые тенденции, что в общем-то и неудивительно, далеко не сразу стали предметом осмысления в теоретической мысли. Ее усилия долгое время нацеливались на критические «разборки» с «неправильным» течением художественной жизни. Реальность упорно не укладывалась в параметры панэстетических положений теории.

В итоге в условиях массовизации, которая определяла функционирование искусства в XX веке, очень мало внимания уделялось вопросу — в чем суть востребованности искусства для части зрителей, которую можно обозначить как «наивную». То есть речь идет о той аудитории, которая по численности во все времена составляла основную часть потребителей искусства и которая не слишком задумывалась о цели искусства и специфике его восприятия.

Следует отметить, что обыденное сознание, которое определяет горизонты осмысления существования для большинства граждан, предписывает им руководствоваться жизненно практическими интересами. Эти же интересы служат основами в определении отношения к искусству со стороны данной категории. Вопрос в том, какие внеэстетические интересы, потребности приводят потребителей к художественному продукту? Анализ, проведенный в рамках социологического исследования «Украинского мониторинга», свидетельствует о том, что есть несколько позиций, которые респонденты определяют как значимые в обращении к произведениям искусства и их восприятию.

Не сомневаясь в искренности респондентов, следует, однако, учитывать, что на выбор некоторых позиций повлияли как минимум два фактора. Во-первых, среднестатистический человек вряд ли задумывается над вопросами цели искусства и его роли в собственной жизни. Поэтому, во-вторых, потребитель в выборе позиций, предложенных в мониторинге, преимущественно руководствовался установками насчет отношения к культуре и искусству, приобретенными в школе и сформировавшимися в течение столетий в национальном общественном сознании. Ориентируясь на общепринятую значимость культурно-художественных ценностей, реципиент часто выбирает в своих ответах те позиции, которые позволяют соответствовать желаемому для него статусу культурной

личности, хотя это может не всегда отвечать его художественным предпочтениям. Такое отношение можно охарактеризовать как квазиэстетическое.

Художественное настоящее

Нынешнее состояние художественной жизни, создание и потребление художественного продукта определяются наличием двух ведущих сегментов художественного производства — культурных индустрий и современного искусства. Существование культурных индустрий обусловлено, с одной стороны, достижениями технического прогресса, определяющими масштабы производства художественного продукта, его тиражирование и, фактически, снятие любых ограничений в приобщении к искусству всех слоев населения. С другой стороны, функционирование культурных индустрий обусловлено наличием значительного спроса на такого рода продукцию. Произведения, образующие этот массив, преимущественно не отягощены смысловытийными рефлексиями и направлены на удовлетворение потребностей в психологической разрядке, эмоциональном насыщении. К ним обращаются, стремясь развлечься, отвлечься от будничной рутины и т. п.

Продукция культурных индустрий не требует от потребителя художественной компетенции, развитого эстетичного вкуса, знаний по истории культуры и искусства. В отличие от произведений современного искусства. Ведь именно эти факторы становятся определяющими в общении с произведениями в данном сегменте. Во всяком случае, на этом настаивают специалисты — искусствоведы, галеристы, кураторы художественных выставок.

Поэтому встает вопрос — как эти мощные художественные массивы воспроизводят дополненную реальность? В отношении культурных индустрий можно уверенно утверждать, что они внесли качественные изменения в воспроизведение дополненной реальности в искусстве. Само определение «культурная индустрия» предполагает, в частности, фиксацию перехода художественного потребления на беспрецедентный по масштабам уровень. Такие масштабы стали возможны потому, что художественное производство, как говорится, встало на рельсы массового тиражирования [Адорно, 1977]. Наряду с культурными индустриями в научном употреблении присутствуют определения «креативные индустрии», а также «творческие индустрии».

Примечательным аспектом культурных индустрий является то, что они изначально содержат экономическую составляющую и становятся объектом интереса экономистов, что для области культуры, на первый взгляд, несколько непривычно. Тем не менее, сейчас экономика культуры является отдельным разделом экономики. Следует также отметить, что креативные индустрии становятся объектом внимания благодаря их сильному экономическому потенциалу. В последние десятилетия во многих западноевропейских странах на территориях заброшенных промышленных объектов возникли культурные кластеры, которые по экономическим показателям превосходят некоторые промышленные отрасли. Также успешно решается проблема трудоустройства.

Итак, каким образом в условиях массовости и тиражирования — являющихся главными характеристиками культурных индустрий — решается задача различной материализации дополненной реальности? В первую очередь, возникает

вопрос о ее ценностном дискурсе. Исследователи, обсуждающие эту проблему, как нам представляется, часто не выходят за рамки устоявшегося различения культуры как «высокой», или же «элитарной», «творческой», «эксклюзивной», и «низкой», «массовой», «примитивной».

Культурные индустрии

Сначала отметим, что выделение этих сегментов как однопорядковых может оказаться не совсем корректным. Впрочем, существуют разные концептуальные подходы к пониманию сути культурных индустрий. Кроме того, исследователи отмечают семантическую нагрузку понятия «культурная индустрия» из-за его междисциплинарного характера. Во всяком случае, необходимо учитывать наличие двух фундаментальных аспектов, определяющих специфику данного явления, — это художественно-культурная составляющая и экономическая. Культурные индустрии — это «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [Браун, 2003].

Экономическая составляющая как раз и актуализирует внимание к ней как теоретиков, так и практиков — государственных менеджеров, представителей художественных цехов, экономистов, менеджеров разного рода и т. п. Тем более, что опыт ряда стран показал эффективность культурных отраслей в решении как социальных проблем — создания рабочих мест, возрождения заброшенных промышленных зон; так и экономических — создания культурного продукта, привлечения потока туристов, что в итоге превращается в весомый вклад в ВВП страны. Можно привести следующие данные о роли искусства в мире: «Культурные и творческие отрасли генерируют 2250 млрд долл. США доходов и 29,5 млн рабочих мест. Это больше, чем доходы отрасли телекоммуникационных услуг (1570 млрд долл. США) и ВВП Индии (1 900 млрд долл. США). Наибольшие доходы получают телевидение (477 млрд долл. США), изобразительное искусство (391 млрд долл. США) и пресса (газеты и журналы, 354 млрд долл. США). В сфере ККИ занят 1% активного населения мира, а самыми крупными работодателями являются изобразительное искусство (6,73 млн), книгоиздание (3,67 млн) и музыкальное искусство (3,98 млн) [Економічна привабливість, 2019].

