



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа бакалавриата
по направлению подготовки 040100 «Социология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**МЕДИАИСКУССТВО В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
СОВРЕМЕННОГО МЕГАПОЛИСА**

Выполнил(а):
Студент(ка) IV курса II группы
Направления «Общая социология»
Равина Любовь Ивановна

Научный руководитель:
Профессор кафедры
социологии политических и социальных процессов,
Доктор политических наук,
Милецкий В.П.

Санкт-Петербург

2016

Оглавлени

Введение	4
Глава I. Теоретическо-методологические основания изучения медиаискусства в социокультурном пространстве современного мегаполиса	11
1.1. Медиа-арт как новое направление современного искусства	11

1.2. Методологические подходы к изучению функционирования культуры и искусства современного общества.....	20
1.3. Город как социокультурное пространство.....	30
Глава II. Социодинамика медиа-искусства в современном российском мегаполисе.....	38
2.1. Медиа-искусство как инструмент преобразования социокультурного пространства современного мегаполиса.....	38
2.2. Эмпирическое исследование ключевых тенденций и особенностей социодинамики медиаискусства в Санкт-Петербурге.....	48
Заключение.....	63
Список используемой литературы.....	66
Приложение №1.....	71
Приложение №2.....	73

Введение

Актуальность проблемы исследования

Возникновение новых творческих практик, рождение нового вида искусства, внедрение принципиально новых методов работы и творческого инструментария – всё это значительные и заслуживающие самого пристального внимания явления культуры. Двадцатый век был богат на художественные новации, которые могут быть названы революционными в искусстве: «Мощный скачок научно-технического прогресса XX в., приведший к современной техногенной цивилизации, оказал беспрецедентное воздействие на художественную культуру в целом, на все виды традиционного искусства и вызвал к жизни новейшие разновидности арт-практик, формирующиеся исключительно на технологической основе»¹.

New media art (искусство новых медиа) — это искусство или ряд художественных стратегий, созданных или опирающихся на современные коммуникационные технологии, а именно: интернет, телефонную связь, аудио и видео запись, а также любой другой вид и формат передачи/кодирования информации по проводам или через эфир; инструментарий художника данного вида художественного направления — абсолютно новые компьютерные/цифровые способы передачи данных и языки программирования. В последнее время чаще всего используется термин new media art (искусство новых медиа), что подчёркивает процесс постоянного обновления в этой области и включения в неё таких видов и жанров искусства, которые могли бы рассматриваться и отдельно; если попытаться выделить характерные признаки искусства медиа, то главным будет наличие электронной обработки материала². Термин показывает отличие получаемых культурных объектов, противопоставляя себя произведениям старого визуального искусства (традиционной живописи, скульптуре и т.д.). Данный

¹ Бычков, В.В., Маньковская, Н.Б. Искусство техногенной цивилизации в зеркале эстетики / В.В.Бычков, Н.Б.Маньковская // Вопросы философии. –2011. –№ 4. –С.62-72. с. 62

² Шустрова О. И. Пространство медиа искусства. – СПб.: Алетейя, 2013. – 132 с.

вид современного искусства ставит перед обществом множество задач и вопросов: включённость не только художника, но и самого цифрового медиума в действие, создание образа, существующего вне определённого места – всё это является новейшими открытиями в рамках искусства.

В социологическом знании на протяжении XX в. появляется тенденция постулирования пространства не столько как общественной составляющей, но также и культурной, что вытекает в новую категорию – «социокультурное пространство». Особенно это проявляется в рамках городской среды, занявшей играющую роль в развитии человеческой цивилизации, формировании вопросов общественной сферы и культуры, которая не в малой степени диктует свои ценности и формирует запросы самих горожан. Российские крупные города сегодня также безоговорочно включены в общемировой коммуникативный процесс, что позволяет их гражданам вовлекаться в круг множества областей общественной жизни, в том числе и в сфере искусства. Однако история искусства новых медиа, насчитывающая на Западе более пятидесяти лет, в нашей стране начала формироваться лишь двадцать лет назад и только в последнее десятилетие были созданы собственные наработки и открытия, позволяющие единицам российских медиа художников претендовать на включение в крупные мировые художественные проекты. Таким образом, вопрос о роли медиаискусства в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга нуждается в дальнейшем рассмотрении.

