

РАЇСА ШУЛЬГА,

доктор філософських наук, провідний науковий співробітник відділу соціології культури та масових комунікацій Інституту соціології НАНУ (01021, Київ, вул. Шовковична, 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/0000-00015302-3669>

Доповнена реальність у реаліях функціонування мистецтва

Із феноменом доповненої реальності сьогодні можна зустрітися в різних сферах життя. Особливо це стало помітним у царині культури. Зокрема, наявність доповненої реальності постає значущим чинником у створенні та впровадженні у практику нових форм музейних експозицій. Завдяки досягненням ІТ-технологій з'являється можливість допомогти відвідувачеві зануритись в атмосферу часу, до якого належить той чи той твір, відчути та пережити його ціннісне наповнення. Відтворений завдяки доповненій реальності історико-культурний контекст доби допомагає максимально наблизитись до втіленого у творі задуму художника. Таким чином людина набуває значущого художнього досвіду, виходить на новий змістовий щабель у спілкуванні з мистецтвом.

Власне поняття «доповнена реальність» увійшло в науковий обіг у 1990-х роках. Цьому передували революційні розробки в галузі комп'ютерних технологій. З початку 1960-х років технічні можливості створення віртуальної реальності й накладання її на картини дійсної реальності постійно вдосконалювалися. Результатом цієї операції стала доповнена реальність, або AR (Augmented reality). «Доповнена реальність — це середовище, яке в реальному часі доповнює фізичний світ, яким ми його бачимо, цифровими даними за допомоги будь-яких пристроїв — планшетів, смартфонів або іншого, та програмної частини» [AR — Дополненная реальность, s.a.].

Отже, доповнена реальність — це коли віртуальні об'єкти проєціюються на реальне середовище. Однак є підстави вважати, що в певному сенсі доповне-

на реальність як явище, навіть як свого роду технологія з'явилася в суспільній практиці задовго до комп'ютерної доби. Людство впродовж тисячоліть накопило значний досвід і досягло в цій справі значних успіхів.

Зокрема, такі практики ще в давнину допомагали людській спільноті боротися із загрозами навколишньої реальності, долати страх смерті та безпорадність перед силами природи, мобілізуватися в боротьбі за виживання. Йдеться про магію, міф, релігію, ідеологію тощо.

Так, вбудованість міфологічної складової доповненої реальності в життя спільноти можна не тільки зрозуміти, а й відчутти, перебуваючи серед залишків античних міст — Помпеїв в Італії, Німа у Франції, як і, зрозуміло, ще давніших грецьких пам'яток на Криті, Делосі, Кікладах. Культові споруди, скульптури богів і героїв постають як зорганізовувальне начало суспільного простору, задаючи людині вектори світовідчуття і світоставлення.

Особливо варто підкреслити, що доповнена реальність є необхідною складовою життя, яка забезпечує психологічний захист особистості в процесі сприйняття життєвих реалій. Ці передумови зумовлюють доцільність розгляду цього поняття як такого, що позначає особливе явище, яке заслуговує на увагу дослідника.

Очевидно водночас, що доповнена реальність в інформаційних технологіях у своїх завданнях відрізняється від доповненої реальності, яка творилася в символічних практиках. У першому випадку вона є інструментом, який розширює технічну здатність людини в режимі реального часу взаємодіяти з навколишнім світом. У другому — доповнена реальність, творена магією, міфом, релігією, розгортається як глибинна складова соціокультурних відносин, яка могла розв'язувати й розв'язувала певні важливі проблеми онтологічного, соціального, психологічного порядку. Вона відповідала за створення бажаного віртуального світу. Доповнена реальність — це особливий механізм подолання загроз різного роду, що поставали перед людиною та спільнотою.

Тому можна говорити про два типи доповненої реальності. Один — технологічний — розширює здатність людини взаємодіяти з природною і соціальною даністю і, що важливо, в режимі реального часу. Другий тип доповненої реальності — буттєвісний — поглиблює відносини людини зі світом, з життям, з минулим, сьогоденням і змальовує контури майбутнього. У різні історичні часи за створення цього типу доповненої реальності, як уже зазначалося, відповідали магія, міф, релігія, а згодом і ідеологія.

Мистецтво посідає особливе місце у творенні доповненої реальності. Зрозуміло, що за кілька тисячоліть змінилися специфічні можливості мистецтва, та й саме мистецтво, а точніше художня і образотворча діяльність в конструюванні іншої реальності. Але той факт, що саме ця діяльність від самого початку виникла для створення доповненої реальності, залишається фактом. Поряд з іншим вона встановлювала межі добра і зла, тобто визначала ціннісний континуум культури, та окреслювала межі буття. Щоб спільнота вижила, її членам доводилося вірити в дійсність конструйованої реальності.

Крім того, йдеться про завдання розширення життєвого простору, навіть якщо це життя після смерті. Відомо, що потойбіччя для людства впродовж ба-

гатьох тисячоліть, сприймалося як більш реальне, а то й більш значуще, ніж фізично прожитий час.

Післяжиттєвий вимір можна розглядати як доповнену реальність, що надавала, ба й призначала смисли реальному життю, окреслювала його ціннісні параметри. Творення доповненої реальності як різновид символічної діяльності структурувало світ, даний людині, привносило в природний хаос алгоритми впорядкованості й передбачуваності.

Можна сказати, що в шерезі різновидів символічної діяльності мистецтво стоїть дещо осторонь. Зрозуміло, що йдеться про багаторівневу специфіку мистецтва — про його здатність нівелювати відстань між людиною і даним їй світом, допомагати опанувувати його, даючи відчуття влади над буттям, долати життєві негаразди й т. ін.

Слід додати, що арсенал засобів, якими оперує художня діяльність, був також залучений до ціннісно-поведінкової регуляції, яку здійснювали в різні епохи інші форми суспільної свідомості. Мистецтво втілювало настанови, що їх транслювали домінувальні форми суспільної свідомості тої чи тої доби, в чуттєві образи, які викликали соціально значущі переживання та уявлення. Ці образи переконували в реальності картини світового порядку у презентовуваній доповненій реальності.

А проте дійсну роль мистецтва в суспільних практиках не надто легко визначити. Адже багато положень теоретичних обґрунтувань часто-густо спираються більшою мірою на добрі наміри та віру в «чарівну силу мистецтва». Зумовленість функціювання мистецтва історичними, соціокультурними факторами, можливості залучення до художнього продукту споживача, особливості сприйняття — все це враховували далеко не завжди.