Среди экспертов есть разные взгляды касательно авторства и времени введения понятия «культурные индустрии» в научный оборот. В частности, среди авторов называют Вальтера Беньямина, а также представителей Франкфуртской школы, которые, как известно, резко негативно оценивали процессы коммерциализации и массовизации культуры. Не претендуя на авторство, свое видение индустриализации в культуре как объективном процессе предлагает П. Бурдье: «Развитие настоящей культурной индустрии и, в частности, связь, которая устанавливается между ежедневной прессой и литературой и которая способствует серийному созданию произведений почти индустриальными методами, как, например, фельетон (или в других областях — мелодрама и водевиль), совпадает с расширением круга публики в результате распространения начального образования, открывшего доступ к символическому потреблению (например, чтению романов) для новых классов и женщин» [Бурдье, 1993].

Если хронологические рамки введения понятия «культурная индустрия» в широкий научный оборот не вызывают особых споров — это середина XX века, то датировка зарождения этих индустрий как явления вызывает существенные расхождения. Бесспорно, причина этого состоит в разных подходах к определению содержательной составляющей индустрии в культуре.

Радикальнее всех к этому подошел российский исследователь А.Я. Флиер. Он полагает, что сущностными сторонами индустриализации являются стандартизация и массовизация. Исходя из этого, исследователь находит первые признаки индустриализации еще в верхнем палеолите, «когда производство каменных орудий начало принимать высоко единообразный по технологиям и по результатам характер. По мнению археологов, именно переход к высоко стандартизированному производству определенных культурных артефактов явился важнейшим фазовым скачком в эволюции от животной жизнедеятельности в направлении к человеческой культуре» [Флиер, 2012].

Видимо, действительно произошел скачок в производстве каменных орудий, но вряд ли стоит распространять это на художественную сферу, тем более, что утверждения о наличии искусства как такового в верхнем палеолите, а особенно в нижнем и среднем, кажутся весьма противоречивыми. Ни наскальные росписи, ни скульптурные композиции из костей и камня, ни другие тогдашние артефакты, очевидно, нельзя отнести к произведениям искусства. Исследователи до сих пор ломают копыя в спорах — в чем состоит назначение доисторических росписей в пещерах.

Если говорить все же о реальных фактах проявлений культурных индустрий, то исходя из таких характеристик, как массовизация и стандартизация, культурные индустрии можно рассматривать, скажем, как производные от народной культуры. Именно в ней присутствует массовость, ведь почти все сообщество участвует в обрядовых действиях, и стандартизация, поскольку из поколения в поколение передается и повторяется единый контент, что в текстах, что в пластике. Поэтому, при желании, можно найти признаки индустриализации в культурном производстве разных исторических эпох. Но все же более продуктивно опираться на реальность, где сочетаются составляющие, казалось бы, несочетаемые. Речь идет о серийном создании произведений с заимствованием индустриальных методов, но основанном на личностной творческой деятельности.

Следует также отметить, что в рамках рассмотрения разных аспектов функционирования культурных индустрий, в суждениях аналитиков наблюдается определенная амбивалентность. С одной стороны, попытки объективно рассмотреть все аспекты, определяющие современное состояние функционирования искусства — от производства художественного продукта до его потребления, с другой стороны, оценочные суждения, отправной точкой которых является миссионерский дискурс интеллектуалов, с их уже упоминавшейся выше верой в целостную силу искусства в качестве порождающего и трансформирующего смысла.

Сегодня ситуация такова, что определенная часть экспертной среды те произведения, где смыслы лежат вроде бы на поверхности, где шкала ценностей четко выверена и не требует каких-либо трактовок, просто бросая вызов любым интерпретациям, — таким произведениям отказывают в праве называться художественными ценностями. Аналитику такого направления вдохновляет

имманентная вера в то, что искусство, ориентированное на массового потребителя, не способно передавать смыслы, которые возвышают человека над потоком повседневности. «Массовая культура представляет новую систему управления и манипулирования сознанием, интересами и потребностями, потребительским спросом, ценностными ориентациями, поведенческими стереотипами современного человека, она порождается, хотим мы этого или не хотим, объективными процессами социальной модернизации общества, и не стоит относиться к ней только негативно. Как «эрзац-продукт» более высоких областей культуры, массовая культура не производит собственных смыслов и значений, а только имитирует явления специализированной культуры». И далее: «Сущность понятия, обозначающего «культурную индустрию», в наименьшей степени можно отнести к таким высоким функциональным свойствам культуры, как познание и мировоззрение, регуляция, накопление и передача социального опыта и т. д.» [Культурные индустрии, 2018].

Мы обратились к этой статье (которая фактически является пособием для студентов для написания рефератов) как к показательной в смысле аккумуляции и тиражирования псевдонаучных положений. Собранные из работ разных лет, эти положения никоим образом не отражают нынешнюю ситуацию в художественной сфере. С характеристиками культурных индустрий, изложенными в этом тексте, ее составитель несколько погорячился. Особенно насчет регулирования, накопления и передачи социального опыта, якобы не свойственных культурным индустриям. Это касается и вопросов отсутствия свойств познания и мировоззрения в художественных продуктах, ориентированных на массовое потребление. Но это проблемы, которые нужно рассматривать отдельно. (Здесь много противоречивого и мифологизированного: например, Моцарт, почитаемый веками классик, на самом деле писал развлекательную музыку для обитателей дворцов, Шопен исполнением своей музыки скрашивал вечера в салонах французских вельмож. Подобные примеры можно продолжать, ведь до просветителей рассматривать искусство как средство развлечений никому не возбранялось. Кроме того, массовая культура генетически вырастает из народной культуры. Наверное, мало кто готов отрицать наличие функции социального познания в народной культуре, как и отказывать ей в наличии ценностно-нормативной составляющей мировоззрения.)

Очевидно, что для потребителей культурных индустрий художественные, эстетические потребности и установки не являются определяющими в выборе произведения. Более того, они остаются в лучшем случае на далекой периферии в их отношении к искусству. Такой же неотрефлексированной остается потребность в поиске смыслов в художественной ткани произведения. К тому же, необходимость интеллектуальных усилий для прочтения художественного текста, особенно если потребитель столкнется с необходимостью его расшифровки, может оказаться фактором, способным помешать получать ожидаемые положительные эмоции от общения с ним.