Степень научной разработанности проблемы

Многогранность изучаемого феномена чётко прослеживается в исследовательском вопросе, требующего рассмотрения в области искусства и культуры, а также в его взаимосвязи с городским пространством. Освоение вопроса влияния новых технологий на современное общество и культуру можно проследить у таких социологов как Э. Гидденс и Д. Белл,

рассматривающих общество на его принципиально новом этапе технологического развития и трансформации всех сфер жизни, включая безусловно и культурную. О создании же «новых медиа» и их влиянии на человеческое восприятие действительности были описаны М. Маклюэном. Также стоит выделить и А. Моля, рассматривающего появление технологической культуры, как интеллектуальный аспект искусственной среды, создаваемый человеком в ходе своей социальной деятельности. Среди соотечественников тема «новых медиа» и его влияния на общество, и, в том числе, на искусство может быть рассмотрена, в первую очередь, в трудах таких авторов, как Л. Мановича, Б. Гройса, С.В. Ерохина.

Важнейшим социологическим подходом к пониманию и функционированию культуры и искусства в наше время является парадигма производства культуры, заложенная такими американскими социологами, как Р. Петерсон и Г. Беккер, и разработанная в последствие французским мыслителем П. Бурдьё, чьё положение о «культурном поле» является основополагающим. Городское социокультурное пространство в данном контексте безусловно является решающим для понимания современной культуры и актуального искусства в целом, т.к. представляется неотрывным в связи с техногенным характером и мировыми тенденциями современного общества. Данная проблематика являлась предметом изучения таких классиков социологии, как Г. Зиммель, П. Бурдьё, П. Сорокин. Также особое внимание этому явлению уделяют и представители социологии города – М. Вебер, Э. Бёрджесс, Р. Парк. В современной отечественной науке проблемы социокультурного пространства города освещалась такими исследователями, как и другими учёными.

Объектом исследования выступает медиаискусство как новая форма репрезентации творчества.

Предметом исследования является место и роль медиаискусства в социокультурном пространстве современного мегаполиса.

Целью исследования является изучение и выявление особенностей и тенденций социодинамики медиаискусства в социокультурном пространстве современного мегаполиса на примере Санкт-Петербурга.

В соответствие с междисциплинарностью предмета и цели работы были поставлены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть специфику медиа-искусства, как ответ на глобализацию и информатизацию общества с опорой на концепции Э. Гидденса, Д. Белла и М. Маклюэна, а также выявить основные положения влияния «новых медиа» на общество и сферу искусства у Л. Мановича, Б. Гройса и С.В. Ерохина;
2. Проанализировать подходы к изучению взаимообусловленности функционирования культуры современного общества и новых форм искусства в исследованиях западных и отечественных социологов конца XX – начала XXI вв., таких как В. Беньямина, П. Сорокина, Р. Петерсона, П. Бурдьё, Г. Беккера, В. Грисвольд и В. Александер;
3. Изучить социокультурное пространство мегаполиса как наивысшую форму развития города с позиций П. Сорокина, а также представителей социологии города – М. Вебера, Э. Бёрджесса, Р. Парка;
4. Наконец, проанализировать актуальные социологические исследования о современном искусстве в России, и на основании данного изучения составить и провести опрос экспертов в области медиаискусства – кураторов выставок, мероприятий и медиа-арт художников. Таким образом, на этой основе необходимо выявить актуальные тенденции и особенности развития данного вида искусства в социокультурном пространстве Санкт-Петербурге.