Важливо також звернути увагу на ту обставину, що постає в теоретичному аналізі наявних практик. Тут незрідка виникає методологічна колізія, коли із введенням нової дефініції увага наукової спільноти фокусується більшою мірою на дискусії навколо самої дефініції, тобто на гносеологічному аспекті, а не на явищі як такому. І часто трапляється так, що власне явище залишається десь на периферії. Що ж стосується специфіки доповненої реальності в мистецтві, то спостерігається дещо інша ситуація. Явище це як таке давно привернуло увагу, але витлумачували його в різні часи в інших поняттях та визначеннях. Тому фіксацію доповненої реальності можна побачити в міркуваннях про притаманні мистецтву можливості образного втілення реальності, про способи художнього відображення світу та естетичний ідеал як найвищу мету мистецтва.

Процес репрезентації мистецтвом доповненої реальності зазнав такої ж трансформації, як і процес інституціалізації мистецтва в суспільстві. Мистецтво пройшло довгий шлях до набуття статусу самодостатньої сфери в суспільстві. Але при цьому й сервісну його функцію, яка від самого спочатку визначала місце мистецтва на ранніх стадіях становлення суспільства, не втрачено повністю й у видозмінених формах вона зберігається до наших днів.

Мистецтво як частина соціокультурного процесу

Як відомо, за своєю природою мистецтво є соціокультурним явищем, до того ж історично зумовленим. Це означає, що, як і всі інші види діяльності, воно було залучене у виконання завдань, які поставали перед спільнотою в певний історичний період. Історично зумовленим було і ставлення до мистецтва.

Є приклади, коли в мистецтві навіть вбачали загрозу громадському здоров'ю. Тут, першою чергою, необхідно згадати Платона, котрий обґрунтував необхідність жорсткого регулювання споживання певних видів мистецтв та його жанрів для різних верств давньогрецького суспільства. Давній мислитель стверджував, що мистецтво сприяє деградації частини сучасного йому суспільства, яке занурене у марнотратний спосіб життя. Адже саме мистецтво посідало значне місце в розвагах, які для вільнонароджених греків становили узвичаєне проведення часу. Платон, мабуть, першим привернув увагу до таких негативних аспектів залучення до мистецтва.

Вісім століть по тому Отці Церкви у Візантії, хоч як це дивно може здаватися, певною мірою були солідарні з Платоном. Так само, як давньогрецький мислитель, вони вкрай негативно ставилися до гедонізму, який був одним з істотних аспектів античного мистецтва. Вони також не сприймали властиве мистецтву прагнення відтворювати ідеальні тілесні форми. Ці сторони язичницького, як вважали у Візантії, мистецтва не вписувалися в догми християнства. Естетичний ідеал епохи втілював аскетизм у вигляді служіння та любові до Бога.

Треба враховувати, що релігія та ідеологія завжди були безкомпромісними щодо регулювання поведінки та суспільних настроїв, у відстоюванні своїх позицій від зовнішніх впливів і дуже наполегливими у просуванні їх у суспільну та індивідуальну свідомість. І часто це відбувалося в досить жорсткій формі аж до репресивних санкцій.

Своєю чергою, вже критики церкви та суворої ідеологічної цензури з боку влади, французькі просвітники «доручили» функції управління суспільством мистецтву. Однак передаючи функції з регулювання поведінки та мислення мистецтву як «м'якій силі», вони, не усвідомлюючи цього, «вбудовували» мистецтво в ті самі жорсткі соціальні конструкції, які забезпечували свого часу релігії та ідеології стабільність та недоторканність у суспільній свідомості. Таку саму недоторканність хотіли бачити щодо мистецтва й ідеологи нового часу.

Хоча в подальшому суспільна практика показала, що надії просвітників вплинути на формування соціально комфортного для всіх суспільства через вдосконалення моральних установок його членів не справдилися, а теоретичні обґрунтування поглядів не знайшли підтвердження, втім, ці сподівання і далі зберігалися впродовж ще більш ніж двох століть.

Ідея мистецтва як еманції ідеї досконалості, світла духовності, моральної чистоти не підлягає сумніву. Можна тільки дивуватися стійкості та довговіч-

ності теоретичних конструкцій, що утримували ці положення в суспільній свідомості й надихали представників гуманітарних наук у їхній вірі в перетворювальні можливості мистецтва.

Так відбувалося, мабуть, тому, що надто вже гарною була ідея — «прилучився до ціннісно виваженого, моральнісного твору — і став діяти в житті відповідно». Але якщо говорити серйозно, то аналіз причин цього наукового феномену вимагає окремого дослідження. Особливо з огляду на те, що події у просторі художнього життя на тлі значних змін в усіх царинах розвивалися досить бурхливо. У ХХ столітті художнє життя суспільства набуло цілком нових якісних форм. І далі з кожним наступним десятиліттям відрізнялося від попереднього способом художнього висловлювання. Кардинальні зміни відбулися в характері функціонування мистецтва в суспільстві, особливо у сфері долучення до мистецтва, його споживання. Але нові тенденції, що загалом і не дивно, далеко не одразу стали предметом осмислення в теоретичній думці. Її зусилля тривалий час спрямовувалися на критичні «розборки» з «неправильним» перебігом художнього життя. Реальність вперто не вкладалася в параметри панестетичних положень теорії.

Як наслідок за умов масовізації, яка визначала функціонування мистецтва у ХХ столітті, дуже мало уваги приділяли питанню — в чому суть запитованості мистецтва для частини глядачів, яку можна позначити як «наївну». Тобто йдеться про ту аудиторію, яка за чисельністю в усі часи становила основну частину споживачів мистецтва і не була обтяжена роздумами про мету мистецтва та специфіку його сприйняття.

Відзначимо, буденна свідомість, що визначає горизонти осмислення наявного існування для більшості громадян, приписує їм керуватися життєво практичними інтересами. Ці ж інтереси є основними у визначенні ставлення до мистецтва з боку цієї категорії. Питання в тому, які позаестетичні інтереси, потреби приводять споживачів до художнього продукту? Аналіз, проведений у рамках соціологічного дослідження «Українського моніторингу», свідчить, що є кілька позицій, котрі респонденти визначають як значущі у зверненні до творів мистецтва та їх сприйнятті.