Наличие двух массивов потребительских интересов инициирует вопрос о содержательной наполненности дополненной реальности, которая бы отвечала определенному опыту общения с искусством. Безусловно, содержательная составляющая дополненной реальности как востребованная составляющая общения к искусству и общения с ним зависит не столько от уровня художественной

компетентности, сколько от личностно значимой ценностной шкалы, преимущественно жизненно-практического направления, по которой реципиент определяет привлекательность конкретного произведения и искусства вообще.

Для потребителей культурных индустрий, не отягощенных эстетическими рефлексиями и художественной компетентностью, востребованная дополненная реальность находится в сфере жизненных интересов и ценностей. Здесь речь идет об ориентации на содержательную сторону произведения, на постижение его значений и ценностей, желательно уже знакомых из жизненной практики. Стоит также упомянуть и аспекты, востребованные вопреки жизненной практике. Вспомним о «томлении духа», о котором говорится в Экклезиасте. Оно возникает, в частности, как реакция на отсутствие (по разным причинам) в потоке повседневности возможности приблизиться к миру мечтаний, порывов, к представлениям о жизненном идеале. То есть речь идет о душевных метаниях, неудовлетворенности наличным бытием. Утешение в этих печалях потребитель может найти в художественно конструируемой дополненной реальности.

Существование спроса на такую продукцию, как отмечалось, просвещенная элита рассматривает как отсутствие эстетического вкуса и нежелание развиваться духовно. Но пренебрежение потребностями, интересами преобладающей части аудитории отнюдь не красит интеллектуальную и творческую элиту. В действительности речь идет о представителях огромного пласта культуры, который не только заслуживает уважения, но и должен быть исследован, а такое отношение к искусству должно быть всесторонне проанализировано. Только после этого можно приблизиться к пониманию процессов, происходящих ныне в сфере функционирования искусства при отсутствии любых ограничений в доступе к художественной продукции.

И культуролог, и социолог не должны проходить мимо реального содержательного наполнения современной художественной жизни и, в частности, игнорировать тот факт, что в ней значительное место занимают сказочные сюжеты в различных жанровых модификациях — фэнтези, фантастика и т. п. В кинематографе они появляются как блокбастеры, где благодаря спецэффектам и компьютерной графике можно разворачивать события в выдуманных мирах, с героями со сверхчеловеческими возможностями, изумлять картинами миров, еще не виданных на земле по своей технологически оснащенной среде.

Можно по-разному относиться к любви к сказкам. Однако эта любовь, как известно, имеет тысячелетнюю историю. Сказка, как и любое произведение искусства, основывается на способности ввести реципиента в особое состояние чувств, задать определенное настроение, выводя за пределы обыденности, привычной жизненной рутины, открывает простор для воображения. В любви к сказке в полной мере проявилась и продолжает проявляться потребность в переживании желаемого, в том числе желаемого измерения в своих отношениях с реальностью. Поэтому не удивительно, что современные модификации сказок столь популярны. Ведь привлекательности дополненной реальности придает то, что в этих сказках она предстает и как результат, и как воплощение высоких технологий. Тем самым, так сказать, идет в ногу со временем.

Очевидно, что культурные индустрии сегодня вырабатывают главный массив художественной продукции. Чтобы оценить характер спроса на подобные произведения, их важность, содержательную наполненность дополненной ре-

альности, которая воспроизводится и предлагается потребителю, нужно как минимум стараться понять этого потребителя, а как максимум — признать за ним право выбора.

Как уже отмечалось, препятствием на пути к такому пониманию оказывается методологическая установка — оценивать любое художественное произведение по критериям, которые определяют соответствие так называемому «высокому», «элитарному», «эксклюзивному» и т. п. искусству. Если такого соответствия не находят, произведению автоматически присваивается статус второсортного. Аналогично различают и потребительские художественные предпочтения.

Однако реалии современной художественной жизни заключаются в том, что произведения, образующие массив культурных индустрий, во-первых, направлены на потребителя, который видит в искусстве возможность наполнить свою повседневную жизнь яркими впечатлениями, переживанием событий, компенсирующих рутину повседневности. Во-вторых, нужно учитывать, что ныне этот массив является художественным мейнстримом, где, как правило, присутствуют как достижения, так и неудачи.

При этом следует отметить, что при создании этого массива продуктов культурных индустрий запрос на мастерство и профессионализм творцов такой же, как и в высокой культуре. Известно, что многие кинематографисты получили мировое признание как творцы блокбастеров — фэнтези, боевиков, аудитория которых достигает десятков и даже сотен миллионов зрителей. Смерть актеров, игравших в культовых фильмах и сериалах, на мировых лентах новостей представляется как топ-событие. На Олимп славы взойшло множество представителей музыкальной индустрии. Эти и многие другие факты доказывают, что именно продукция культурных индустрий сегодня является неотъемлемой составляющей повседневной жизни преобладающей части аудитории. Добавим, что многие представители творческой, интеллектуальной элиты хорошо знакомы с этой продукцией и также внимательно следят за выходом следующего сезона «Игры престолов» — невероятно крутого фэнтези, приправленного эротикой. В произведениях, составляющих массив культурных индустрий, предлагается мир чувств и желаний, которым не находится места в реальной жизни. Реципиент получает возможность реального переживания виртуальной реальности, где чувства удовлетворяются и желания сбываются. Хорошо известны слова: «Над вымыслом слезами обольюсь». Но ведь слезы-то настоящие.

Современное искусство: дополненная реальность как камень преткновения

В этом исследовании мы обращали внимание, в частности, на то, что присутствующие в общественном сознании, как и в теоретических взглядах, представления о главном предназначении искусства совершенствовать мир и человека, не отвечают в полной мере реалиям его функционирования и потребления. Речь шла также о роли социальных, экономических, технологических и прочих факторов, влияющих на функционирование всей художественной сферы и разных ее составляющих.

Очевидно, что «современное искусство» как совокупность направлений, определяющих процессы в художественной деятельности в течение послед-

них 60 лет, позволяет говорить о ситуации, в которой искусство не является вневременным явлением ни по форме, ни по смыслу. Мы далеки от того, чтобы заниматься апологетикой весьма противоречивых по способам художественных высказываний объектов, предлагаемым творцами современного искусства. Шкала оценки этих произведений, как нетрудно заметить, крайне пестрая — от утверждений о вершинных проявлениях, декларируемых как проникновение в глубинные структуры отношений человека с миром, обнаруживаемых в нагромождении химерических форм, цветов и линий теоретиками искусства, искусствоведами, культурологами, другими специалистами, до пренебрежительного отношения к таким произведениям как к шарлатанству и обману публики.

