
*Ольга
Балашова*

NET.ART І ПАРАДОКСИ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

Художня практика ХХ сторіччя остаточно заповнила навіть найбільш традиційно налаштованих скептиків у тому, що мистецтво не має і не може мати однієї, раз і назавжди визначеної, універсальної дефініції. Понад те, сьогодні вже абсолютно очевидно, що воно має щоразу заново визначатись для кожного історичного етапу, залежно від соціального та загальнокультурного контексту його функціонування.

Жодне з наявних сьогодні визначень мистецтва вже не може бути достатнім для позначення новітніх мистецьких практик, які реагують на найменші зрушення у тканині сучасної культури. В цій статті ми зробимо спробу на прикладі однієї з актуальних художніх практик — нет-арту — визначити базові для сьогоднішньої ситуації засади мистецтва, враховуючи його функції, значення та місце в сучасній системі культури.

Традиційні уявлення про мистецький твір, мистецтво та історію мистецтва сягають своїми витокami XVIII століття, зокрема праці Канта «Критика здатності судження». Саме в ній було чітко виокремлено сферу естетичного як специфічну стосовно сфери пізнання і дії, а мистецтво було визначено як естетичне мистецтво, причому у двох проявах — приємне і «красне». В усякому разі, специфічними ознаками їхньої естетичної природи мало бути «незацікавлене задоволення», здатність подобатися саме по собі, без жодної зо-

внішньої мети. У сучасних дослідженнях, після багатьох десятиліть дискусій стосовно дефініції мистецтва, попри розбіжності у поглядах та підходах, всі сходяться в тому, що мистецький твір — це твір, позбавлений утилітарного призначення; він є продуктом генія, нескутого жодними правилами творчості, розрахований на дистанційоване споглядання [McSver Lopes, 2007: р. 1—15]. Ми візьмемо за відправний пункт саме це визначення мистецького твору і проаналізуємо, якою мірою воно придатне для аналізу медійних арт-практик.

Спроби знайти адекватну модель підходу до розуміння мистецтва відбувалися в теоретичному дискурсі впродовж усього ХХ століття. Сама неможливість виявлення універсального визначення мистецтва була обґрунтована послідовниками лінгвістичної теорії Л. Вітгенштайна — М. Вайцем, П. Зифом, М. Коеном. Переконливі спроби розроблення нової парадигми мистецтва були зроблені в американській естетиці другої половини ХХ сторіччя. Такі теоретики, як Г. Рид, А. Данто, одними з перших звернулися до аналізу сучасних їм практик мистецтва, починаючи працювати з парадигмою нового типу, що може бути названа «постхудожня». Т. Бінклі, М. Девер, Д. Дікі, М. Ітон, А. Силверс обґрунтовували специфіку художнього міфу як інституту, що оформлює артефакти та надає їм художнього статусу. Спроби запропонувати нові підходи до аналізу сучасного мистецтва у вітчизняному дискурсі були зроблені Р. Шульгою [Шульга, 2008].

Але динаміка змін у художньому процесі не дає змоги зупинитися на досягнутому і для адекватного аналізу сучасних практик — зокрема тих, що розвиваються в мережі Інтернет — потрібно напрацьовувати нові підходи, які забезпечать можливість логічного введення цих новітніх практик у контекст історії мистецтва та нададуть їм легітимного статусу в системі гуманітарного знання.

В галузі теоретичного опрацювання цього виду мистецтва ще не так багато фундаментальних розробок, які стосуються аналізу його практики, але статті та останні дослідження з цього питання в мережі з'являються регулярно. Найбільш ґрунтовно цей вид мистецтва розглядається у працях Д. Блейс, Д. Іпполіто, К.-Р. Гофман, М. Трайба, а також його піонерів-практиків О. Шульгіна та О. Ляліної, теоретиків О. Горюнової, С. Тетеріна [Горюнова, 2000; Хоффман, 1993; Шульгин, s. a.].