Не сумніваючись у щирості респондентів, слід, однак, враховувати, що на вибір деяких позицій вплинули як мінімум два чинники. По-перше, середньостатистична людина навряд чи переймається питаннями мети мистецтва та його ролі у власному житті. Тому, і це по-друге, споживач у виборі позицій, запропонованих у моніторингу, більшою мірою керувався настановами щодо ставлення до культури й мистецтва, отриманими в школі та сформованими впродовж століть у національній суспільній свідомості. Орієнтуючись на загальноприйняту значущість культурно-мистецьких цінностей, реципієнт часто обирає у своїх відповідях ті позиції, які уможливають відповідність бажаному для нього статусу культурної особистості, хоча це може не завжди відповідати його художнім уподобанням. Таке ставлення можна схарактеризувати як квазіестетичне.

Мистецьке сьогодення

Нинішній стан художнього життя, створення та споживання мистецького продукту визначаються наявністю двох провідних сегментів художнього виробництва — культурних індустрій та сучасного мистецтва. Існування культурних індустрій зумовлене, з одного боку, досягненнями технічного прогресу, які визначають масштаби виробництва художнього продукту, його тиражування і, фактично, зняття будь-яких обмежень в долученні до мистецтва всіх верств населення. З іншого боку, функціонування культурних індустрій зумовлене наявністю значного попиту на такого роду продукцію. Твори, які становлять цей масив, переважно не обтяжені смислובуттєвими рефлексіями і спрямовані на задоволення потреб у психологічній розрядці, емоційному насиченні. До них звертаються, прагнучи розважитися, відволіктися від буденної рутини тощо.

Продукція культурних індустрій не вимагає від споживача художньої компетенції, розвиненого естетичного смаку, знань з історії культури та мистецтва. На відміну від творів сучасного мистецтва. Адже саме ці чинники постають як визначальні у спілкуванні з витворами в цьому сегменті. В усякому разі на цьому наполягають фахівці — мистецтвознавці, галеристи, куратори художніх виставок.

Тож постає питання — як ці потужні мистецькі масиви відтворюють доповнену реальність? Щодо культурних індустрій можна впевнено стверджувати, що вони внесли якісні зміни у відтворення доповненої реальності в мистецтві. Саме визначення «культурна індустрія» передбачає, зокрема, фіксацію переходу художнього споживання на безпрецедентний за масштабами рівень. Такі масштаби уможливилися тому, що художнє виробництво, як то кажуть, стало на рейки масового тиражування [Адорно, 1977]. Поряд з культурними індустріями в науковому вжитку присутні визначення «креативні індустрії», а також «творчі індустрії».

Примітним аспектом культурних індустрій є те, що вони від самого початку містять економічну складову і стають об'єктом інтересу економістів, що для царини культури, на перший погляд, дещо незвично. Проте зараз економіка культури є окремим розділом економіки. Слід зазначити, що креативні індустрії також стають об'єктом уваги завдяки їхньому сильному економічному потенціалу. В останні десятиліття в багатьох західноєвропейських країнах на територіях занедбаних промислових об'єктів, виникли культурні кластери, які за економічними показниками перевершують деякі промислові галузі. Також успішно розв'язується проблема працевлаштування.

Отже, як за умов масовості й тиражування — що є головними характеристиками культурних індустрій — виконується завдання образної матеріалізації доповненої реальності? Першою чергою, виникає питання про її ціннісний дискурс. Дослідники, котрі обговорюють цю проблему, як нам видається, часто не виходять за рамки усталеного розрізнення культури як «високої», або ж «елітарної», «творчої», «ексклюзивної» і «низької», «масової», «примітивної».

Культурні індустрії

Спершу відзначимо, що вирізнення цих сегментів як однорядних може здатися не зовсім коректним. Однак існують різні концептуальні підходи до розуміння суті культурних індустрій. Крім того, дослідники відзначають семантичне переважання поняття «культурна індустрія» через його міждисциплінарний характер. У будь-якому разі, необхідно враховувати наявність двох фундаментальних аспектів, які визначають специфіку цього явища — це художньо-культурна складова і економічна. Культурні галузі є «діяльністю, яка ґрунтується на індивідуальній творчості, майстерності або таланті і несе потенціал для створення цінності та створення робочих місць за допомоги виробництва та експлуатації інтелектуальної власності» [Браун, 2003].

Економічна складова якраз і актуалізує увагу до неї як теоретиків, так і практиків — державних менеджерів, представників художніх цехів, економістів, менеджерів різного роду тощо. Тим паче, що досвід ряду країн показав ефективність культурних галузей у розв'язанні як соціальних проблем — створення робочих місць, відродження занедбаних промислових зон; так і економічних — створення культурного продукту, залучення потоку туристів, що в підсумку перетворюється на вагомий внесок у ВВП країни. Можна навести такі дані щодо ролі мистецтва у світі: «Культурні та творчі галузі генерують 2250 млрд дол. США доходів та 29,5 млн робочих місць. Це більше, ніж доходи галузі телекомунікаційних послуг (1570 млрд дол. США) та ВВП Індії (1 900 млрд дол. США). Найбільші доходи отримують телебачення (477 млрд дол. США), образотворче мистецтво (391 млрд дол. США) та преса (газети та журнали, 354 млрд дол. США). У сфері ККІ зайнято 1% активного населення світу, а найбільшими роботодавцями є образотворче мистецтво (6,73 млн), книговидавництво (3,67 млн) та музичне мистецтво (3,98 млн) [Економічна привабливість, 2019].

Експерти мають різні погляди щодо авторства і часу введення поняття «культурні індустрії» в науковий обіг. Зокрема, серед авторів називають Вальтера Беньяміна, а також представників Франкфуртської школи, котрі, як відомо, різко негативно оцінювали процеси комерціалізації та масовізації культури. Не претендуючи на авторство, своє бачення індустріалізації в культурі як об'єктивному процесі пропонує П. Бурдьє: «Розвиток реальної культурної індустрії і, зокрема, зв'язок, який налагоджується між щоденною пресою і літературою і який сприяє серійному створенню творів практично промисловими методами, такими, як, наприклад, фейлетон (або в інших сферах — мелодрама і водевіль), збігається з розширенням кола публіки в результаті поширення початкової освіти, яка відкрила доступ до символічного споживання (наприклад, читання романів) для нових класів і жінок» [Бурдьє, 1993].

Якщо хронологічні рамки введення поняття «культурна індустрія» в широкий науковий обіг не викликають багато суперечок — це середина ХХ століття, то датування зародження цих індустрій як явища викликає істотні розбіжності. Безперечно, причиною їх є різні підходи до визначення змістової складової індустрії в культурі.