Теоретико-методологической основой исследования явился подход, опирающийся на парадигму культурного производства и потребления П. Бурдьё, в частности, разработанная им концепция «поля» в аспекте

культурной сферы общества, на положения концепта «культурного алмаза» В. Грисвольд, а также на идеи Р. Петерсона и Г. Беккера. В ходе изучения вышеуказанной литературы стало бесспорным положение о том, что культурная сфера на протяжении XX в. изменилась под влиянием множества социальных, а также техногенных факторов, прямо пропорциональным общественному развитию, что порождает новые формы и виды репрезентации творчества. Искусство новых медиа здесь выступает как передовой инструмент отражения общественного прогресса, так и, равным образом, механизмом для преобразования сознания граждан в принципе. В связи с тенденциями постмодернистского общества, вышеуказанные концепции представляются наиболее значимыми для понимания предмета.

Необходимо отметить, что в рамках данной работы должным образом предстоит подтвердить или опровергнуть **гипотезу** об обусловленности функционирования медиа-арта как новой формы искусства и социокультурного пространства современного мегаполиса на примере Санкт-Петербурга.

Методы исследования. Для разработки поставленной проблематики с теоретической стороны в основу лёг метод перехода от общего положения к частному и наоборот: индукция и дедукция. Непосредственно для сбора эмпирического материала были применены метод анализа вторичных данных (исследований в области тенденций актуального искусства в России), а также метод экспертного опроса непосредственно у самих участников медиа-арт сообщества для углубленного изучения данного феномена.

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав и заключения. **Введение** раскрывает актуальность, определяет степень научной разработки темы, объект, предмет, цель, задачи и методы исследования, раскрывает теоретическую и практическую значимость работы. **В первой главе** рассматриваются основные положения медиа-арта, как нового направления

современного искусства, обусловленного общемировыми тенденциями общественного развития, изучение функционирования культуры и искусства современного общества в рамках производственной парадигмы культуры, а также выявление социокультурного аспекта современного крупного города:

Во второй главе раскрываются характеристики медиаискусства, как инструмента преобразования социокультурного пространства современного мегаполиса, проводится эмпирическое исследование ключевых тенденций и особенностей социодинамики медиа-искусства в Санкт-Петербурге и формулируются следующие **выводы**:

1. Искусство новых медиа и в принципе внедрение новых технологий в творческий процесс в условиях современного общества является главенствующим перспективным направлением в рамках развития социокультурного пространства мегаполиса и его возникающих проблем за счёт освещения острых социальных проблем;
2. Аудитория производства и потребления данного вида современного искусства в наше время не ограничиваются только молодыми специалистами в этой узкой области знания – приобретаемая популярность искусства новых медиа притягивает к себе всё новых сторонников, что в немалой степени обусловлено междисциплинарным характером искусства новых медиа;
3. Поддержка интеграции медиаискусства в городское социокультурное пространство должна осуществляться на уровне институций, что позволит сделать данный вид искусства более технически и организационно развитым, что, в свою очередь, повысит качество производимого искусства.

В заключении подводятся итоги исследования и формулируются выводы по рассматриваемой теме.

Глава I. Теоретическо-методологические основания изучения медиаискусства в социокультурном пространстве современного мегаполиса

1.1. Медиа-арт как новое направление современного искусства

Творческая самореализация человека представляется одной из самых важных в общественной деятельности и становления культуры в том или ином историческом контексте. Тенденции общественного развития XX-XXI вв., основными можно назвать: наступление постиндустриальной и информационной эпохи, всеобъемлющая глобализация, высокий уровень технического развития, и, конечно же, массовое распространение информационных технологий, также диктуют новые направления во всех сферах общественной жизни, включая также и культурную, где вопросы и проблемы нашего времени отражаются самым чувственным образом. Создание и распространение цифровых технологий также дало стимул современным художникам осмыслить реальность по-новому, таким же образом, как в начале XX в. это делали авангардисты.

Для рассмотрения технической составляющей, как главного фактора развития общества стоит обратиться к теории информационного общества американского социолога и футуролога Д. Белл, который ещё во второй половине XX в. сформулировал главные тенденции развития человечества. В целом информационное общество определяется следующими положениями³:

- детерминация самовозрастания информационного поля и развития новых социальных отношений;
- возрастание скорости и эффективности обработки информации при снижении её стоимости, что ведёт к изменению в социально-экономических процессах;
- становление информационно-коммуникационной техники как определяющего фактора социальных перемен, которые в свою очередь меняют мировоззрение, ценности и сами социальные структуры.

³ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — Москва: Академия, 1999.

Концепция глобализации была подробно рассмотрена английским современным социологом Э. Гидденсом, который трактовал её, как «интенсификация социальных отношений всемирного характера, которые связывают находящиеся на удалении друг от друга локальные контексты жизни так, что процессы и события, происходящие в одном месте, обуславливают процессы и события, происходящие далеко от них, и, наоборот, сами обуславливаются ими»⁴. Глобализация характеризуется Гидденсом⁵, как естественное продолжение модерна в новых социально-экономических и политических условиях 1990-х гг. (позднего модерна). При этом он говорит о пяти основных чертах глобализации, среди которых также выделяет как одну из значимых и наиболее обсуждаемых, — «культурная глобализация», означающая бурное развитие технологий коммуникации, глобальный трансфер культурных ценностей, реальных достижений в области культуры, вкусов.

В связи с этим для более чёткого понимания вопроса необходимо рассмотреть определение «медиа», являющимся ключевым в концепции искусства, создаваемого при помощи новых цифровых технологий. Известнейшая аксиома М. Маклюэна “*medium is the message*” в «Понимания средств коммуникации» послужила отправной точкой современной концепции средств коммуникации и их влияния на человеческую деятельность в глобальном масштабе. Маклюэн рассматривает влияние «медиа» на общество не столько содержанием сообщений, которое передаётся с помощью данных средств, сколько своими характеристиками, которые меняются с развитием технологий – таким образом, идёт непосредственная рефлексия на сам «медиум», «посредника» коммуникации. Это решающее положение теории даёт понять, что каждое новоизобретённое средство коммуникации предоставляет человеку дополнительные возможности в восприятие сообщения, дополняя чувственный уровень, тем

⁴Гидденс, Э. Социология / Пер. с англ.; науч. ред. В. А. Ядов; общ. ред. Л. С. Гурьевой, Л. Н. Посилевича. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — 703 с.

⁵Там же

самым, становясь продолжением самого человека: «Воздействие технологии происходит не на уровне мнений или понятий; оно меняет чувственные пропорции, или образцы восприятия, последовательно и без сопротивления»⁶. Наступление компьютерной эпохи и становление «новых медиа» также характеризуется Маклюэном как финальная стадия расширения человека в общественном пространстве – стадия «технологической симуляции сознания, когда творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества примерно также, как ранее благодаря различным средствам коммуникации были расширены вовне наши чувства и наши нервы»⁷.

В книге «Искусство и ЭВМ» французский психолог А. Моль рассматривал культуру как совокупность сообщений, пытаясь исследовать «норму оригинальности» с применением математических терминов – основной вывод можно озвучить следующим образом: если искусство – это всего лишь эстетическая информация, значит, её можно закодировать в суперзнаках, то есть запрограммировать⁸. Сделанное Модем предположение ещё в 60-е годы XX столетия, что «с помощью компьютера, могущего запоминать, синтезировать и воспроизводить широчайший ассортимент аудио и визуальных сегментов» – звук, тексты, статические и динамические абстрактные изображения, – «каждый художник, занимаясь комбинаторикой, пермутацией этого разнообразнейшего знакового материала, будет создавать уже не просто новые произведения искусства, а новые его виды!»⁹, приводит к заключению, что к таким видам сегодня относятся все жанры *new media art*'а, частью которых компьютер и является.

Становление медиа-арта, как отдельного вида современного искусства можно назвать в связи с развитием новых видео технологий в 1960-ые годы, что дало начало экспериментам Нам Джун Пайка и Вольфа Фостеля, а также

⁶Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В Николаева; Закл. ст. М.Вавилова. – 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007. – 464 с., с. 22.

⁷Там же, с. 5.