Незалежно від погляду зазначених дослідників на роль та значення цього виду медіа-мистецтва, всі вони погоджуються з тим, що ключовою особливістю нет-арту є його комунікативність: «однією з головних особливостей нет-арту є проголошення його спрямованості на комунікацію, а не на репрезентацію. Тобто метою художника стає не авторитарне вираження, демонстрація, а отже, нав'язування власного бачення, особистої позиції, а комунікація — спілкування з глядачем, залучення його до творчого діало-

гу» [Горюнова, 2000]. Спробуємо проаналізувати сучасні мистецькі практики та порівняти їх з традиційними саме через цю комунікативну складову. Як ми вже з'ясували, традиційний витвір мистецтва характеризується певною відстороненістю щодо дійсності та має неутилітарний характер, з комунікативної точки зору, він відображає певний авторський задум, уже сформований автором образ-повідомлення, яке і має бути сприйняте глядачем у результаті споглядання. Таким чином, комунікація в класичному мистецтві полягає в повідомленні реципієнта щодо готового смислу, як правило, того, що заклав у нього автор. Витвір нет-арту — завжди діалогічний, він обов'язково являє собою відкрити комунікативну систему, до якої реципієнт підключається і яку він наповнює власним змістом.

Аналізуючи практики нет-арту, ми матимемо на увазі їх інтегрованість у механізми сучасної культури; а також виходитимемо з їх розуміння як інструменту самоописання та саморегуляції в актуальних соціальних практиках. Для цього за основу ми візьмемо системну теорію німецького соціолога Н. Лумана, який вважає, що суспільство є самовідтворюваною системою, життєдіяльність якої здійснюється за допомоги комунікації. Таке суспільство є функціонально диференційованим і його неможливо розглядати як певну впорядковану цілісність, оскільки в ньому немає єдиного смислового центру, воно складається з безлічі функціональних підсистем — господарства, політики, релігії, мистецтва тощо, — які комунікують як всередині себе, так і зовні. В такому суспільстві кожна соціальна підсистема виробляє власні репрезентації, що претендують на всезагальність, але насправді діють лише в рамках свого поля. Різниця між функціональними підсистемами руйнує принцип будь-якої єдності, виводячи на перший план комунікацію, яка і стає основою сучасного суспільства [Луман, 1994].

Комунікація для Лумана первинна щодо смислів та інформації. Як замкнена система вона має здатність відтворювати саму себе в нескінченних актах використання комунікації. Важливу роль у процесі аутопоезису цієї системи, за концепцією Лумана, відіграють самоописування. Самоописування — це певні уявні ідентичності, якими користуються комунікації для того, аби забезпечити безпроблемне приєднання одна до одної, задля утворення системи комунікації. Такими ідентичностями, наприклад, є «нації», «держави», «культури» чи «суспільства» — це те, що піддається обговоренню, і те, що має сенс лише в контексті цього обговорення як позначення всіх можливих комунікацій і не більше того [Луман, 2009: с. 27—32].

В одній зі своїх доповідей, яка мала назву «“Що відбувається?” та “Що за цим криється?”». Дві соціології та теорія суспільства», Н. Луман висловлює цікаве припущення, що соціологічна теорія могла б стати моделлю суспільства у суспільстві, описуючи його характер та закономірності

розвитку, але на його думку, це можливо лише за умови, що «така теорія створювалася б виключно на свій ризик та одночасно намагалася б втілити в собі найвищу ступінь здатності викликати суспільний резонанс. У неї не було б функції ані відображувати, ані репрезентувати. Свої обмеження вона брала б не як те, що задане «природою» або «сутністю» свого предмета, але мала б сконструювати їх сама. Таким чином вона б стала своїм власним методом, і врешті — моделлю суспільства у суспільстві, яка «інформує» про своєрідність цього суспільства. От яким був би її результат: звільнити самодисциплінувальні можливості спостереження, які не прив'язані до звичних у повсякденному житті або у функціональних системах можливостям спостереження» [Луман, 2007: с. 117]. І хоча Луман говорив суто про теоретичну соціологію, ми спробуємо довести, що подібна модель самоописання сучасного суспільства може існувати у вигляді мережевого мистецтва.