Найбільш радикально підійшов до цього російський дослідник А.Й. Флієр. Він вважає, що стандартизація і масовізація є невіддільними аспектами індустріалізації як такої. Виходячи з цього, дослідник знаходить перші ознаки індустріалізації ще у верхньому палеоліті, «коли виробництво кам'яних інструментів почало набувати високооднорідного за технікою і за результатами характеру. На думку археологів, саме перехід до високо стандартизованого виробництва певних культурних артефактів став найважливішим фазовим стрибком в еволюції від життєдіяльності тварин в напрямі до людської культури» [Флієр, 2012].

Напевно, справді стався стрибок у виробництві кам'яних інструментів, але навряд чи варто поширювати це на художню сферу, тим паче, що твердження про наявність мистецтва як такого у верхньому палеоліті, а надто в нижньому та середньому, здаються більш ніж суперечливими. Ані скельні розписи, ані скульптурні композиції з кісток і каменю, ані інші тодішні артефакти, вочевидь, не можна віднести до творів мистецтва. Дослідники і досі ламають списи в суперечках — у чому полягає призначення доісторичних розписів у печерах.

Якщо говорити все ж таки про реальні факти проявів культурних індустрій, то виходячи з таких характеристик, як масовізація та стандартизація, культурні індустрії можна розглядати, скажімо, як похідні від народної культури. Саме в ній присутня масовість, адже майже вся спільнота бере участь в обрядових діях, і стандартизація, адже з покоління в покоління передається і повторюється єдиний контент, що в текстах, що у пластиці. Тому, за бажання, можна знайти ознаки індустріалізації в культурному виробництві різних історичних епох. Але все ж таки більш продуктивно спиратися на реальність, де поєднуються складові, здавалося б, не поєднувані. Йдеться про серійне створення творів із запозиченням індустріальних методів, але ґрунтоване на особистісній творчій діяльності.

Слід також зазначити, що в межах розгляду різних аспектів функціонування культурних індустрій в судженнях аналітиків спостерігається певна амбівалентність. З одного боку, є спроба об'єктивно розглянути всі аспекти, що визначають сучасний стан функціонування мистецтва — від виробництва художнього продукту до його споживання, з іншого боку, є оцінні судження, відправною точкою яких є місіонерний дискурс інтелектуалів, з їхньою вже згадуваною вище вірою в цілющу силу мистецтва як такого, що породжує і транлює смисли.

Сьогодні ситуація така, що певна частина експертного середовища ті твори, де смисли лежать начебто на поверхні, де шкала цінностей чітко вивірена і не потребує ніяких трактовок, просто кидаючи виклик будь-яким інтерпретаціям, — такі твори позбавляють права бути визначеними як художні цінності. Аналітику такого спрямування надихає іманентна віра в те, що мистецтво, орієнтоване на масового споживача, не здатне передавати смисли, які підносять людину над потоком буденності. «Масова культура являє собою нову систему управління і маніпулювання свідомістю, інтересами і потребами, споживчим попитом, ціннісними орієнтаціями, поведінковими стереотипами сучасної людини,

вона породжується, хочемо ми цього чи ні, об'єктивними процесами соціальної модернізації суспільства. Не варто ставитися до цього негативно. Як «ерзац продукт» більш вищих сфер культури, масова культура не виробляє власних значень і смислів, а лише імітує явища спеціалізованої культури». І далі: «Суть поняття, що позначає «культурну індустрію», можна меншою мірою віднести до таких високих функційних властивостей культури, як пізнання і світогляд, регулювання, накопичення і передання соціального досвіду тощо» [Культурные индустрии, 2018].

Ми звернулися до цієї статті (яка є фактично посібником для студентів щодо написання рефератів) як до показової в сенсі акумулювання й тиражування псевдонаукових положень. Зібрані з робіт різних років, ці положення ніяким чином не відображають нинішню ситуацію в художній царині. З характеристиками культурних індустрій, які викладені в цьому тексті, її укладач дещо погарячував. Особливо з погляду регулювання, накопичення та передання соціального досвіду, які буцімто не притаманні культурним індустріям. Це стосується і питань відсутності властивостей пізнання і світогляду в художніх продуктах, орієнтованих на масове споживання. Але це проблеми, які потрібно розглядати окремо. (Тут багато суперечливого і міфологізованого: наприклад, Моцарт, шанований віками класик, насправді писав розважальну музику для мешканців палаців, Шопен виконанням своєї музики прикрашав вечори в салонах французьких можновладців. Такі приклади можна множити і множити, адже до просвітників розглядати мистецтво як засіб розваг нікому не заборонялося. Крім того, масова культура генетично виростає з народної культури. Напевно, мало знайдеться ладних заперечувати наявність функції соціального пізнання в народній культурі, як і відмовляти їй в наявності ціннісно-нормативної складової світогляду.)

Очевидно, що для споживачів культурних індустрій художні, естетичні потреби та настанови не є визначальними у виборі твору. Ба більше, вони залишаються в найкращому разі на далекій периферії у ставленні до мистецтва. Такою ж невідрефлексованою залишається потреба в пошуку смислів у художній тканині твору. Понад те, необхідність інтелектуальних зусиль з прочитання художнього тексту, особливо якщо споживач зіткнеться з необхідністю його розшифрування, може виявитися чинником, здатним стати на заваді отриманню очікуваних позитивних емоцій від спілкування з ним.

Наявність двох масивів споживчих інтересів ініціює питання про змістову наповненість доповненої реальності, яка б відповідала певному досвіду спілкування з мистецтвом. Безперечно, змістова складова доповненої реальності як запитувана складова звернення до мистецтва і спілкування з ним залежить не стільки від рівня художньої компетентності, скільки від особистісно значущої ціннісної шкали, переважно життєво-практичного спрямування, за якою реципієнт визначає привабливість конкретного твору і мистецтва взагалі.

Для споживачів культурних індустрій, не обтяжених естетичними рефлексіями та художньою компетентністю, запитувана доповнена реальність перебуває у сфері життєвих інтересів та цінностей. Тут ідеться про орієнтацію на змістовий бік твору, на осягання його значень і цінностей, бажано вже знайо-

мих із життєвої практики. Варто також згадати й аспекти, запитувані всупереч життєвій практиці. Згадаємо про «духовну тугу», про яку йдеться в Еклезіасті. Воно з'являється, зокрема, як реакція на відсутність (з різних причин) у плині сьогодення можливості наблизитися до світу мрій, поривань, до уявлень про життєвий ідеал. Тобто йдеться про душевний неспокій, незадоволеність наявним буттям. Розраду у цих негараздах споживач може знайти в художньо конструйованій доповненій реальності.