Наши тезисы касательно отрыва теоретических исследований от практик функционирования искусства, от обусловленности этих практик факторами не только эстетического, художественного порядка, но и, в большой мере, экономического, социального, статусного, можно убедительно проиллюстрировать как раз на примере современного искусства.

Напомним, что «современное искусство» — это совокупность художественных течений, а также художественных практик, сформировавшихся во второй половине XX века. Конечно, любопытно знакомиться с трудами специалистов, которые усматривают сущностный признак произведений современного арта в том, что «в каждой отдельной реализации он — более не завершенная «в иллюстративном художественном образе» материализация чувства или замысла, но процесс непрерывного творения художественного образа в сознании зрителя» [Смирна, Хаматов, 2016]. То есть, как отмечают авторы цитируемой статьи, отличие современного искусства в том, что вместо застывших художественных форм главное здесь — сам процесс творения.

Разумеется, все эти, скажем так, революционные для художественной сферы процессы рядовому потребителю не вполне понятны, а тем более не вполне приемлемы. По крайней мере, не во времена их появления. Вместе с тем, современное искусство за несколько десятилетий уверенно утвердилось в художественном пространстве многих стран мира. Музеи, центры, галереи современного искусства стали не только частью культурной жизни города, но и туристической достопримечательностью. Следует отметить также привлекательность произведений современного искусства как способа вложения денег для ценителей, коллекционеров, бизнесменов, крупных корпораций и т. п. Сведения о сделках на рынке искусства подтверждают рост спроса на эти произведения. Данные за последние 20 лет свидетельствуют, что объем продаж современного искусства вырос на 2100% — с 92 млн долларов в 2000-м до 2 млрд долларов в 2019 году. По стоимостным показателям произведения современного искусства с 2000 по 2020 год принесли 22,7 млрд долларов [Рынок современного искусства, 2020].

Конечно, коммерческая привлекательность — важный показатель утверждения этого сегмента искусства и на рынке искусства, и в современном культурно-художественном пространстве. Но не менее важно определить обусловленность интеграции новых течений в это пространство, выявить факторы, способствовавшие их легитимации как явления искусства в общественном сознании.

Появление новейших течений связывают прежде всего с именами Джексона Поллока, Марка Ротко, Виллема де Кунинга, Энди Уорхола, Йозефа Бойса, Демиена Херста и других художников, преимущественно представителей западноевропейских стран. Поддержка и содействие развитию актуального искусства в этих странах шли по двум направлениям. Первое — поддержка со стороны властных элит, которые руководствовались намерением демократизировать процесс создания и восприятия искусства. Кроме того, исследователи указывают, что институционализация современного искусства была полностью контролируемым процессом, происходившим в рамках задач, направленных на достижение определенных целей культурной политики. Здесь можно указать и на поощрение определенных форм культурного потребления, и на направление творческой энергии в желаемое русло. Финансирование со стороны государственных и общественных институтов, а также частных инициатив путем выделения грантов представителям современных художественных практик давало основания прямо или опосредованно призывать к выполнению конкретных задач — в частности освещения таких актуальных для западного сообщества тем, как проблемы меньшинств и мигрантов, расизм, толерантность и т. п. [Воропай, 2009].

Что касается второго момента, тут нужно учитывать то, что зарубежные аналитики также указывали на контролируемость и даже управляемость со стороны СМИ процессов, которые разворачивались вокруг культурной легитимации современного искусства.

Английская исследовательница Френсис Сондерс указывает также на то, что продвижение современного искусства в публичное пространство происходило как спецоперация ЦРУ. Поскольку речь идет о работе ЦРУ, автор не оперирует конкретными фактами; она отмечает, что «на протяжении многих десятилетий в художественных кругах ходили слухи, что ЦРУ использовало американское современное искусство — в том числе произведения таких художников, как Джексон Поллок, Роберт Мазервел, Виллем де Кунинг и Марк Ротко — как оружие в холодной войне. Теперь это стало подтвержденным фактом» [Сондерс, 1995].

Как видим, стремительное вхождение современного искусства в художественное пространство стран Запада стало возможным благодаря поддержке весьма уважаемых институций. И в каждом регионе, в каждой стране эта поддержка имела свои особенности.

Вторым направлением, которое способствовало внедрению и, главное, принятию предлагаемых творений, было отношение аудитории. Хотя это принятие носило довольно пассивный характер. Чтобы понимать обстоятельства вхождения в жизненное пространство обывателя и принятия с его стороны произведений, которые манифестируют отказ художников от традиций классического и реалистического искусства, следует вспомнить о значении искусства, его роли в обществе в западноевропейском культурном пространстве. Они значительно отличались от тех, что сформировались в отечественном культурном сознании. В частности, едва ли с высоких трибун стран Запада художникам заявляли о том, что они что-то должны народу. И у рядового человека со школьных лет не культивировали установку на восприятие искусства как сакральной сферы, где происходит художественная материализация высших истин.

Обоснование этих положений находим в известной работе Бурдые «Различение: Социальная критика суждения». Рассматривая условия, в которых форми-

ругуются художественные вкусы и эстетические предпочтения человека, Бурдьё не упоминает об участии в этом процессе культурной политики со стороны государства. Социолог доказывает, что их формирование происходит под влиянием условий социализации и положения индивида в обществе. Становление эстетических потребностей, художественное развитие и образование происходят под влиянием семьи, зависят от ее материального состояния и социальной среды. Речь идет также о наличии в обществе условий, способов освоения и присвоения культуры и т. п. Вообще речь не идет о целенаправленной деятельности властных институтов по формированию у граждан художественных вкусов, эстетических предпочтений, ценностных установок в отношении к искусству.

То есть западный массовый потребитель, в большинстве своем, в условиях отсутствия заданных действующими властными институтами представлений об общепринятых, исторически устоявшихся, идеологически выверенных, неоспоримых образцах «правильного» искусства, оказался, так сказать, чистым листом во времена экспансии современного искусства в общественное и культурное пространство.