Окрім цього, спираючись на дослідження американських теоретиків нет-арту Дж. Блейс та Д. Іпполіто [Blais, Ippolito, 2006], що вивчають нет-арт за аналогією з імунною системою людини, ми також спробуємо довести, що цей вид мистецької діяльності не лише описує та фіксує особливості сучасного стану суспільства, а й тим самим намагається здійснювати його корекцію задля виживання чинної соціальної системи. Так само як діяльність антитіл в імунній системі людини створює біологічну пам'ять, яка в майбутньому дає змогу боротися з хвороботворними бактеріями, так само і мистецтво створює «культурну пам'ять», що допомагає в боротьбі з ідеологічними «вірусами» або маніпулятивними технологіями в суспільній свідомості. «Мистецтво не буде говорити нам, що робити, тому що його завдання окреслювати проблеми, а не вигадувати їх рішення. (...) Мистецтво керується кодами культури, але для обслуговування (виживання) «соціальної» імунної системи, а не проти неї. Воно може здаватися брутальним, неприємним, абсолютно ворожим стосовно людини, але за належних умов це, зрештою, дає необхідні для нас результати, викликаючи глибоку зацікавленість у нашому світі, у тих шляхах, що допоможуть нам вижити» [Blais, Ippolito, 2006: p. 252].

Нет-арт, або net.art — напрям у медіа-мистецтві, що виник у 90-ті роки ХХ сторіччя. Ця художня практика створюється та функціонує в мережі Інтернет, а отже, доступна лише в режимі on-line. І хоча сучасне художнє поле надзвичайно чутливе до ситуації на арт-ринку, через що сьогодні майже неможливо створити успішний художній продукт поза ринковим контекстом, хоч як це дивно, саме від'єднання он-лайн мистецтва від традиційного художнього світу зробило свій внесок у його широке міжнародне розповсюдження та визнання. Ця галузь мистецької творчості з моменту своєї появи існує поза ринковими процесами і поки що залишається повністю

некомерційною. Відбувається так тому, що художник лише створює *контекст*, зміст якого конструюється реципієнтом. Завдяки цьому продукт творчості митця стає простором суцільного художнього експерименту, що викликає високу зацікавленість професійної спільноти, для якої креативні аспекти мистецької діяльності є визначальними. On-line творчість також викликає зацікавлення у широкого кола користувачів електронних мереж, адже кидає виклик рутині повсякденного життя.

Розгляньмо особливості мережевого твору з боку специфіки його існування як твору, тобто певної комунікаційної форми, а потім проаналізуємо змістовні (тематичні) аспекти комунікації, яку ці твори пропонують своїм співкреаторам.

Мережеве мистецтво, як було зазначено, має особливість, притаманну різним медійним практикам: відсутність твору як об'єкта, а отже — і товару. Цей факт одразу визначає зміни в його соціокультурному функціонуванні, вилучаючи його з категорії речей, які можна мати, обміняти, продавати, викинути. Всі твори нет-арту спрямовані суто на комунікацію, а не на репрезентацію, тому позбавлені тої смислової суперечності, яка позначає існування традиційних мистецьких творів: оригінал — копія, творення — твір, творення — сприйняття. Отже, воно змінює і традиційні ролі автора, глядача та самого твору мистецтва як посередника між ними. Фактично змінюються принципи та засади системних взаємодій у наявному художньому полі. У трансформованому художньому полі, яке, за термінологією П'єра Бурдьє, є історично детермінованою системою виробництва та циркуляції художніх цінностей [Бурдьє, 1994: с. 17—29], жодна з цих ролей вже не є цілком автономною структурною одиницею. Це мистецтво, хоч воно і передбачає наявність автора, за своєю суттю є імперсональним, адже художник лише створює контекст, тоді як всі смисли приносяться реципієнтом, який реально стає співкреатором твору. Причому сам твір існує лише «тут і тепер» і має бути іншим в наступний момент, в іншій комунікативній ситуації. Саме тому традиційне протиставлення творця і реципієнта тут стає неактуальним. А це, у свою чергу, означає, що медіа-твір як продукт цифрових технологій і як комунікативна структура уникає проблем, пов'язаних з опозицією «копія — оригінал», які вперше були порушені В. Беньяміном у його славнозвісному есе «Художній твір за доби його технічної відтворюваності». Кожна копія медіа-продукту одночасно є і його оригіналом, але вже навіть не в тому сенсі, як кінофільм, що передбачає можливість нескінченного тиражування, — медіа-технології, звісно, відкривають небачені раніше можливості поширення, тиражування, але головним у мережевому мистецтві є факт комунікації як співтворчості. Адже без наявності останньої твір залишається ще недоконаним, таким, що не існує як твір.

