

И.Н. Захарченко

## Цифровые презентации искусства в контексте мультимедийных экспозиций: проблемы восприятия

Цифровая парадигма культуры формирует новые социокультурные практики, анализ которых открывает возможности обсуждать особенности современного культурного сознания. Обращение к актуальным способам предоставления художественной информации позволяет ставить вопрос о способах трансляции современного гуманитарного знания. Анализ цифровых презентаций искусства в формате мультимедийных экспозиций свидетельствует о новых алгоритмах как получения знаний об искусстве, так и художественного восприятия, которые соответствуют законам современных массовых зрелищ. Это делает мультимедийные экспозиции популярным видом досуга и прибыльным коммерческим продуктом.

*Ключевые слова:* медиатехнологии, художественная информация, художественное восприятие, цифровая копия, мультимедийная экспозиция.

В широком спектре проблем, связанных с изучением социокультурных практик эпохи «цифрового поворота», важное место занимает анализ художественной информации, формируемой современными технологиями. Большую роль в современном культурном пространстве играют цифровые, с использованием мультимедийных возможностей, презентации искусства в музейном и выставочном пространстве. Феномен мультимедийных экспозиций является специфическим культурным текстом, актуальность анализа которого связана с несколькими уровнями современных социокультурных исследований. Назовем, во-первых, проблему встраивания художественного восприятия в поток медиаинформации и рождение новых алгоритмов восприятия искусства, а во-вторых, дигитализацию восприятия музейного искусства как способа конструирования знания об искусстве и влияние формирующихся на этой основе рецепторных механизмов на идентичность современного человека. Обозначенная проблематика напрямую связана

с пониманием цифровой среды как нового многофункционального образовательного пространства, вырабатывающего современные способы трансляции гуманитарного знания.

Мультимедийные экспозиции, посвященные различным периодам истории искусства и обещающие знакомство с творчеством тех или иных знаменитых художников прошлого, являются сегодня резонансным и широко обсуждаемым событием культурной жизни. Так, в Москве только Центр дизайна Арטיפлей за последние два года реализовал несколько подобных выставочных проектов<sup>1</sup>. Они оказались востребованным – в рамках современной индустрии досуга – коммерческим продуктом, встраивающим художественную информацию в массовое сознание.

Экспозиционное пространство цифровых выставочных проектов представляет собой коммуникационную медиасреду, в которой происходит безостановочное движение определенного набора цифровых копий художественных произведений. Современные проекционные технологии предлагают самый разный инструментарий, позволяющий создавать мозаично сменяющиеся друг друга визуальные ряды, синхронно использовать впечатляющие световые, цветковые, звуковые эффекты, сквозь призму которых посетитель погружается в атмосферу какой-либо эпохи в истории искусства или переживает коллизии творческого пути представляемого художника.

Чтобы оценить мультимедийные экспозиции как новую форму презентации знаний и восприятия искусства, следует обозначить специфику художественной информации и особенностей ее восприятия. Информационный подход трактует искусство как особую – художественную – информацию, которая воспринимается в первую очередь чувственно-эмоциональным аппаратом человека. С точки зрения информационного подхода к искусству любое восприятие может рассматриваться как «отображение внешних событий и объектов рецепторами человека в определенные образы с последующей обработкой, интерпретацией и эмоциональной оценкой»<sup>2</sup>. Важно, что в этом случае формируется индивидуализированный характер восприятия произведения. Во-первых, это связано с тем, что заложенная в нем информация всегда «промерена» внутренним опытом художника-творца. Во-вторых, произведение визуального искусства мы всегда воспринимаем в физической среде, в числе прочего пронизанной системой отраженных световых потоков. Если взять в качестве примера живопись, то, по утверждению А.С. Дриккера, поверхность картины «порождает до трех отраженных потоков: от лаковой и красочной поверхностей и от основы». Суммарный поток на сетчатке, пишет он, «представ-

ляет собой результат интерференции этих потоков, он зависит от угла зрения и меняется (в соответствии с разрешающей способностью глаза) при угловом смещении в несколько секунд<sup>3</sup>. Это означает, что каждый элемент как формы, так и текстуры произведения искусства несет художественную информацию и предполагает индивидуальную интерпретацию. Наконец, восприятие искусства всегда связано с чувственной и интеллектуальной подготовленностью зрителя, его личным жизненным опытом, готовностью вступить в эмоциональный контакт с шедеврами прошлых столетий.

Современные цифровые технологии, используемые для копирования искусства, меняют онтологический статус произведения и рождают качественно иную по своим характеристикам художественную информацию. Еще в работе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» В. Беньямин показал, что «природа открывающаяся камере, другая, чем та, которая открывается глазу». Репродуцирование, по его словам, не только лишает произведение ауры, но меняет сенсорное и интеллектуальное восприятие искусства: «...место пространства, проработанного человеческим сознанием, занимает бессознательно освоенное пространство»<sup>4</sup>. Сформулированные в первой половине XX в. положения сохраняют в современной культуре свое значение и являются ключевыми для понимания характера сенсорной реакции на дигитальные изображения.