⁸Моль, А. Искусство и ЭВМ / А. Моль, В. Фукс, М. Касслер. – М.: Мир, 1975. – 557 с. с. 315

⁹Там же, с. 265

мультимедийным перформансам арт-группы «Флюксус». В конце 1980-ых развитие компьютерной графики и технологий, работающих в режиме реального времени, а затем и распространение сети Интернет в 1990-ых, создало благоприятные условия для появления новых жанров медиаискусства, связанных с разнообразием форм интерактивности в работах таких художников как: Линн Хершман Лисон, Дон Риттер, Перри Хоберман, Рой Эскотт, Вук Чосич, Jodi, Джеффри Шоу, Морис Бенайон, Рафаэль Лозано-Хеммер и др. Необходимо отметить, что на данный момент в Западной Европе и США «искусство новых медиа» уже основательно оформилось институционально в виде специализированных выставочных центров (Ars Electronica, ZKM, Laboral, V2), фестивалей (ARS ELECTRONICA, European Media Art Festival), компаний (ART+COM), а также студий (ILM, Pixar).

В Советском Союзе данный вид искусства был невозможен в виду идеологических и культурных ограничений, с образованием же нового Российского государства в Москве в середине конце 1990-ых годов возникла первая культурная институция, занимающаяся искусством новых медиа – «МедиаАртЛаб». Среди российских медиа художников, в первую очередь, можно выделить О. Лялину, А. Шульгина, А. Великанова, С. Тетерина.

В западном искусствознании данный вид художественного творчества в свой короткий исторический период успел поменять несколько названий: digital art (цифровое искусство), media art (искусство медиа), computer art (компьютерное искусство), multimedia art (мультимедийное искусство), interactive art (интерактивное искусство), cyber art (киберискусство). В последнее время используется термин new media art (новое медиа искусство), применяемый для описания проектов, в которых употребляются возможности самых передовых технологий, которые, в том числе, «касаются культуры, политики, и эстетических возможностей этого оборудования»¹⁰. Среди жанровых подвидов данного вида искусства основными представляются следующие: видеоарт, саундарт, медиаинсталляция, медиаперформанс,

¹⁰Tribe M., Reena J. New Media Art. – Koln: Taschen, 2006. – 99 p. p. 6.

медиа ландшафт (медиа среда), сетевое искусство (интернет-арт/веб-арт) и, в последнее время ставшим всё более актуальным, science art (искусство, использующее научные достижения).

Современное медиаискусство можно представить, как неповторимое соединение творческой мысли художника и самых передовых технологий, поэтому «медиа» в данном контексте включает в себя не только коммуникационные технологии и средства связи, а также «используются все возможные блага цифрового века – от видеокамеры и компьютерной графики до роботов и новейших биотехнологий. Медиахудожник как бы паразитирует на инновациях, создавая им новые смысловые контексты, предлагая для них альтернативные символические формы существования, переопределяя их как составную часть искусства»¹¹.

Среди отечественных теоретиков, изучающих влияние новых медиа на образование и функционирование актуальных форм искусства можно, прежде всего, назвать Льва Мановича. В своей книге «Язык новых медиа» он непосредственно задаётся вопросом о границах этих «новых медиа» – что является первичным конструктом искусства, а что – воспроизводимым? Также им были выделены пять основных принципов «новых медиа», обобщённо отражающих тенденцию¹²:

1. Числовое представление – все объекты «новых медиа» подлежат алгоритмическим манипуляциям;
2. Модульность – объекты «новых медиа» имеют модульную структуру, т.е. все элементы объекта являются частью целого, могут составлять более сложный объект, однако при этом не теряют свое независимое существование;
3. Автоматизация – числовое кодирование и модульная структура приводят к возможности автоматизации многих операций в создании медиа;

¹¹Сарно Я. Современный медиаарт. Куда идут технологии? URL: <http://www.chaskor.ru/p.php?id=168> [дата обращения 6.03.16]

¹²Manovich L. The Language of New Media. – MIT Press, 2001. pp.43-66

4. Изменчивость – объекты «новых медиа» являются изменчивыми.

Появляется возможность разделения контента и интерфейса, а также возможность интерактивности;

5. Транскодинг – данный термин понимается автором не только как «перевод цифрового формата из одного в другой», но и как взаимовлияние культурного и компьютерного слоёв.