Все це стосується зовнішнього, формального принципу існування нет-арту і проєктованих ним комунікацій. А що ж становить змістовні аспекти цього мистецтва? Що тематизується у запропонованих комунікаційних контекстах?

Як відомо, будь-які зміни в мистецтві починаються з теми, адже лише тоді, коли змінюється об'єкт зацікавленості художника, він починає шукати нові способи його вираження, бо дуже складно, а іноді і зовсім неможливо розв'язувати нові проблеми старими методами. Отже, спосіб існування твору, який пропонує нет-арт, має корелювати з певною тематикою, яка є достатньо актуальною і перспективною в системі електронних медіа-комунікацій.

Найчастіше об'єктом художньої рефлексії нет-арту стає критичне осмислення процесів медіа-комунікації і впливу тотального впровадження технічних посередників у повсякденне життя. Прикладом може бути проєкт американця Бена Беньяміна «Суперпогано» (<http://superbad.com>), який являє собою сайт з незліченною кількістю зображень, що заліновані одне на одне. І чим більше реципієнт намагається віднайти зміст у картинках, що з'являються на екрані його комп'ютера, тим більше він заплутується в лабіринті безглуздості. Цей проєкт стартував у 1997 році як рефлексія на поп-культуру. Постійно змінюваний набір образів, жодним чином не пов'язаних між собою, імітує редукований до зображення простір сучасного міста, перенасиченого візуальними знаками. Створюючи цей сайт, його автор не ставив перед собою будь-яку, а тим більше художню мету — це було лише побічним продуктом його основної діяльності (веб-дизайн), де він тестував можливості своїх розробок. До рівня мистецтва цей проєкт звели фахівці музею американського мистецтва Whitney Museum, які відзначили цей сайт, та ще вісім інших номінантів, премією на музейному бієнале у 2000 році. Цей факт виразно демонструє справедливість, з одного боку, теорії художнього поля П. Бурдьє, а з іншого — інституціональної теорії мистецтва Дж. Дікі [Dickie, 1974], оскільки мистецьким цей твір робить не що інше, як визнання його таким у професійному співтоваристві.

Та сама ідея втомленості від візуальних образів, але в дещо іншому вигляді втілюється в проєкті Олексія Шульгіна «Лікування від інформаційної хвороби» (<http://www.desk.nl/you/remedy/>). Вдаючись до іронії, ключової смислової фігури постмодерного мислення, Шульгін пропонує глядачеві полікуватися від інформаційної хвороби за допомогою гри, в якій реципієнт власноруч обирає спосіб, у який зображення рухатиметься на екрані. Поява такої хвороби викликана перенасиченістю візуальною інформацією. І якщо проєкт Бена Беньяміна потрапив до сфери мистецтва ненавмисно, то Олексій Шульгін — провідний світовий нет-артист — свідомо працює з художнім контекстом, хоча традиції мистецтва його мало цікавлять від самого початку. У його відомому маніфесті нет-арту він закликає художників

звільнитися від застарілих ідей репрезентації та маніпуляції, поринувши в «реальність чистої комунікації»: «Художники! Спробуйте забути саме слово та поняття “мистецтво”. Забудьте ці безглузді фетиші — артефакти, які на-в’язуються вам системою, з якою ви зобов’язані співвідносити свою творчу діяльність. Забудьте про минуле та майбутнє, тому що вони не існують, сконцентруйтеся на теперішньому, яке не може бути описаним і яким неможливо заволодіти» [Шульгин, s. a.].

