

Проблема эстетического восприятия информационного общества

Научный руководитель – Меднис Наталья Вольдемаровна

Сахарова Ольга Алексеевна

Студент (бакалавр)

Калининградский государственный технический университет, Калининград, Россия

E-mail: olga.sakharova.99@mail.ru

Сахарова О.А.

студентка 2-го курса

Меднис Н.В.

Кандидат филос. наук, доц. кафедры философии и культурологии

Калининградский государственный технический университет, факультет биоресурсов и природопользования, Калининград, Россия

e-mail: olga.sakharova.99@mail.ru

При анализе искусства и эстетики в информационную эпоху нужно понимать в первую очередь то, что ранее предметы искусства были уникальными потому что, существовали в единственном экземпляре — картины, музыкальные произведения и т.д. Для того, чтобы увидеть их нужно было посетить музей или театр, тогда как сейчас, в нынешнюю технологизированную эпоху это все приобретает массовое воспроизводство. Целями исследования являются: описание восприятия эстетики искусства в эпоху медиа и постмедиа, сравнение изменений в формате подачи и восприятия искусства. В наше время любой желающий, умеющий пользоваться сетью Интернет, способен найти любое из произведений искусств за доли секунды и насладиться им в любой момент [4, 70с.]. По мнению П. Леви, в XXI веке следует ожидать, что в киберискусстве основным художником станет «инженер мира». Инженеры миров — это создатели виртуальных реальностей, строящих коммуникационные пространства, разрабатывающие технологии искусственного интеллекта и конструирующие сенсорно-моторные интеракции с цифровой вселенной. В такой реальности теряется привязка ко времени и пространству, человеку больше нет необходимости посещать мероприятие, так как всё это он может видеть на своём телеэкране в записи или по прямой трансляции в эфире, либо запустить в любой момент из сети Интернет. Произведение перестает быть направленным к определённом зрителю, его может посмотреть любой желающий в удобное для него время. С помощью виртуальных технологий также становится возможным перемещение в разные уголки планеты и пребывание в нескольких местах одновременно. [3, 56с.] Необходимо отметить, что современное общество уже достаточно определено разделяется и на элиту и "остальных". И, если ранее, элита подразумевала определенный уровень образования, успешность в карьере, финансовые возможности, то сейчас это понятие сводится к популяризации персоны. Современная элита подразумевает определенный уровень цитируемости в социальных сетях, узнаваемость. Эстетические предпочтения также являются тем критерием, которые задают социальную планку. Современные виды искусства высокого уровня, как правило, не доходят до всеобщего "узнавания". В арт- менеджменте давно существует феномен "подсолнухов", то есть после того как картина Ван Гога стала известной, а эстимейт продаж на аукционах изобразительного искусства превысил все мыслимые цены, обыватель стал воспринимать любое изображение этого цветка как некий эталон правильного выбора произведения искусства и выгодного вложения средств. Но из тех, кто готов купить подобное изображение, достаточно малая часть реально видела эту картину, знает историю создания и т.д. Это

некий "мем", который прочно вошел в сознание. Более того, любое изображение в дизайнерском варианте воспринимается позитивно [5, 17с.]. За эпохой медиа, несомненно, будет следовать эпоха постмедиа, в которой нужно будет решать такие важные задачи как хранение, сжатие и передача больших объемов информации. Необходимо не только сохранять новую культуру и искусство, но и сохранить старые, а также рассматривать их как единый континуум. Только так возможно создать новую культуру постижимой для следующих поколений, которым предстоит жить дальше в эпоху цифровизации. Благодаря этому новые поколения способны будут усовершенствовать технологии, используемые сейчас, не растеряв прежние функции, но внося что-то абсолютно новое. Первым примером в качестве доказательства этих слов могут выступать трёхмерные картинки из второй половины XX века, которые при помощи стереочков становились объёмными, сейчас такая технология переросла в целые трёхмерные фильмы, которые позже усовершенствовались в 5D технологии, где помимо трёхмерного изображения добавились ещё движения кресел и запахи в зале, соответствующие картинке на экране [2, 41с.]. В качестве второго примера хотелось бы рассмотреть создание музыки. Ранее музыка создавалась при помощи музыкальных инструментов, одного или целого оркестра, записывалась на нотном стане. Тогда как сейчас, помимо обычного способа существует ещё возможность создания музыки при помощи компьютерных программ, но эта музыка в большинстве своём, будет иметь звук отличный от того, который был бы при записи реального музыкального инструмента. Такие программы не способны реалистично воспроизвести звучание музыкального инструмента, что приводит к искажениям звука [1, 40с.]. Подводя итоги, можно сказать, что искусство — это обширное понятие, которое объединяет в себе всё культурное наследие прошлых поколений. С развитием новых технологий, переходящее на новые площадки взаимодействия со зрителем. Для развития эстетики в информационном обществе прорывным способом стоит предложить не фиксироваться на средствах выражения авторского замысла, а создавать на этой основе что-то новое, но не утрачивая при этом старое культурное прошлое. Цифровизация помогает людям не тратить время и деньги на дорогу, покупку билетов в музей, в театр, помогает увидеть, рассмотреть произведение здесь и сейчас с помощью сети Интернет. Но, несмотря на все удобства, это вряд ли сможет заменить реальное изображение, изначально написанное на холсте маслом, увидеть его структуру и насладиться театральной постановкой, концертом, ощутить ту атмосферу глядя лишь с экрана монитора. Поэтому не стоит забывать о классических, всем известных способах создания предмета искусства.

Литература

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