Если не забывать об этом, а также об институтах, занимавшихся продвижением современного искусства, не удивительно, что принятие новых художественных форм и практик прошло для западных потребителей достаточно безболезненно. Они принимали на веру утверждаемую «сверху» ценность новейших художественных произведений, которая, к тому же, широко пропагандировалась в СМИ.

Понятно, что для отечественного потребителя ситуация была совсем иной. Он как раз имел привитые со школьных лет представления об искусстве, которые опирались на исторически устоявшиеся взгляды и формировались при активном участии государственной культурной политики. И еще важно понимать, что эти представления относились к сфере должного, и внедряли их в массовое сознание как культурно-ценностные устои, которые демонстрировали свою концептуальную непогрешимость. Отсюда все трудности вхождения современного искусства в отечественное культурное пространство.

Но времена изменились. Несмотря на хорошо известные из советского прошлого коллизии с неприятием новых художественных высказываний, которые не вкладывались в матрицы соцреализма, с конца 1980-х и с началом 1990-х годов новые течения уже не наталкивались на препятствия со стороны властных институтов. Поэтому они стали утверждаться в художественной жизни уже независимой Украины, и сегодня можно говорить и о наличии отечественных институционализационных форм, таких как музеи современного искусства, центры, галереи, фестивали. Функционирует Институт проблем современного искусства НАИ Украины. Произведения украинских художников представлены на арт-площадках мирового значения — международных биенале, они принимают участие в проектах известных музеев многих стран.

Однако нас больше интересует, какими возможностями, какими средствами располагает современное искусство для удовлетворения потребности потребителя в дополненной реальности. И если речь идет об отечественном потребителе, то в исследовании этого процесса обязательно нужно учитывать целый ряд обстоятельств. И в первую очередь — содержание культурного капитала, кото-

рое он, потребитель, приобретает в процессе социализации. Нужно понимать также, что этот процесс имеет значительный инерционный потенциал, поэтому необходимо учитывать, что основы, на которых строятся современные художественные практики, не слишком созвучны ценностно-содержательному наполнению этого культурного капитала.

Во всяком случае, такие признаки современного искусства, как незавершенность художественного образа, как процесс его создания в сознании зрителя, могут оказаться определенным препятствием для восприятия содержания предлагаемого произведения. Общение с произведениями постмодернистской и постпостмодернистской эпохи опосредуется некоторым условием — необходимо иметь определенное представление о принципах их создания, а еще лучше — разбираться в истории живописи и знать путь, который прошли художники до утверждения права на собственное творческое видение. На этом, в частности, настаивают теоретики, искусствоведы, пропагандисты современного искусства.

То есть потребитель должен знать и принять, что сегодня художник руководствуется принципом «вседозволенности». При отсутствии любых ограничений такое искусство способно охватить и ввести в ткань произведения любое жизненное явление. Поэтому в общении с современным искусством нужно фактически отказаться от имеющегося художественного опыта, так же, как и от попыток оценивать такие произведения по привычным художественным критериям.

Усилия такого плана вряд ли будут радостно восприняты рядовыми потребителями. Склонность к подобным усилиям может проявлять та часть аудитории, которая в отношениях с искусством руководствуется именно эстетическими, художественными установками. Приоритетным в этом случае является желание обогатить общение с искусством знаниями о новых возможностях творческой деятельности и переживание своей причастности к этой сфере. В таких случаях собственный опыт воспринимается как пространство для экспериментов.

Если говорить о возможностях современного искусства обогащать представления потребителя о способах эмоционального прикосновения к дополненной реальности, то нужно говорить об акционизме. Особенность акционизма и близких к нему практик — хеппенинга, перформанса, эвента, искусства действия, искусства демонстрации и др. — заключается в том, что результат творения усматривают в самом его процессе. Зритель имеет возможность стать участником этого процесса, а значит, проникнуться этим, пережить смысловые меседжи, которые генерирует в творческой акции художник. Вопрос лишь в том, насколько эти меседжи отвечают желаемому для реципиента ценностному наполнению своего духовного пространства. Впрочем, определенный опыт переживания адресованных ему посланий он получает.

Если же говорить не о гипотетической способности современного искусства способствовать реализации потребностей в переживании желаемого, а непосредственно о потребителе, то по ряду причин современное искусство, вероятнее всего, не воспринимается в таком ракурсе. Во-первых, потому что, как уже отмечалось, способы художественного выражения в современном искусстве не отвечают сформированным у рядового потребителя представлениям о художественных формах, а часто даже неприемлемы в рамках его опыта. Поэтому процесс восприятия выходит из комфортного эмоционального состояния ожи-

даний желаемого, а реципиент сталкивается с необходимостью определяться с собственным отношением к представляемым практикам. То есть в определенной мере реципиент оказывается в зоне эмоционального дискомфорта. Ведь зачастую перед ним встает выбор — признаться себе (и окружающим), что он не понимает и не воспринимает представленных форм и действий, либо предстать в роли ценителя культурных новаций, тем самым пытаясь присоединиться к обществу знатоков и экспертов.

К причинам того, что вряд ли стоит ожидать реализации возможностей современного искусства удовлетворять потребности в психологическом комфорте и необыденных ярких впечатлений, наряду с прочим, относятся особенности институционализации форм представления художественной продукции новейшей направленности. Следует отметить, что музейные заведения, где подобные творения экспонируют, во многом позиционируются как привлекательные туристические объекты. Это мировая практика. Понятно, что жесткий график посещений, запланированных в программе туристической поездки, предполагает весьма беглое ознакомление с экспозицией. Такой способ — это скорее не общение с произведениями искусства, а знакомство с экспонатами. Поэтому эмоциональной памяти от общения с произведением не остается. В лучшем случае вспоминаются несколько фактов из истории создания произведения, приведенные гидом.

Современное искусство во всех его проявлениях по своим сущностным признакам, по специфике художественных высказываний, никоим образом не направлено на признание потребностей реципиента. Ведущая черта, объединяющая множество течений в этом направлении, — безальтернативное доминирование художника в определении границ искусства в каждом акте. И хотя О. Петрова считает, что безоценочного восприятия не бывает, здесь можно говорить скорее о безэмоциональном восприятии. Зритель избегает любых оценок по двум причинам. Предлагаемые ему произведения или же художественные акции часто непонятны и даже неприемлемы для него; они скорее противоречат его представлениям об искусстве. Несмотря на это современное искусство так или иначе присутствует в культурной жизни. Экспертное мнение часто выступает его адептом, акцентируя новые возможности современного искусства в осмыслении отношений человека с миром.