В цифровую эпоху художественная информация «собирается» из миллионов пикселей. Репродуцируемое произведение утрачивает свою текстуру, колористические нюансы, первоначальный формат и т. д., т. е. уникальность. Благодаря плоскости экрана оно помещается в определенные технологические условия воспроизведения, усредняется, становится равным другим потокам цифровой информации. К этому следует добавить, что цифровая копия, в числе прочего, меняет сам характер оригинала: «глаз» камеры фиксирует произведение в условиях определенного освещения, которое влияет на свето-теневые, цветовые и др. характеристики произведения. Представляемая цифровыми копиями художественная информация оказывается «гламурной» – более яркой и интенсивной. Художественное произведение упрощается до внешней презентации, превращается в одну из составляющих плотного медийного потока.

В этих условиях меняется характер как визуального, так и эмоционального восприятия репродуцированного памятника. Современному человеку предлагаются технологически совершенные копии, представляемые в различных форматах. С одной стороны, зритель, знакомящийся с искусством по цифровым репродукциям,

сталкивается с избыточными потоками визуальной информации: произведение может быть увеличено, разбито на фрагменты, воспроизведено в системе различных цветowych фильтров и т. д. С другой стороны, эмоциональная реакция этого зрителя угасает, индивидуализированное переживание художественного целого нивелируется, опускается до уровня восприятия повседневных информационных потоков, формирующих менее нюансированное, не требующее значительных чувственных и психических затрат отношение к визуальному образу.

Возвращаясь к восприятию искусства в упомянутых выставочных проектах, следует признать, что мультимедийные эффекты приобретают особое значение, ибо задают специфические условия восприятия цифровой художественной информации. В ситуации, когда представители различных поколений уже привыкли существовать в пространстве интенсивных информационных потоков, новые технологические возможности компенсируют низкий уровень эмоциональной реакции, активизируют зрительское восприятие, создают иллюзию индивидуализированного контакта с репродуцированным произведением. Более того, медиасреда, в которую помещаются цифровые копии, снимает у массового зрителя психологические барьеры, традиционно препятствующие художественной коммуникации в классическом экспозиционном пространстве.

Хорошо известно, что восприятие произведения в классическом музее часто осложняется недостатком знаний о художественном языке искусства и отсутствием особого сенсорного опыта, без которого невозможно постижение шедевра. Кроме того, процесс приобщения к искусству предполагает эмоциональную поддержку получаемой художественной информации. Сошлемся еще раз на А.С. Дриккера, который показал, что серьезнейшая проблема многих музейных экспозиций – «однообразие, монотонность визуальных рядов, гасящих эмоции массового зрителя». По его словам, «отсутствие привычки к общению с изобразительным искусством, опыта соответствующих переживаний не способствует появлению у посетителя музея главной предпосылки художественного воздействия – эмоционального подъема, вследствие чего коды изобразительного искусства не читаются и остаются преградой для большей части зрителей, порождая самое обыденное впечатление от посещения художественного музея – утомленность»<sup>5</sup>.

Медиатехнологии формируют особый контекст, в котором происходит восприятие искусства. Главной функцией экспозиционной среды становится специфическое эмоциональное воздействие цифровой художественной информации. Сенсорный аппарат зрителя оказывается под влиянием интенсивных информационных

потоков, не требующих последовательного монотонного перемещения по экспозиционному пространству, но рождающих различные эффекты приближения, «присвоения» произведения искусства, «погружения» в картину и т. д. Возникает коммуникативное пространство, интенционально стирающее психологические барьеры: все движется, мерцает, перетекает, как в привычной современному человеку, пронизанной медиапотоками действительности. Зритель, переполненный чувствами от различных шоу-эффектов, соотносит возникшую эмоциональную реакцию с творчеством художника, цифровые копии произведений которого, «наплывая», воздействуют на весь его сенсорный аппарат. Иными словами, представление о шедеврах искусства рождается и закрепляется на основе образного переживания визуально-акустического воздействия использованных экспозиционных технологий. Возникает особый чувственный опыт, исходящий не столько от восприятия репродуцируемого произведения, сколько от мультимедийных приемов, воздействующих на каждого зрителя в зависимости от его сенсорики и личностных качеств.

Важно обратить внимание на то, что современные экспозиционные технологии не обезличивают художественное восприятие. Последнее сохраняет свой индивидуализированный характер, однако алгоритмы его формирования обратны логике эмоциональной реакции на традиционное произведение искусства. Если классическое произведение несет внутренний «заряд» художника и являет собой творческое послание, воспринимаемое психологически настроенным зрителем как индивидуализированное, то перцепция цифровых копий в анализируемых мультимедийных экспозициях зависит от образных впечатлений, рожденных зрелищными эффектами и формирующих личностную, зависящую от индивидуального чувственного опыта, реакцию. Иными словами, медиавыставка не приобщает к искусству в классическом понимании этого процесса, но предполагает получение эмоционально поддержанной использованием новейших технологий информации об искусстве, переведенной в формат зрелища, «закрепленной» режиссером/экспозиционером. Медиаформат экспозиций меняет алгоритмы художественного восприятия, формирует новую парадигму эстетической и эмоциональной оценки произведения искусства.