Існування попиту на таку продукцію, як зазначалося, освічена еліта розглядає як відсутність естетичного смаку і небажання розвиватися духовно. Але нехтування потребами, інтересами переважної частини аудиторії аж ніяк не прикрашає інтелектуальну та творчу еліту. Насправді йдеться про представників величезного шару культури, який не тільки заслуговує на повагу, а й має бути досліджений, а таке ставлення до мистецтва має бути всебічно проаналізоване. Тільки після цього з'явиться можливість наблизитися до розуміння процесів, які нині відбуваються у сфері функціонування мистецтва за відсутності будь-яких обмежень у доступі до художньої продукції.

І культуролог, і соціолог не повинні проходити повз реальне змістове наповнення сучасного мистецького життя й, зокрема, ігнорувати той факт, що в ньому значне місце займають казкові сюжети в різних жанрових модифікаціях — фентезі, фантастика тощо. У кінематографі вони постають як блокбастери, де завдяки спецефектам та комп'ютерній графіці можна розгортати події у вигаданих світах, з героями з надлюдськими можливостями, дивувати картинами, ще не баченим на землі за своїм технологічним обладнанням середовищем.

Можна по-різному ставитися до любові до казок. Проте ця любов, як відомо, має тисячолітню історію. Казка, як і будь-який витвір мистецтва, ґрунтована на здатності ввести реципієнта в особливий чуттєвий стан, задати певний настрій, який виводить за межі буденності, звичної життєвої рутини, відкриває простір для уяви. В любові до казки повною мірою виявилася і далі виявляється потреба в переживанні бажаного, в тому числі бажаного виміру у своїх стосунках із реальністю. Тому не дивно, що сучасні модифікації казок настільки популярні. Адже привабливості доповненій реальності додає те, що в цих казках вона постає і як результат, і як втілення високих технологій. Тим самим, так би мовити, йде в ногу з часом.

Очевидно, що культурні індустрії сьогодні виробляють головний масив художньої продукції. Для того, щоб оцінити характер попиту на такі твори, їх важливість, змістову наповненість доповненої реальності, яка відтворюється і пропонується споживачеві, слід як мінімум намагатися зрозуміти цього споживача, а як максимум визнати за ним право вибору.

Як зазначалося, перешкодою на шляху до такого розуміння постає методологічна настанова — оцінювати будь який мистецький твір за критеріями, які визначають відповідність так званому «високому», «елітарному», «ексклюзивному» тощо мистецтву. Якщо такої відповідності не знаходять, твору автоматично присвоюють статус другосортного. Таким же чином розрізняють і споживчі художні уподобання.

А втім, реалії сучасного художнього життя полягають в тому, що твори, які становлять масив культурних індустрій, по-перше, спрямовані на споживача, який бачить в мистецтві можливість наповнити своє повсякденне життя яскравими враженнями, переживанням подій, які компенсують рутину буденності. По-друге, слід враховувати, що наразі цей масив є художнім мейнстримом, де, як зазвичай, присутні як досягнення, так і невдачі.

При цьому необхідно зауважити, що при створенні цього масиву продуктів культурних індустрій запит на майстерність і професіоналізм творців є такими самим, як і у високій культурі. Відомо, що чимало кінематографістів здобули світове визнання як творці блокбастерів, фентезі, бойовиків, аудиторія яких сягає десятків, ба й сотень мільйонів глядачів. Смерть акторів, які грали в культових фільмах і серіалах, на світових стрічках новин подають як топ-подію. На Олімп слави зійшло багато представників музичної індустрії. Ці та багато інших фактів доводять, що саме продукція культурних індустрій сьогодні є невіддільною складовою повсякденного життя переважної частини аудиторії. Додамо, що багато представників творчої, інтелектуальної еліти добре знайомі з цією продукцією і також уважно стежать за виходом наступного сезону «Гри престолів» — такого собі крутого фентезі, приправленого еротикою. У творах, які становлять масив культурних індустрій, пропонується світ почуттів і бажань, яким не знаходиться місця в реальному житті. Реципієнт отримує можливість реального переживання віртуальної реальності, де почуття задовольняються і бажання збуваються. Добре відомі слова: «Над вымыслом слезами обольюсь». Але ж сльози справжні.

Сучасне мистецтво: доповнена реальність як камінь спотикання

У цьому дослідженні ми звертали увагу, зокрема, на те, що присутні у суспільній свідомості, як і в теоретичних поглядах, уявлення щодо головного призначення мистецтва вдосконалювати світ і людину, не відповідають повною мірою реаліям його функціонування і споживання. Йшлося також про роль соціальних, економічних, технологічних та інших чинників, які впливають на функціонування художньої царини, різних її ланок.

Очевидно, що «сучасне мистецтво» як сукупність напрямів, котрі визначають процеси в художній діяльності впродовж останніх 60 років, унаочнило ситуацію, за якої мистецтво не є позачасовим явищем, ні за формою, ні за змістом. Ми далекі від того, щоб займатися апологетикою дуже суперечливих за способами художніх висловлювань об'єктів, що їх пропонують творці сучасного мистецтва. Шкала оцінювання цих творів, як неважко помітити, дуже строката — від тверджень про вершинні прояви, декларовані як проникнення в глибинні структури стосунків людини зі світом, що їх знаходять в нагромадженні химерних форм, кольорів та ліній теоретики мистецтва, мистецтвознавці, культурологи, інші фахівці, до зневажливого ставлення до таких творів, як до шарлатанства і обману публіки.

Наші тези щодо відриву теоретичних студій від практик функціонування мистецтва, від зумовленості цих практик чинниками не тільки естетичного, худож-

нього порядку, а й, більшою мірою, економічного, соціального, статусного можна добре проілюструвати якраз на прикладі сучасного мистецтва.

Нагадаємо, що «сучасне мистецтво» — це сукупність художніх течій, а також художніх практик, які сформувалися у другій половині ХХ століття. Звісно, цікаво знайомитись із працями фахівців, котрі вбачають сутнісну ознаку витворів сучасного мистецтва в тому, що «в кожній окремій реалізації він вже не є завершеною «в ілюстративному художньому образі» матеріалізацією почуттів або задуму, але є процесом безперервного творення художнього образу у свідомості глядача» [Смирна, Хаматов, 2016]. Тобто, як зазначають автори цитованої статті, відмінність сучасного мистецтва в тому, що замість застиглих художніх форм головним є процес творення.