Поэтому, по мнению знатоков, зритель не решается высказать свое отношение к непонятным ему произведениям, но и проникнуться замыслом автора он не в состоянии. В итоге в публичном пространстве присутствует демонстративно безоценочное отношение как определенная стратегия поведения — лишь бы в глазах окружения не подвергнуть сомнению свою культурную компетенцию негативным отношением к новациям, а на личностном уровне спектр эмоциональных реакций может колебаться от неприятия до удивления в отношении объектов, которые предлагают признавать художественными творениями.

В целом наши рассуждения касательно возможностей современного искусства, а скорее фактического отсутствия возможностей служить пространством художественного воплощения дополненной реальности, можно проиллюстрировать также отсутствием со стороны потребителя ожиданий по этому поводу. В мониторинге «Украинское общество» начиная с 1992 года задавался вопрос: «Чем Вы занимались в свободное от работы время по крайней мере раз в течение 7 дней», и предлагалось несколько позиций на выбор. К сожалению, не было

отдельной позиции касательно общения с изобразительным искусством. Однако была следующая: «Посещение театров, концертов, музеев, художественных выставок». За прошедшие годы мы не видим какой-либо ощутимой динамики в посещении этих учреждений — 3,4% в 1994 и 3,8% — в 2018 году. Самый низкий показатель — 2,2% — зафиксирован в 2002 году, а самый высокий — 4,7% — в 2016-м [Українське суспільство, 1992–2019].

Итак, есть основания утверждать, что искусство, несмотря на фундаментальные изменения, произошедшие во всех его звеньях, — от создания произведений до возможностей их трансляции и масштабов приобщения к ним аудитории, — функционирует в современном обществе на тех же основаниях, что и в течение всей своей истории. То есть, как и всегда, существует массив произведений, адресованный художественно просвещенной части аудитории, которая разбирается, в частности, в творческих технологиях. Второй, значительный по объему массив адресуется, фактически, всем потребителям искусства — и тем, для кого эстетические и художественные предпочтения не являются приоритетными, и тем, кто понимает толк в художественном мастерстве и эстетическом совершенстве. Последняя категория также готова в своем большинстве воспринимать произведения, не претендующие на художественные достижения, но способные удовлетворить потребности внеэстетического и внехудожественного плана. О них уже неоднократно говорилось.

Что касается дополненной реальности, ее ценностного наполнения, то у этих двух, разумеется, условных, категорий потребителей разный характер «желаемого». Если для категории «наивных» потребителей произведения оцениваются тем выше, чем полнее представленная в них реальность предстает как необходимое звено для переживания полноты бытия. При этом иллюзорность этого ощущения не становится предметом рефлексии. А вот для «просвещенной» категории потребителей такая иллюзорность весьма очевидна. Но даже при наличии понимания ее художественного происхождения для большинства таких потребителей тоже важно приобщиться к переживанию событий и впечатлений, которые выводят за пределы обыденности, возбуждают воображение, воссоздают картины иных миров.

Таким образом, чтобы оценить возможности искусства воспроизводить дополненную реальность нужно, во-первых, переосмыслить целый ряд теоретических положений касательно назначения искусства, его роли в жизни общества и целю века, определить, к какой плоскости должного или сущего эти положения тяготеют. Во-вторых, чтобы аргументированно оперировать утверждениями о влиянии искусства, о его возможностях ценностно ориентировать реципиента, нужно учитывать сложность данного процесса, наличие различных факторов, обуславливающих его осуществления и соответственно результативность. В-третьих, — и это, пожалуй, главное — необходимо определиться в связке искусство–человек–реципиент, что важнее — искусство в достаточно абстрактном умозрительном понимании или реципиент с его реальными потребностями, желаниями, предпочтениями, вкусами. В анализе нужно учитывать, что эти факторы в своем ценностном наполнении могут не совпадать с положениями теории, построенной на фундаменте должного в отношении к искусству и его восприятию. И все же «наивный» потребитель во все времена, возможно, за некоторыми единичными исключениями, составлял основную аудиторию искусства. Поэтому есть все основания уде-

лять ему исследовательское внимание и относиться к нему как к равноправному участнику культурного процесса. Тем более, что времена, когда еще существовали какие-то возможности контролировать процесс приобщения к искусству, минули, и нужно исходить из современных реалий потребления искусства.