В рамках анализа цифровой среды как нового многофункционального образовательного пространства важно поставить вопрос о содержании транслируемой художественной информации. De facto посетителю таких экспозиций предлагается более или менее талантливо созданный, адаптированный под массовое восприятие образ творческого пути одного или нескольких великих

мастеров прошлого. Зритель, «пленный» шоу-эффектами выставочного пространства, с готовностью реагирует на выстроенную экспозиционером драматургию представляемого зрелища, скорее, подчиняющую его, чем стимулирующую интеллектуальную и чувственную рефлексию. В большинстве случаев мультимедийные экспозиции, представляющие эпизоды из истории искусства, формируют востребованное массовым сознанием специфическое знание, далекое от полного противоречий процесса художественного развития.

Безусловно, значение подобных выставочных презентаций может выходить за рамки коммерческих зрелищ. В ряде случаев мультимедийные проекты могут становиться оригинальными авторскими высказываниями, создающими яркий образ и формирующими новое видение тех или иных этапов художественного процесса. В качестве примера можно вспомнить представленную в 2014 г. московским зрителям мультимедийную экспозицию П. Гринюэя и С. Боддеке «Золотой век русского авангарда». Инновационные технологии позволили знаменитому британскому кинорежиссеру и его супруге не просто «оживить» шедевры русского авангарда, но погрузить зрителя в полный противоречий контекст эпохи, передать интеллектуальную и духовную атмосферу времени, представить оригинальное авторское видение тех творческих импульсов, которые определили особое место русского авангарда в истории искусства XX в. Выставочный проект П. Гринюэя и С. Боддеке сам по себе явился ярким творческим высказыванием, полноценным художественным решением, реализованным на основе оригинальных драматургических и ультрасовременных технологических возможностей. Зрителям была представлена не просто особая визуальная и эмоциональная среда, но экспозиционный образ, предполагающий интеллектуальную рефлексию, обозначивший новые грани в познании художественного процесса.

Таким образом, цифровая эпоха вносит радикальные изменения в систему получения гуманитарного знания, в том числе в постижение искусства. Будучи включенным в информационный поток, представляемое произведение утрачивает ценностный статус и становится источником оцифрованной художественной информации. Следовательно, меняются алгоритмы как получения знания об искусстве, так и его восприятия. В этих условиях приобретают популярность экспозиции, способные создать особую атмосферу для знакомства с шедеврами прошлого. Выставочное пространство трансформируется в мультимедийную среду, в которой формируется технологичный, основанный на зрелищных эффектах контекст, оказывающий, в свою очередь, решающее

влияние на восприятие искусства. Феномен мультимедийных экспозиций позволяет ставить вопрос об особенностях получения художественной информации, о способах конструирования знания об искусстве в эпоху дигитализации восприятия. В отличие от классического музейного пространства мультимедийные выставки не предполагают постижения произведения искусства. Они предлагают созданную ультрасовременными технологиями, апеллирующую к яркой образности информацию о художественных артефактах. Медиасреда воздействует на чувственный аппарат зрителя и тем самым формирует эмоциональный подъем как иллюзорную реакцию на контакт с находящимися в постоянном движении цифровыми изображениями. Художественное восприятие конструируется по законам современных массовых зрелищ, что делает мультимедийные экспозиции популярным видом досуга и прибыльным коммерческим продуктом.

---

#### Примечания

- <sup>1</sup> В 2014–2016 гг. в Центре дизайна ARTPLAY были организованы мультимедийные выставки: «От Моне до Сезанна. Французские импрессионисты», «Великие модернисты. Революция в искусстве», «Ван Гог. Ожившие полотна. 2.0», «Микеланджело. Сотворение мира», «Босх. Ожившие видения», а также отличающийся более сложной драматургией мультимедиа-спектакль «Я – Айвазовский».
- <sup>2</sup> *Копцик В.А., Рыжов В.П., Петров В.М.* Этюды по теории искусства: Диалог естественных и гуманитарных наук. М.: ОГИ, 2004. С. 174.
- <sup>3</sup> *Дриккер А.С.* Виртуальный музей: от информационных технологий к новому качеству художественных решений [Электронный ресурс] // Культура Архангельской области. URL: <http://www.culture29.ru/upload/medialibrary/1b7/1b728e7ad7bfabcb0de0be88d7963497.pdf> (дата обращения: 30.08.2016).
- <sup>4</sup> *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. М.: МЕДИУМ, 1996. С. 54.
- <sup>5</sup> *Дриккер А.С.* Электронный художественный музей в информационном пространстве [Электронный ресурс] // Центр ПИК. URL: <http://conf.evarussia.ru/eva99/rus/Prog9rus.htm> (дата обращения: 30.08.2016).