Зрозуміло, що всі ці, скажімо так, революційні для художньої сфери процеси, пересічному споживачеві не надто зрозумілі, а тим паче не надто прийнятні. В усякому разі не за часів їхньої появи. Разом із тим, сучасне мистецтво за декілька десятиліть впевнено утвердилося в художньому просторі багатьох країн світу. Музеї, центри, галереї сучасного мистецтва стали не тільки частиною культурного життя міста, а й туристичною принадою. Варто зазначити також і привабливість творів сучасного мистецтва як способу вкладання грошей для поціновувачів, колекціонерів, бізнесменів, великих корпорацій тощо. Відомості щодо оборудок на ринку мистецтва підтверджують зростання попиту на ці твори. Дані за останні 20 років свідчать, що обсяг продажу сучасного мистецтва збільшився на 2100% — з 92 млн доларів у 2000-му до 2 млрд доларів у 2019 році. За вартісними показниками твори сучасного мистецтва з 2000 по 2020 рік принесли 22,7 млрд доларів [Рынок современного искусства, 2020].

Звісно, комерційна привабливість — важливий показник утвердження цього сегмента мистецтва і на ринку мистецтва, і в сучасному культурно-художньому просторі. Але не менш важливо визначити зумовленість інтерації нових течій до цього простору, з'ясувати чинники, що сприяли їх легітимації як явища мистецтва в суспільній свідомості.

Появу новітніх течій пов'язують передусім з іменами Джексона Полока, Марка Ротко, Вілема де Кунінга, Енді Воргола, Йозефа Бойса, Демієна Герста та інших художників, переважно представників західноєвропейських країн. Підтримка і сприяння розвитку актуального мистецтва в цих країнах йшли за двома напрямками. Перший — підтримка з боку владних еліт, які керувалися наміром демократизувати процес створення і сприйняття мистецтва. Крім того, дослідники вказують, що інституціоналізація сучасного мистецтва була цілком контрольованим процесом, що відбувався в межах завдань, спрямованих на досягнення певних цілей культурної політики. Тут можна вказати і на заохочування певних форм культурного споживання, і на спрямування творчої енергії в бажане річище. Фінансування з боку державних та суспільних інституцій, а також приватних ініціатив через надання грантів представникам сучасних художніх практик, давало підстави прямо або опосередковано закликати до виконання конкретних завдань — зокрема висвітлення таких нагальних для західної

спільноти тем, як проблеми меншин та мігрантів, расизм, толерантність тощо [Воропай, 2009].

Щодо другого моменту, треба зважати на те, що зарубіжні аналітики також вказували на контрольованість і навіть керованість з боку ЗМІ процесів, які розгорталися навколо культурної легітимації сучасного мистецтва.

Англійська дослідниця Френсис Сондерс вказує також на те, що просування сучасного мистецтва в публічний простір, відбувалося як спецоперація ЦРУ. З огляду на те, що йдеться про роботу ЦРУ, автор не оперує конкретними фактами; вона зазначає, що «впродовж багатьох десятиліть в художніх колах ходили чутки, що ЦРУ використовувало американське сучасне мистецтво — в тому числі твори таких художників, як Джексон Поллок, Роберт Мазервел, Вілем де Кунінг і Марк Ротто — як зброю у холодній війні. Тепер це стало підтвердженим фактом» [Сондерс, 1995].

Отже, як бачимо, стрімке входження сучасного мистецтва в художній простір країн Заходу вможливилось завдяки підтримці дуже поважних інституцій. І в кожному регіоні, в кожній країні ця підтримка мала свої особливості.

Другим напрямком, який сприяв впровадженню і, головне, прийняттю пропонуваного творіння, було ставлення аудиторії. Хоча це прийняття мало досить пасивний характер. Для того, щоб розуміти обставини входження в життєвий простір обивателя і прийняття з його боку творів, які маніфестують відмову митців від традицій класичного та реалістичного мистецтва, треба згадати про значення мистецтва, його роль у суспільстві в західноєвропейському культурному просторі. Вони значно відрізнялися від тих, що сформувалися в вітчизняній культурній свідомості. Зокрема, навряд чи з високих трибун країн Заходу митцям заявляли, що вони щось завинили народові. І в пересічної людини зі шкільних років не культивували установку на сприйняття мистецтва як сакральної сфери, де відбувається художня матеріалізація вищих істин.

Обґрунтування цих положень знаходимо у відомій праці Бурдьє «Розрізнення: Соціальна критика судження». Розглядаючи умови, за яких формуються художні смаки та естетичні уподобання особи, Бурдьє не згадує про участь в цьому процесі культурної політики з боку держави. Соціолог доводить, що їх формування відбувається під впливом умов соціалізації та становища особи в суспільстві. Становлення естетичних потреб, художній розвиток та освіта відбуваються під впливом родини, залежать від її матеріального становища та соціального середовища. Йдеться також про наявність у суспільстві умов, способів освоєння та привласнення культури тощо. Взагалі не йдеться про якусь цілеспрямовану діяльність владних інституцій із формування у громадян художніх смаків, естетичних уподобань, ціннісних установок у ставленні до мистецтва.

Отже, західний масовий споживач, у своїй більшості, за умов відсутності заданих чинними владними інституціями уявлень про загальноприйнятні, історично усталені, ідеологічно затверджені, незаперечні зразки «правильного» мистецтва, виявився, так би мовити, чистим аркушем в часи експансії сучасного мистецтва в суспільний і культурний простір.

З огляду на це, а також на інституції, які опікувалися просуванням цього мистецтва, не дивно, що прийняття нових художніх форм і практик пройшло для західних споживачів доволі безболісно. Вони приймали на віру стверджувану згори цінність новітніх мистецьких витворів, яку до того ж широко пропагували у ЗМІ.

Зрозуміло, що для вітчизняного споживача ситуація була зовсім інакшою. Він якраз мав прищеплені зі шкільних років уявлення про мистецтво, які спиралися на історично усталені погляди й формувалися за активної участі державної культурної політики. До того ж важливо розуміти, що ці уявлення дотичні до сфери належного і впроваджувалися у масову свідомість як культурно-ціннісні установки, які демонстрували свою концептуальну непохитність. Звідси всі труднощі входження сучасного мистецтва у вітчизняний культурний простір.