Щось подібне можна побачити у інших визнаних представників мережевого мистецтва. Піонери нет-арту група Джоді (jodi) використовують у своїй творчості тактику імітації комп’ютерних вірусів та збоїв, позиціонуючи їх як естетичний акт з метою реконструювати візуальну мову веб-сторінок. Їхній сайт <http://wwwwwwwww.jodi.org/> являє собою окремий арт-проект у мережі. Потрапляючи на першу сторінку проекту, перед глядачем починають мерехтити різноманітні символи, які неможливо пов’язати в якусь більш-менш логічну конструкцію. Це трактується ним як помилка браузера. Насправді ж, якщо подивитися на вихідний код сторінки, ми знайдемо там схему роботи водневої бомби. У вихідний HTML-код кожної сторінки на своєму сайті художники вклали зображення-схему, зовсім інакше потрактоввану браузером, що її відтворює. Таким чином, переходячи за «лінками» на сайті, користувач повсякчасно потраплятиме на дивні символи, що не матимуть для нього найменшого сенсу, але насправді будуть художнім твором, виникнення якого буде спровоковано ним самим, але створено машиною.

Отож, мистецькі проекти, що існують у мережі, — це комунікація, зведена в абсолют: самі твори стають лише приводом для неї, використовуються нею для самовідтворення.

Проект американського креатора Енді Дека (<http://www.artcontext.net/act/05/screeningCircle/>) спрямований на колаборацію та анонімну комунікацію. Цей проект — закрита форма, що розвивається всередині себе. Відвідувачі сайту можуть обрати квадрат для малювання та редагувати екрани одне одного. Фігури, що виникають на екрані, одночасно можуть редагувати кілька людей. Щоразу результат їхньої маніпуляції буде миттєво виставлений на загальний огляд, і все починається знову: підключаються нові учасники, і творення триває. Особистість розчиняється в безперервному колективному акті творення, у якого немає ані початку, ані кінця. В реальному просторі суспільної комунікації люди вболівають за збереження своєї особистості, вони завжди мусять себе якось позиціонувати в соціумі, використовуючи одяг, аксесуари, манеру розмовляти, поводитися тощо. Але в просторі мережі всі ці механізми не актуальні — найвищою цінністю тут є сама комунікація. І кожен учасник цієї комунікації знаходиться наодинці перед екраном монітора, проте все ще потребує досвіду спільності, співпричет-

ності, співприсутності іншої людини, адже виходить у мережу він саме для цього. Саме бажання отримати цей соціальний досвід у редукованому мережевому просторі, примушує його користувачів приймати естафету анонімного акту творення, запропонованого їм цим проектом.

Більшість проектів в Інтернеті розгортаються у вигляді ненав'язливої іронічної гри, проте зрештою за їхньою вдовоною поверховістю та простою можна побачити більш глибокий зміст, як, наприклад, у проекті Барбара Блум «Напівпорожній — напівповний» (<http://65.181.178.190/bloom/VA.html>). Головні герої цього віртуального проекту — об'єкти, які з'являються та зникають у вишуканому відеонатюрморті. Відео майже статичне, хоча розвивається в реальному часі, яким реципієнт може з легкістю керувати. Автор створює можливість обрати один із трьох звукових треків, кожен з яких може бути віднесений з тим, що відбувається на екрані. На одному з треків можна чути голоси дітей, в іншому — чоловіка та жінки, в третьому — літніх людей, але відео щоразу залишається одним і тим самим. Треки відповідно символізують минуле, теперішнє та майбутнє. Барбара Блум порушує проблеми часу та простору, що втрачають свою онтологічну визначеність у медіа-просторі, вона працює з категоріями сталості, незмінності та плинності. Простір мережі дає можливість візуалізувати часові трансформації стосовно одного й того самого простору, легкість підміни одного часу іншим.