Другой философ и искусствовед в области новых медиа – Борис Гройс, – рассматривает медиаискусство в контексте музейной репрезентации и, следовательно, трансформации арт-коммуникации и потребления произведения искусства: «Это свободное и в то же время аналитическое обращение с кино- и видеоизображением, которое идеальным образом реализует удачно сделанное медиальное искусство, подталкивает, как уже говорилось, зрителя к тому, чтобы позаимствовать у соответствующего медиального художника аналитическую стратегию выбора и самому стать активным потребителем медиальной продукции... на соответствующих образцах зритель учится тому, что все параметры потребления медиальной продукции могут меняться, и он начинает по-своему деконтекстуализировать медиальные изображения, находить для них новые контексты, фрагментировать их, соединять по-новому, сдвигать и располагать в иной временной последовательности и т.п.»¹³. Гройс выделяет три крайне важных аспекта современного музея при репрезентации искусства новых медиа в современном музее:

- музейное освещение, как фактор сосредоточения на медиа произведении;
- время, затрачиваемое зрителем на созерцание и осмысление произведения искусства;
- противоборство ценностей замысла художника и зрительского восприятия.

Самым молодым и передовым представителем в данном вопросе можно смело назвать доктора философских наук МГУ Семёна Владимировича Ерохина, чей ряд публикаций о цифровом изобразительном искусстве и

¹³Ромашко С. / Борис Гройс: Музей как медиальная среда (пер. с нем.). Журнал "Искусство кино", 2000 №1. URL: <http://kinoart.ru/archive/2000/01/n1-article16> [дата обращения 4.03.16]

исследование влияния цифровых технологий и виртуального инструментария на творческий процесс является собой крайне уникальный случай. В своей книге «Цифровое компьютерное искусство» автор делает вывод о том, что «... цифровое компьютерное искусство может сыграть важную роль в трансформации ценностных систем в рамках информационного общества»¹⁴. Данная формулировка стоит не просто в логическом умозаключение о влиянии искусства на человека, но и призывает к пересмотру традиционного понимания художественной эстетики.

В целом, главенствующую цель медиа-арта можно определить, как раскрытие новых возможностей коммуникации – ценность глубокого чувственного постижения новой художественной реальности усиливается таким фактором, как интерактивность, позволяющая сблизить позиции художника и зрителя; процессом определения смысла становятся акты рефлексии и самопознания, что для современного искусства весьма важная и актуальная задача. Кроме того, за счёт доступности и лёгкого копирования материалов происходит размывание территориальных и временных рамок циркуляции художественного продукта. Среди основных тем, к которым обращается искусство новых медиа можно назвать¹⁵: компьютерное искусство, сотрудничество, личность, апроприация, открытый код, телеприсутствие, наблюдение, пародирование корпораций, а также воздействие и хактивизм. В должной мере, можно сказать, что искусство новых медиа весьма отражает актуальные проблемы современного общества.

¹⁴Ерохин С. В. Цифровое компьютерное искусство. – СПб.: Алетейя, 2011. – 186 с. с. 58

¹⁵Tribe M., Reena J. New Media Art. – Köln: Taschen, 2006. – 99 p.

1.2. Методологические подходы к изучению функционирования культуры и искусства современного общества

Ускоренный характер социального и культурного развития, начиная с конца XIX в., возникновение массовой культуры и вовлечение в её сферу интересов различных слоёв населения привело к значительной трансформации и производства искусства, которое приобрело всё больше индустриальные черты, тем самым, становясь одной из сфер экономики – в связи с этим, главным также является рассмотрение процесса формирования общественной и государственной политики в отношении культуры и искусства. Данные предпосылки закономерно привели к появлению в начале XX в. такой новой научной дисциплины, как социология искусства.

Основной вопрос данной дисциплины может быть озвучен как: «что социологического содержит искусство?»¹⁶. Существует несколько точек зрения на проблему, определяющих цели социологических исследований в сфере искусства, так М.В. Горностаева выделяет¹⁷ следующие – позитивистская, понимающая, критическая и постмодернистская парадигмы. Подробнее остановимся на каждой из них:

1. Позитивистская – общество рассматривается, как «...набор каузально взаимосвязанных переменных. Целью социального исследователя является создание законов, описывающих человеческое поведение. Данный подход приводит к концептуализации культурных символов в качестве «черных ящиков», смыслы и взаимоотношения которых не требуют анализа»¹⁸. Каузальные законы используются для прогнозирования социальной ситуации как отражение взаимодействия между обществом и искусством, так и влияния искусства на культурную политику отдельно взятого государства.