Але часи змінилися. Попри добре відомі з радянського минулого перипетії з неприйняттям нових художніх висловлювань, які не вкладалися в матриці соцреалізму, від кінця 1980-х і з початком 1990-х років нові течії вже не наражалися на перешкоди з боку владних інституцій. Тож вони почали утверджуватися в художньому житті вже незалежної України, й сьогодні можна говорити вже і про наявність вітчизняних інституціоналізаційних форм, таких як музеї сучасного мистецтва, центри, галереї, фестивалі. Функціює Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України. Твори українських митців представлені на арт-майданчиках світового значення — міжнародних бієнале, вони беруть участь у проєктах відомих музеїв багатьох країн.

Проте нас більшою мірою цікавить, якими можливостями, якими засобами володіє сучасне мистецтво для задоволення потреби споживача в доповненій реальності. І якщо йдеться про вітчизняного споживача, то в дослідженні цього процесу обов'язково треба враховувати цілу низку обставин. І першою чергою — змістовність культурного капіталу, який він, споживач, успадковує у процесі соціалізації. Треба розуміти також, що цей процес має значний інерційний потенціал, тому необхідно враховувати, що засади, на яких будуються сучасні художні практики, не надто співзвучні ціннісно-змістовому наповненню цього культурного капіталу.

У всякому разі такі ознаки сучасного мистецтва, як незавершеність художнього образу, як процес його творення у свідомості глядача, можуть виявитися певною перешкодою для сприйняття змісту пропонованого твору. Спілкування з творами постмодерністської та постпостмодерністської доби опосередковане певною умовою — необхідно мати певне уявлення про засади їх творення, а ще краще — розумітися на історії живопису та знати шлях, який пройшли митці до утвердження права на власне творче бачення. На цьому, зокрема, наполягають теоретики, мистецтвознавці, пропагандисти сучасного мистецтва.

Тобто споживач має знати і прийняти, що сьогодні митець керується принципом «усе дозволено». За умов відсутності будь-яких меж, таке мистецтво здатне обійняти і ввести в тканину твору будь-яке життєве явище. Тож у спілкуванні із сучасним мистецтвом треба фактично відмовитись від наявного ху-

дожнього досвіду, так само, як і від намагань оцінювати такі твори за звичними мистецькими критеріями.

Зусилля такого плану навряд чи будуть радо сприймати пересічні споживачі. Схильність до таких зусиль може проявляти та частина аудиторії, яка в стосунках з мистецтвом керується саме естетичними, художніми настановами. Пріоритетним у цьому разі є бажання збагатити спілкування з мистецтвом знаннями про нові можливості творчої діяльності та переживання своєї причетності до цієї сфери. В таких випадках власний досвід сприймається як простір для експериментів.

Якщо говорити про можливості сучасного мистецтва збагачувати уявлення споживача про способи емоційного дотику до доповненої реальності, то треба говорити про акціонізм. Особливість акціонізму та близьких до нього практик — хепенінгу, перформансу, евенту, мистецтва дії, мистецтва демонстрації тощо — полягає в тому, що результат творіння вбачають у самому його процесі. Глядач має змогу стати учасником цього процесу, а отже, перейнятися цим, пережити смислові меседжі, які генерує у творчій акції митець. Питання тільки в тому, наскільки ці меседжі дотичні до бажаного для реципієнта ціннісного наповнення свого духовного простору. Утім, в усякому разі певний досвід переживання адресованих йому послань він отримує.

Якщо ж говорити не про гіпотетичну здатність сучасного мистецтва сприяти реалізації потреб в переживанні бажаного, а безпосередньо про споживача, то з певних причин сучасне мистецтво, найімовірніше, не сприймається в такому ракурсі. По-перше, тому що, як зазначалося, способи художнього висловлювання в сучасному мистецтві не дотичні до сформованих у пересічного споживача уявлень про мистецькі форми, а часто навіть неприйнятні в межах його досвіду. Тому процес сприйняття виходить з комфортного емоційного стану очікувань бажаного, а реципієнт стикається з необхідністю визначатися з власним ставленням до презентованих практик. Тобто певною мірою реципієнт опиняється в зоні емоційного дискомфорту. Адаже часто-густо перед ним постає вибір — зізнатися собі (та навколишнім), що не розуміє і не сприймає представлених форм і дійств, або ж постати в ролі поціновувача культурних новацій, тим самим намагаючись приєднатися до спільноти знавців та експертів.

Серед причин того, чому важко очікувати реалізації можливостей сучасного мистецтва задовольняти потреби в психологічному комфорті та отриманні небуденних яскравих вражень, є, поряд з іншим, особливості інституціалізаційних форм подання художньої продукції новітнього спрямування. Слід зазначити, що музейні заклади, де такі витвори експонують, більшою мірою позиціонуються як принадні туристичні об'єкти. Це світова практика. Зрозуміло, що жорсткий графік відвідин, запланованих у програмі туристичної поїздки, зумовлює дуже побіжне ознайомлення з експозицією. Такий спосіб, постає радше не як спілкування з творами мистецтва, а як знайомство з експонатами. Тому емоційної пам'яті від спілкування з твором не залишається. У найкращому разі згадуються кілька фактів з історії створення твору, наведені гідом.

Сучасне мистецтво в усіх його проявах за своїми сутнісними ознаками, за специфікою художніх висловлювань, ніяким чином не спрямоване на визнання потреб реципієнта. Провідна риса, яка об'єднує силу силенну течій в цьому напрямі, — безальтернативне домінування митця у визначенні меж мистецтва в кожному акті. І хоча О. Петрова вважає, що безоцінного сприйняття не буває, тут можна говорити про радше беземоційне сприйняття. Глядач уникає якихось оцінок із двох причин. Пропоновані йому твори або ж художні акції часто незрозумілі й навіть неприйнятні для нього; вони радше суперечать його уявленням про мистецтво. Попри те, сучасне мистецтво так чи інакше присутнє в культурному житті. Експертна думка часто виступає його адептом, наголошуючи нові можливості сучасного мистецтва в осмисленні стосунків людини зі світом.

Тому, з огляду на думку знавців, глядач не зважається висловити своє ставлення до незрозумілих йому витворів, але й перейнятися задумом автора він не в змозі. Тому маємо в публічному просторі демонстративно безоцінне ставлення, як певну стратегію поведінки — аби в очах оточення не піддати сумніву свою культурну компетенцію негативним ставленням до новацій, а на особистісному рівні — спектр емоційних реакцій може коливатися від неприйняття — до подиву щодо об'єктів, які пропонують визнавати мистецькими витворами.