Мережеві проекти існують не лише у вигляді ненав'язливої гри, як може здатися на перший погляд, вони можуть порушувати і серйозні морально-етичні проблеми сучасних соціокультурних трансформацій. Проект «Брендон» американської художниці Су Лі Черг, який актуалізує проблему гендерної ідентифікації людини в сучасному світі, здобув широке визнання в мистецьких колах і, подолавши межі Інтернет-простору, мав широкий соціальний резонанс. Приводом для виникнення цього проекту стала реальна трагедія молодої жінки Тіни Брендон (була екранізована в 1999 році у стрічці «Хлопці не плачуть»), дівчини, що була жорстоко вбита у 1993 році через те, що відчувала себе чоловіком. Частина проекту, презентована в мережі, являє собою лаконічну, зведену до іконічного знаку анімацію, що втілює особистий шлях Тіни Брендон, яка пройшла трансформації від дитини до жінки, а з жінки перетворилася на чоловіка. Його офф-лайн частина, що складалася із зображень, зроблених на тему гендерної ідентифікації сучасними митцями, була представлена в Музеї Гутенгайма в Нью-Йорку. Сьогодні очевидно є умовність гендерного розподілу в сучасному суспільстві, оскільки соціальні ролі чоловіків і жінок вже не мають такого чіткого розмежування, як це було раніше. З появою мережі Інтернет проблема гендерної ідентифікації набула ще одного аспекту своєї актуальності, адже у віртуальному просторі кожен може «змінювати» стать за власним бажанням. Таким чином статеві ідентифікації стає предметом гри у медіа-просторі,

і ця гра дає змогу подолати обмеженість соціального досвіду чоловіка або жінки, а разом із ним і нав'язані їм умовності, сформовані впродовж тисячоліть, їхні соціальні ролі в суспільстві. Комунікативна позиція, соціальна роль і тілесна конституція відокремлюються одна від одної, відкриваючи простір для моделювання ідентичності. Можна припустити, що все це сприятиме кращому порозумінню чоловіків і жінок у реальному житті.

Зовсім інший, але не менш важливий наслідок медійної комунікації заторкує у своєму проекті http://www.irational.org/_readme.html Гіт Бантинг. Його проект — це, на перший погляд, звичайний текст, що описує діяльність Бантинга як художника, але в цьому тексті майже кожне слово є лінком на сайт з аналогічною назвою, який виявляється найчастіше комерційним сайтом. Таким чином, Гіт Бантинг унаочнює проблему комерціалізації та привласнення нашої звичайної мови різними структурами, що змінюють саму семантику слів, якими ми спілкуємося. Так, за допомоги мережі та її основної властивості — інтерактивності — унаочнюється філософський зміст Вітгенштайнової мовної гри. І роблять це у конче переконливий спосіб. Комунікація відтворюється як структура з плинними, не детермінованими значеннями.

Інтерактивність мережі, що спирається на візуальність, дійсно дарує новий простір людському існуванню, а разом з ним і нові можливості для втілення своїх ідей сучасними креаторами. Так, наприклад, проект Ен Абрагам «Ти мене не розумієш» (<http://www.bram.org/beinghuman/underst.htm#>) візуалізує конкретну емоцію, що виникає у людини, коли її не розуміє інша. Причому робиться це процесуально, шляхом стимулювання за допомоги тексту та динамічних зображень цієї емоції у того, хто переглядає проект в реальному часі. Жодному іншому виду мистецтва до появи нет-арту не вдавалося такого зробити. Автор тематизує проблему порозуміння, що є центральною для будь-якої комунікації, як актуальну подію. Найчастіше комунікація пов'язана з кодифікацією повідомлення, опосередкованістю його вербальною мовою та існуванням «залишку, що не може бути перекладений» [Лотман, 2005: с. 46]. Але інтерактивна художня платформа мережі Інтернет, яку використовує Ен Абрагам, дає можливість уникнути цієї проблеми як проблеми для свого твору, і тим самим без перешкод тематизує її.

Сьогодні мережа Інтернет стає тим креативним комунікативним простором, який стимулює виникнення нових практик, у тому числі художніх. Цей процес можна охарактеризувати як мережевий активізм. Одним із перших його проявів став перформанс, влаштований спільнотою англійських художників. Він увійшов в історію мистецтва під назвою «Іграшкова війна» («Toy war») (<http://www.eto.y.com/>) як найдорожчий у світі перформанс. «Етой» — це художнє співтовариство в мережі, яке було створене у 1996 році як певна комунікативна платформа для художників у Мережі. 1999 ро-