¹⁶ Давыдов Ю.Н. Искусство как социологический феномен. К характеристике эстетико-политических взглядов Платона и Аристотеля. – М.: Наука, 1968.

¹⁷ Горностаева М.В. Искусство как социологическое явление // Социс. – №4. – С.84-90.

¹⁸ Crane D. The Production of Culture: Media and Urban Arts. – London: SAGE Publications, Inc., 1992. P. 198. p. 86.

2. Понимающая – приоритет отдаётся изучению субъективных смыслов для понимания отдельного произведения искусства и его влияния на социальное поведение индивидов, чаще всего используемая при изучении аудиторий и самих предметов искусств.
3. Критическая – здесь, в рамках марксистской теории конфликта и, в частности, положения о том, что идеи правящего класса являются господствующими, главной представляется проблема культурного контроля элиты над массами посредством искусства. Складывается такое направление, как критика массовой культуры и изучение процессов потребления культурных продуктов в зависимости от форм социальной дифференциации.
4. Постмодернистская – как и понимающая социология, данное течение акцентируется по большей части на анализе аудитории и восприятии искусства в связи с возрастающим влиянием консюмеризма на социальную идентичность, как следствие потребительского выбора и избираемого стиля жизни.

Тема данной работы охватывает самые разнообразные проблемы современного искусства и культуры, что требует комплексного анализа теорий в области социологии искусства второй половины XX в. в связи с тенденциями данного времени. Безусловно, первым, кто социологически отразил мысль о появлении и встраивании новых технических средств репрезентации действительности в создание произведения искусства, можно по праву считать В. Бенямина. Вышедшая в 1936 г. статья «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» даёт понять следующее положение: «В то время, как эпоха технической воспроизводимости лишила искусство его культового основания, навсегда развеялась иллюзия его автономии»¹⁹. Таким образом, новые технологии репрезентации действительности – на то время это фото- и киносъемка, –

¹⁹Бенямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. – М., 1996. – 240 с., с. 34.

сами по себе могут кардинально изменить мировоззрение современного человека.

В середине XX века П. Сорокин отмечает начало включения продукции творческой деятельности в экономическую сферу: «Как коммерческий товар для развлечений, искусство всё чаще контролируется торговыми дельцами, коммерческими интересами и веяниями моды... Подобная ситуация творит из коммерческих дельцов высших ценителей красоты, принуждает художников подчиняться их требованиям, навязываемым вдобавок через рекламу и другие средства массовой информации»²⁰. Также, подчёркивает ценностную составляющую искусства, как один из аспектов, преобразующих общество в зависимости от вектора культурной политики: «Смотря по тому, какие чувства культивирует искусство в людях, оно может сыграть громадную – и положительную, и отрицательную – общественную службу. Если что-либо вас возмущает в народе, или, напротив, восхищает, то доля вины или заслуги в этом принадлежит и искусству: тому, которым фактически питался народ»²¹.

Одним из основоположников парадигмы культурного производства можно считать американского социолога Ричарда Петерсона, выдвинувшего представление о «мирах искусства», методологически обращаясь к обширной области эмпирических исследований – отношения между обществом и культурой являются ф для анализа культурных феноменов:

- автономность культуры;
- социальное (например, структура или организация), представленное также как экономические и/или политические факторы, «создаёт культуру»²²;
- культура может выступать главной компонентой системы, а, следовательно, и её социальной.

²⁰Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. с. 452.

²¹Там же, с. 162.