Источники

- AR — Дополненная реальность, s.a. Получено с: <https://habr.com/ru/post/419437/>
- Аристофан (2016). Лисистрата и другие пьесы. Москва: Риполклассик. Получено с: <https://www.yakaboo.ua/ua/lisistrata-i-drugie-p-esy.html>
- Браун, Дж. (2003). Презентация на семинаре «Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории» (14–18 июля 2003 года). Петрозаводск. Получено с: <http://www.spolicy.ru/analytics/64.html>
- Бурдые, П. (1993). Рынок символической продукции. Вопросы социологии, 1/2. Получено с: <http://bourdieu.name/content/burde-gynok-simvolicheskoy-produkcii>
- Бурдые, П. (2003). Исторический генезис чистой эстетики. НЛО, 60.
- Вишпер, В.Б. (2004). Введение в историческое изучение искусства. Москва: АСТ-пресс-книга.
- Волкова, П. (2013). Иероним Босх. Корабль дураков. Получено с: <https://www.youtube.com/watch?v=xUbfWVc5o>
- Ворона, В.М., Шульга, М.О. (ред.) (2019). Українське суспільство: моніторинг соціальних змін, 7 (21). Київ: Інститут соціології НАН України.
- Воропай, Л. (2009). Бета-версия автопозвиза. Художественный журнал, 71–72. Получено с: <http://moscowartmagazine.com/issue/21/article/3144>
- Гуревич, А.Я. (2012). Категории средневековой культуры. Получено с: <http://www.a124.ru/wp-content/uploads/2012/07/>
- Даниленко, О.Л., Янкевич, М.С. (2011). Отношение к искусству как проявление ценностных ориентаций личности. Получено с: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-k-iskusstvu-kak-proyavlenie-tsennostnyh-ori>
- Економічна привабливість Української культури. Аналітична доповідь (2019). Отримано з: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full
- Клех, И. (2009). Миграции. Москва: Новое литературное обозрение.
- Литичевский, Г. (2019). Воздержание от суждения. Художественный журнал, 110. Получено с: http://moscowartmagazine.com/issue/94/article/2079_919
- Массовая и элитарная культуры. Обществознание (2017). Получено с: <https://sites.google.com/site/obsestvoznaniesch88omsk/home/ucebn/kulturologia/massovaa-i-elitarnaa-kulturny>
- Петрова, О. (2005). Сучасне українське мистецтво: новий початок. Отримано з: https://zn.ua/ukr/ART/suchasne_ukrayinske_mistetstvo_noviy_pochatok
- Рынок современного искусства 2000–2020. Отчет Artprice. Часть 1. ARTinvestment.RU (2020). Получено с: https://artinvest-ment.ru/invest/analytics/20201016_ArtpriceCont.html
- Смирна, Л., Хамагов, В. (2016). Современное, современное и новейшее искусство: попытка осмысления понятий. Получено с: <https://artukraine.com.ua/a/modernoe-sovremennoe-i-noveyshee-iskusstvo-popytka-osmysleniya-ponyatiy/#.X38ik-1S8bo>
- Сондерс, Ф. С. (1995). The Independent. В: В. Можегов, Абстрактное искусство как спецпроект ЦРУ. Получено с: <https://vz.ru/opinions/2020/10/4/1062986.html>
- Сондерс, Ф.С. (2013). ЦРУ и мир искусств. Культурный фронт холодной войны. Москва: КучковоПоле. Получено с: <https://www.labyrinth.ru/books/401160/>
- Толстой, Л.Н. (2019). Исповедь. Получено с: http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0440.shtml
- Флиер, А.Я. (2012). Культурные индустрии в истории современности: типы и технологии. Получено с: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier-cultural-industries>
- Этнографическая аналогия и пещерное искусство (2014). Получено с: <https://arheologija.ru/etnograficheskaya-analogiya-i-peshhernoe-iskusstvo>

Получено 16.06.2021

References

- AR — Augmented reality (s.a.). [In Russian]. Retrieved from: <https://habr.com/ru/post/419437/> [=AR — Дополненная реальность s.a.]
- Aristophanes (2016). *Lysistrata and other plays*. [In Russian]. Moscow: Ripolklassik. Retrieved from: <https://www.yakaboo.ua/ua/lisistrata-i-drugie-p-esy.html> [=Аристофан 2016]
- Bourdieu, P. (1993). The market for symbolic products. *Voprosy sotsiologii*, 1/2. [In Russian]. Retrieved from: <http://bourdieu.name/content/burde-rynok-simvolicheskoy-produkcii> [=Бурдьё 1993]
- Bourdieu, P. (2003). The historical genesis of pure aesthetics. *NLO*, 60. [=Бурдьё 2003]
- Brown, J. (2003). Presentation at the seminar «Cultural Industries. Revealing the cultural resources of the territory» (July 14–18, 2003). [In Russian]. Petrozavodsk. Retrieved from: <http://www.cpolicy.ru/analitycs/64.html> [=Браун 2003]
- Contemporary Art Market 2000–2020. Artprice report. Part 1 ARTinvestment.RU (2020). [In Russian]. Retrieved from: https://artinvest-ment.ru/invest/analytics/20201016_ArtpriceCont.html [=Рынок 2020]
- Danilenko, O.I., Yankelevich, M.S. (2011). Attitude to art as a manifestation of the value orientations of the individual. [In Russian]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-k-iskusstvu-kak-proyavlenie-tsennostnyh-ori> [=Даниленко, Янкелевич 2011]
- Economic attractiveness of Ukrainian culture. Analytical report (2019). [In Ukrainian]. Retrieved from: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full [=Економічна привабливість 2019]
- Ethnographic analogy and cave art (2014). [In Russian]. Retrieved from: <https://arheologija.ru/etnograficheskaya-analogiya-i-peshhernoe-iskusstvo> [=Этнографическая аналогия 2014]
- Flier, A.Ya. (2012). Cultural industries in history and modernity: types and technologies. [In Russian]. Retrieved from: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier-cultural-industries> [=Флиер 2012]
- Gurevich, A.Ya. (2012). Categories of medieval culture. [In Russian]. Retrieved from: <http://www.a124.ru/wp-content/uploads/2012/07/> [=Гуревич 2012]
- Klech, I. (2009). *Migration*. [In Russian]. Moscow: Novoe Literaturnoe Obozrenie. [=Гуревич 2012]
- Litychevskiy, H. (2019). Refraining from judgment. *Art magazine*, 110. [In Ukrainian]. Retrieved from: http://moscowartmagazine.com/issue/94/article/2079_919 [=Літичевський 2019]
- Mass and elite culture. *Social Sciences* (2017). [In Russian]. Retrieved from: <https://sites.google.com/site/obsestvoznaniesch88omsk/home/ucebn/kulturologia/massovaa-i-elitarna-kulturny> [=Массовая и элитарная культуры 2017]
- Petrova, O. (2005). Contemporary Ukrainian art: a new beginning. [In Ukrainian]. Retrieved from: https://zn.ua/ukr/ART/suchasne_ukrayinske_mistetstvo_noviy_pochatok [=Петрова 2005]
- Saunders, F.C. (1995). The Independent. [In Russian]. In: V. Mozhegov, Abstract art as a special project of the CIA. Retrieved from: <https://vz.ru/opinions/2020/10/4/1062986.html> [=Сондерс 1995]
- Saunders, F.S. (2013). The CIA and the world of the arts. *The Cultural Front of the Cold War*. [In Russian]. Moscow: KuchkovoPole. Retrieved from: <https://www.labyrinth.ru/books/401160/> [=Сондерс 2013]
- Smirna, L., Khamatov, V. (2016). Modern, contemporary and contemporary art: an attempt to comprehend concepts. [In Russian]. Retrieved from: <https://artukraine.com.ua/a/modernoe-sovremennoe-i-noveyshee-iskusstvo-popytka-osmysleniya-ponyatiy/#.X38ik-1S8bo> [=Смирна, Хаматов 2016]
- Tolstoy, L.N. (2019). Confession. [In Russian]. Retrieved from: http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0440.shtml [=Толстой 2019]
- Volkova, P. (2013). Hieronymus Bosch. Ship of Fools. [In Russian]. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=xUbAfWVc5o> [=Волкова 2013]
- Vorona, V.M., Shulga, M.O. (Eds.) (2019). *Ukrainian society: monitoring of social change*, 7 (21). [In Ukrainian]. Kyiv: Institute of Sociology, NAS of Ukraine. [=Ворона, Шульга 2019]
- Voropay, L. (2009). Beta version of autopoeetry. [In Russian]. *Art Journal*, 71–72. Retrieved from: <http://moscowartmagazine.com/issue/21/article/3144> [=Воропай 2009]