Загалом наші роздуми щодо можливостей сучасного мистецтва, а радше фактичної відсутності можливостей поставати як простір художнього втілення доповненої реальності, можна проілюструвати і відсутністю з боку споживача очікувань стосовно цього. В моніторингу «Українське суспільство» починаючи з 1992 року ставили запитання: «Чим Ви займалися у вільний від роботи час принаймні раз упродовж 7 днів», і пропонували кілька позицій на вибір. На жаль, не було окремої позиції щодо спілкування з образотворчим мистецтвом. Натомість була така: «Відвідування театрів, концертів, музеїв, художніх виставок». За роки, що минули, ми не бачимо якоїсь відчутної динаміки у відвіданні цих закладів — 3,4% у 1994 і 3,8% — у 2018 році. Найнижчий показник — 2,2% — фіксувався у 2002 році, а найвищий — 4,7% — у 2016-му [Українське суспільство, 1992–2019].

Отже, є підстави стверджувати, що мистецтво, попри фундаментальні зміни, які відбулися в усіх його ланках, — від створення творів до можливостей їх трансляції та масштабів долучення до них аудиторії — функціє в сучасному суспільстві на тих самих засадах, що і впродовж своєї історії. Тобто, як і завжди, існує масив творів, адресований художньо освіченій частині аудиторії, розуміється, зокрема, на творчих технологіях. Другий, значний за обсягом масив адресований, фактично, всім споживачам мистецтва — і тим, для кого естетичні та художні уподобання не є пріоритетними, і тим, хто розуміється на художній досконалості та естетичній довершеності. Остання категорія також готова у своїй більшості сприймати твори, які не претендують на мистецькі досягнення, але можуть задовольнити потреби позаестетичного та позахудожнього плану. Про них вже неодноразово йшлося.

Щодо доповненої реальності, її ціннісного наповнення, то у цих двох, звісно, умовних категорій споживачів різний характер «бажаного». Якщо для катего-

рії «наївних» споживачів твори поцінуються тим вище, чим повніше подана в них реальність постає як необхідна ланка для відчуття повноти буття. При цьому ілюзорність цього відчуття не стає предметом рефлексії. Натомість, для «освіченої» категорії споживачів така ілюзорність досить очевидна. Але навіть за наявності розуміння її художнього походження, для більшості таких споживачів теж важливо долучитися до переживання подій та вражень, які виводять за межі буденності, збуджують уяву, відтворюють картини інших світів.

Таким чином, щоб оцінити можливості мистецтва відтворювати доповнену реальність треба, по-перше, переосмислити цілу низку теоретичних положень щодо призначення мистецтва, його ролі в житті суспільства та людини, визначити, до якої площини належного чи сутнього ці положення спрямовані. По-друге, для того, щоб аргументовано оперувати твердженнями про вплив мистецтва, про його можливості ціннісно орієнтувати реципієнта, треба враховувати складність цього процесу, наявність різних чинників, які зумовлюють його перебіг і відповідно результативність. По-третє, — і це, мабуть, головне — необхідно визначитися у зв'язці мистецтво – сприймаюча людина, що є важливішим — мистецтво в досить абстрактному умоглядному розумінні чи реципієнт з його реальними потребами, бажаннями, преференціями, уподобаннями. В аналізі треба враховувати, що ці чинники у своєму ціннісному наповненні можуть не збігатися з положеннями теорії, побудованої на засадах належнісного ставлення до мистецтва та його сприйняття. І все ж таки «наївний» споживач в усі часи, можливо за деякими поодинокими винятками, становив основну аудиторію мистецтва. Тому є всі підстави приділяти йому дослідницьку увагу, ставлячись до нього як до рівноправного учасника культурного процесу. Тим паче, що часи, коли ще існували якісь можливості контролювати процес долучення до мистецтва, минули, і треба виходити із сучасних реалій споживання мистецтва.

Джерела

- AR — Дополненная реальность, s.a. Отримано з: <https://habr.com/ru/post/419437/>
- Аристофан (2016). Лисистрата и другие пьесы. Москва: Риполклассик. Отримано з: <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. Отримано з: <http://www.cpolicy.ru/analytics/64.html>
- Бурдьє, П. (1993). Рынок символической продукции. Вопросы социологии, 1/2. Отримано з: <http://bourdieu.name/content/burde-rynok-simvolicheskoy-produkcii>
- Бурдьє, П. (2003). Исторический генезис чистой эстетики. НЛО, 60.
- Виппер, В.Б. (2004). Введение в историческое изучение искусства. Москва: АСТ-пресс-книга.
- Волкова, П. (2013). Иероним Босх. Корабль дураков. Отримано з: <https://www.youtube.com/watch?v=xUbAfWVc5o>
- 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 автопоззиса. Художественный журнал, 71–72. Отримано з: <http://moscowartmagazine.com/issue/21/article/3144>

Гуревич, А.Я. (2012). Категории средневековой культуры. Отримано з: <http://www.a124.ru/wp-content/uploads/2012/07/>

Даниленко, О.І., Янкевич, М.С. (2011). Отношение к искусству как проявление ценностных ориентаций личности. Отримано з: <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. Отримано з: http://moscowartmagazine.com/issue/94/article/2079_919

Массовая и элитарная культуры. Обществознание (2017). Отримано з: <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). Отримано з: https://artinvest-ment.ru/invest/analytics/20201016_ArtpriceCont.html

Смирна, Л., Хаматов, В. (2016). Современное, современное и новейшее искусство: попытка осмысления понятий. Отримано з: <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. Отримано з: <https://vz.ru/opinions/2020/10/4/1062986.html>

Сондерс, Ф.С. (2013). ЦРУ и мир искусств. Культурный фронт холодной войны. Москва: КучковоПоле. Отримано з: <https://www.labirint.ru/books/401160/>

Толстой, Л.Н. (2019). Исповедь. Отримано з: http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0440.shtml

Флиер, А.Я. (2012). Культурные индустрии в истории современности: типы и технологии. Отримано з: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier-cultural-industries>

Этнографическая аналогия и пещерное искусство (2014). Отримано з: <https://arheologija.ru/etnograficheskaya-analogiya-i-peshhernoje-iskusstvo>

Отримано 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/analytics/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, Янкевич 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-peshhernoje-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 Obzrenie. [=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.labirint.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, Хамаатов 2016]

Tolstoi, 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: ASTpress-kniga. [=Виппер 2004]

Received 16.06.2021

РАЇСА ШУЛЬГА

Доповнена реальність у реаліях функціонування мистецтва

У статті розглядаються питання, пов'язані з можливостями мистецтва в проорокуванні 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 зацентовано 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 меншвартісне. 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

РАИСА 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 XX 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 противоречие 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 суцність 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