ку до них звернулася комерційна компанія, що займалася продажем іграшок через Інтернет «Етойс» (<http://www.etoys.com/home/index.jsp>), з проханням віддати їм свій домен, аргументуючи це тим, що багато хто з їхніх клієнтів помиляється і потрапляє на художній сайт замість Інтернет-магазину, через схожість імен. Організація запропонувала викупити у художників їхній домен, але ті відмовились, і тоді комерційна структура подала на них позов до суду. Правосуддя стало на бік комерційної структури, але художники навіть не збиралися коритися. Після того, як суд видав заборону на існування художнього сайту і його було закрито, митці створили іншу он-лайн платформу (<http://toywar.etoys.com/>), де небайдужі користувачі у вигляді гри могли долучитися до боротьби, результатом якої було «бомбардування» посланнями з висловленням невдоволення щодо керівників компанії «Етойс». За чотири місяці, впродовж яких тривав судовий процес, корпорація «Етойс» втратила 4,5 млн дол. через мережевий активізм художників, які методично розповсюджували за допомоги ЗМІ та Інтернету інформацію про недоброчесність цієї компанії, а також пропонували підтримати їх та бойкотувати нет-магазин іграшок компанії. Втративши велику частину своїх клієнтів, компанія «Етойс» була змушена відізвати свій позов із суду, програвши художникам іграшкову війну. Цей проект став свідченням унікальності сучасного етапу розвитку суспільства, яке більше не хоче підкорятися владі сильнішого та багатшого. Це суспільство вибудовується на горизонтальних зв'язках між людьми, які здатні об'єднуватися задля досягнення спільної мети, навіть попри те, що вони знаходяться на різних континентах, є різного віку, кольору шкіри і належать до різних культур та соціальних станів. Художньо орієнтовані медійні комунікації продемонстрували свою силу в моделюванні і реалізації соціальних зв'язків за принципом мережевих структур.

Очевидно, що проекти, які виникають у мережі, часто зовсім не схожі на те мистецтво, що існувало у попередні епохи. Проте можна зустріти намагання перекинути місток від традиційного мистецтва до мистецтва, яке існує лише в мережі, шляхом перекладу традиційних художніх кодів на мову нової мистецької практики, або шляхом діалогу з історією мистецтв. Саме це робить югославський мережевий художник Вук Козик, якого справедливо вважають одним із піонерів нет-арту. Його проект «Історія мистецтва для аеропорту» (<http://www.diacenter.org/prieto/download.html>) та «Історія кіно» (<http://rhizome.org/artbase/1725/index.html>) — спроба іронічного перекладу світових шедеврів на мову нових медіа. Їх спрощений, доведений до абсурду варіант має дуже мало спільного з оригіналами, а тому для того, аби зрозуміти «переклад», необхідно попередньо ознайомитись з «оригіналами». До проектів, що ведуть діалог з традиційним мистецтвом, можна також віднести проект російського мережевого художника

КустоКусто, що в 2000 році отримав гран-прі японського фестивалю медіа-мистецтва «ArtOnTheNet-2000». Він являє собою адаптований для мережі варіант знаменитої «Герніки» Пікасо, яка в просторі Інтернету завдяки інтерактивності також набуває нового звучання, проте лише за умови знайомства з оригіналом, та знання всієї міфології, пов'язаної з цим твором.

Існування таких творів доводить одну дуже просту, але не досить очевидну річ, яка полягає в тому, що існування актуальних арт-практик жодним чином не позначається на присутності класичного мистецтва у сучасній культурі: вони не відмінюють його значення і не заперечують його цінності. Навпаки, вони надають класичному мистецтву нової актуальності та нових смислів, вступаючи з історією мистецтва у продуктивний діалог.

Отже, проаналізувавши деякі з мережевих проєктів та окресливши певні тенденції розвитку цього типу арт-практики, можна дійти висновку, що нет-арт є мистецькою рефлексією на сучасний медіа-простір та його чинну комунікативну модель. Цей тип арт-практик стимулює критичне ставлення до сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства, уможливленого появою електронних медіа, здійснюючи деконструювання його механізмів у художній практиці.

Мережеве мистецтво не може стати заміною традиційним формам мистецтва, не може витіснити або замінити їх, зрештою, воно і не має такої мети. Воно існує як окремий сегмент сучасної культури, і його існування не може бути приводом для обговорень на предмет визначення — це «справжнє» чи це «несправжнє» мистецтво, адже за «справжнє» в таких випадках приймають те поняття мистецтва і ті мистецькі практики, які виникли в європейській культурі XVIII століття, тобто за інших культурних і соціальних обставин.