Wipper, W.B. (2004). An introduction to the historical study of art. [In Russian]. Moscow: AST-press-kniga. [=Виппер 2004]

Received 16.06.2021

РАІСА ШУЛЬГА

Доповнена реальність у реаліях функціонування мистецтва

У статті розглядаються питання, пов'язані з можливостями мистецтва в пророкуванні доповненої реальності. Поняття доповненої реальності фіксує досягнення інформаційних технологій візуально доповнювати фізичний світ віртуальними об'єктами. Це поняття увійшло в науковий обіг наприкінці ХХ століття. Проте, як свідчить історична практика, доповнена реальність як явище існувала в усі епохи людського існування. Потребу в доповненій реальності, спричинену прагненням розширити межі наявного світу через переживання бажаного, завжди реалізовувало мистецтво. Автор визначає, якою мірою мистецтво може збагачувати життєвий простір людини доповненою реальністю.

У дослідженні виявлено суперечності між теоретичними побудовами щодо призначення мистецтва і реаліями його функціонування. Увагу зацікнено на необхідності переосмислення розуміння моделі функціонування мистецтва як універсального, позаісторичного явища. Автор також доводить, що в культурсоціологічних розвідках впливу та сприйняття мистецтва необхідно відмовитись від маніпулювання загальним поняттям «мистецтво». Пропонується максимально операціоналізувати розуміння його дієвості через конкретизацію особливостей видів і жанрів. Пропонується також подолати інерцію ціннісного поділу мистецтва на «високе» як вартісне і «низьке» як менш вартісне. Такий підхід відкриває шлях до розуміння реального значення потреб позаестетичного та позахудожнього характеру, якими керується переважна частина аудиторії в усі часи у своєму зверненні до мистецтва. Дослідження в цій площині розкриває потенціал мистецтва в задоволенні життєво значущих потреб людини — у психологічній відпрузі, емоційній насиченості, релаксі, розраді. Розглядається сутність відмінностей у споживанні художнього продукту «освічених» і «наївних» споживачів. Визначаються можливості відтворення доповненої реальності в найбільших сегментах поточного художнього життя — культурних індустріях і сучасному мистецтві.

Ключові слова: мистецтво, доповнена реальність, аудиторія мистецтва, художнє споживання, культурні індустрії, сучасне мистецтво

РАІСА ШУЛЬГА

Дополненная реальность в реалиях функционирования искусства

Рассматриваются вопросы, связанные с возможностями искусства в отношении продуцирования дополненной реальности. Понятие дополненной реальности фиксирует достижения информационных технологий в смысле визуального дополнения физического мира виртуальными объектами. Оно вошло в научный оборот в конце ХХ века. Однако, как свидетельствует историческая практика, дополненная реальность как явление присутствовала во все эпохи человеческого существования. Потребность в дополненной реальности, обусловленная стремлением расширить границы существующего мира через переживание желаемого, эффективно реализовывало искусство. Автор определяет, в какой степени искусство может обогащать жизненное пространство человека дополненной реальностью.

В исследовании выявлены противоречия между теоретическими построениями в отношении назначения искусства и реалиями его функционирования. Также акцентируется внимание на необходимости переосмысления понимания модели функционирования искусства как универсального, внеисторического явления. Автор доказывает, что в культурсоциологических исследованиях влияния и восприятия искусства необходимо отказаться от манипулирования общим понятием «искусство», максимально операціоналізував понимание его как феномена через конкретизацію особенностей функционирования его видов и жанров. Предлагается также преодолеть инерцию ценностного разделения искусства на «высокое» — значимое и

«низкое» — второсортное. Такой подход открывает путь к пониманию реального значения потребностей внеэстетического и внехудожественного характера, которыми руководствуется в своем обращении к искусству большая часть аудитории во все времена. Исследования в этой плоскости раскрывают потенциал искусства в удовлетворении жизненно значимых потребностей человека — в психологической разрядке, эмоциональном насыщении, релаксе, развлечении. Рассматривается сущность отличий потребления художественного продукта «просвещенными» и «наивными» потребителями. Определяются возможности воссоздания дополненной реальности в наиболее значимых сегментах художественной жизни — культурных индустриях, в современном искусстве.

Ключевые слова: искусство, дополненная реальность, аудитория искусства, художественное потребление, культурные индустрии, современное искусство

RAISA SHULGA

Augmented reality in the realm of art functioning

The article analyses the issues related to the capacities of art to act as an augmented reality. The AR concept includes the achievements of the IT to augment the physical world with virtual objects.

It was included into scientific vocabulary at the end of the XX century. However, as the historical practice proves, the augmented reality as a phenomenon has been present at all the stages of human existence. The need for augmented reality, which was caused by the desire to expand the boundaries of the existing world through the experience of the desired, effectively realized art is determined by the extent to which art can enrich a person's living space with augmented reality.

The study reveals contradictions in theoretical approaches to the purpose of art and the realities of its functioning. Emphasis is placed on the need to rethink the understanding of the model of the functioning of art as a universal, non-historical phenomenon. It is proved that cultural and social research of the art influence and comprehension, it is important to abandon manipulations around the general concept of art.

It is proposed to maximally operationalize the understanding of its effectiveness by specifying the features of the functioning of species and genres. It is also proposed to overcome the inertia of the value division of art into «high», i.e. valuable one and «low», i.e. the art of low value. This approach opens the way to understanding the real meaning of the needs, non-aesthetic and non-artistic nature, which guide most of the audience at all times, in their appeal to art. Research in this area reveals the potential of art in meeting the vital needs of man — psychological relaxation, emotional saturation, relaxation, entertainment. The essence of differences in consumption of an art product of «educated» and «naive» consumers is considered. Possibilities of reproducing augmented reality in the largest segments of current artistic life — cultural industries and contemporary art — are determined.

Keywords: art, augmented reality, art audience, art consumption, cultural industries, contemporary art