З іншого боку, ми стикаємося з ситуацією, коли неможливо аналізувати цю мистецьку практику в рамках жодної з наявних сьогодні парадигм міркування про мистецтво: нет-арт виявляє недостатність будь-яких усталених уявлень про нього. Якщо ми повернемося до визначення мистецького твору, яке ми наводили на початку цієї статті, що подає його як позбавлений утилітарного призначення продукт генія, не скутого жодними правилами творчості, та розрахований на дистанційоване споглядання, ми побачимо, що продукт нет-арту дійсно позбавлений утилітарного призначення, він також створюється креаторами, що не керуються жодними законами у своїй творчості, проте такий твір уже не розрахований просто на дистанційоване споглядання, понад те, він, навпаки, вимагає активного залучення творчих можливостей реципієнта та робить необхідним втручання останнього у створення мистецького продукту. Парадокс полягає в тому, що мережеве мистецтво, будучи введеним у наявне художнє поле за рішенням агентів цього поля, які визнали його символічну цінність, змінює самі принципи визначення того, що може належати цьому полю, — бути мистецтвом, мис-

тецьким твором. Легітимація мережевого мистецтва змінює принципи існування художнього поля. Втрачає універсальне значення протиставлення копії та оригіналу, реципієнт із адресата художнього повідомлення перетворюється на співкреатора твору, а сам твір стає лише простором для комунікації, позбавленим будь-якого матеріального втілення.

Нет-арт більше, ніж будь-яка інша художня медіа-практика, пориває зі звичними уявленнями про мистецтво і, однак, залишається мистецтвом з огляду на ті функції, які воно виконує в сучасній, побудованій на медіа, системі культури. В цьому просторі саме медіа-мистецтво виконує функції самоопису та саморегуляції цієї нової культури — медіа-культури. Воно описує медіа-культуру її ж методами, не нав'язуючи будь-яких стереотипів і теорій, які сьогодні вже втратили своє універсальне значення і нормативну функцію. Завдяки своїй винятковій здатності стимулювати у глядача критичне ставлення до того, що він бачить, причому у досить ненав'язливий спосіб — у формі іронічної гри смислів, позбавленої нарративності, обов'язковості, якоїсь конкретної програми чи ідеології — медіа-мистецтво виявляється одним із механізмів виховання нового типу людини медіа-доби, пристосованої до сучасної системи комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

- Бурдые П.* Исторический генезис чистой эстетики // Новое литературное обозрение. — 1994. — № 2. — С. 17—29.
- Горюнова О.* Автор в зубах у «плохой машины» // Русский журнал, 2000. — < http://old.russ.ru/netcult/20000222_gorun.html > (s. a.).
- Хоффман К.-Р.* Искусство, видео и телевидение, 1993. — <<http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=40>>.
- Лотман Ю. М.* Проблема значения в художественном тексте // Лотман Ю.М. Об искусстве. — СПб., 2005. — С. 43—59
- Луман Н.* Понятие общества. Проблемы теоретической социологии / Под ред. А.О. Боронова. — СПб., 1994. — С. 25—42.
- Луман Н.* «Что происходит?» и «Что за этим кроется?». Две социологии и теория общества // Социологическое обозрение. — 2007. — Т. 6. — № 3. — С. 103—118.
- Луман Н.* Самоописания. — М., 2009.
- Шульга Р.П.* Искусство в практиках культуры. Социокультурный очерк. — К., 2008.
- Шульгин А.* Манифест нет-арта. — <<<http://www.guelman.ru/slava/manifest/istochniki/shulgin.htm>> (s. a.).
- Blais J., Ippolito J.* At the edge of art. — London, 2006,
- Dickie G.* Art and the Aesthetic. An Institutional Analysis. — Ithaca; London, 1974.
- McSver Lopes D.* Art without „Art” // The British Journal of Aesthetics. — 2007. — Vol. 47. — № 1. — P. 1—15.

Ольга Балашова — викладач кафедри теорії та історії мистецтва Національної академії образотворчого мистецтва та архітектури. Наукові інтереси — сучасна культура, медіа-арт.