²²Peterson R.A. The Production of Culture: A Prolegomenon // The American Behavioral Scientist. 1976. Vol. 19. No. 6. P. 669-684. p. 671

Последние две позиции, соответственно, можно отнести к материалистическому и идеалистическому пониманию соотношения культуры и общества, однако все три позиции можно свести к следующим тезисам:

1. культура – совокупность символов, обладающая внутренней целостностью, и, тем самым, скрепляющая социальную структуру в единое целое;
2. культурное содержание – основной объект изучения;
3. культурные изменения происходят последовательно и постепенно, не придерживаясь какой-либо схемы.

Петерсон впервые заявил, что объектами исследования в рамках парадигмы производства являются «процессы создания, изготовления, сбыта, распространения, экспонирования, внушения, оценивания и потребления»²³. Данная трактовка исследовательской программы приводит к следующим положениям: социальное устройство различных сфер с точки зрения исследователя начинает преобладать над самими сферами, стирая подобное различие, а также деление культуры на высокую и массовую становится несущественным. Таким образом, Петерсон отмечает: «...парадигма производства фокусируется на том, как символические элементы культуры формируются системами, в рамках которых они созданы, распространяются, оцениваются, транслируются и сохраняются как навыки и знание»²⁴.

Другим представителем производственного подхода в социологии искусства является Говард Беккер, который предполагал, что объект искусства рождается не столько исходя из творческой работы его автора, сколько в результате функционирования, так называемого, «мира искусства», внутренние связи которого он и предлагал исследовать²⁵.

Ресурсы теоретической работы Беккера – символический интеракционизм

²³ Там же, p. 672

²⁴ Peterson R.A., Anand N. The Production of Culture Perspective // Annual Review of Sociology. 2004. – No. 30. – P.311-334. p. 311.

²⁵ Becker H.S. Art as Collective Action // American Sociological Review. 1974. – Vol. 39 (6). – p. 767–776.

и аналитическая философия А. Данто, у которого и заимствуется понятие «мир искусства» (art world). Данная концепция возникла благодаря обсуждению проблем, связанных с онтологическими концепциями искусства²⁶ – одна из них трактует искусство как нечто, отражающее действительность, вторая, наоборот, делает сферу искусства автономной и независимой от репрезентации. При обнаружении явлений, которые по формальным критериям не могут быть явно отнесены или же не отнесены к произведениям искусства, Беккер предлагает использовать особое понятие – «мир искусства»: «...считать мир (world) состоящим из всех тех людей и организаций, чья деятельность необходима для производства особого рода событий и объектов, которые этот мир обычно производит»²⁷. Согласно данному тезису Беккер выводит четыре следствия, необходимых для более точного рассмотрения:

1. Искусство должно изучаться, в качестве результата коллективно организованных действий участников – это приводит к разрушению чёткой связи между художником и произведением, и утверждению о том, что к конкретному объекту искусства причастны все, кто участвует в создании, представлении и восприятии этого объекта²⁸.
2. Деятельность участников согласована и протекает по определённым законам и нормам, которые Беккер называет «конвенцией» – создание произведения искусства, т.е. производство, становится основным объектом анализа. «Коллективные действия и события, которые они (действия) производят, – основная единица социологического исследования»²⁹.
3. Концепция Беккера не определяет искусство, как «данное с выше», наоборот, идёт концентрация на «конвенциях», которые и определяют, что можно именовать искусством, а что нет.

²⁶ Danto A. The Artworld // The Journal of Philosophy. 1964. – Vol. 61. No. 19. – P. 571-584.

²⁷ Becker H.S. Art Worlds and Social Types // American Behavioral Scientist. 1976. – Vol. 19. No. 6. – P. 703-717. p. 703.

²⁸ Becker H.S. Art as a Collective Action // Popular Culture: Production and Consumption / Ed. by C.L. Harrington, D. B. Bielby. Blackwell Publishing, 2001. – P. 67-77. p. 68.

²⁹ Там же, p. 77

4. Наконец, в самом процессе коллективного производства «мир искусства» позволяет участникам почувствовать ценность их деятельности, ибо именно в контексте данного процесса и возникает сама ценность произведения искусства.

Так, можно сказать, что «мир искусства» рассматривается Беккером, как сообщество людей, чья совместная деятельность, организуемая через совокупность их представлений об общепринятых приёмах творчества, даёт в результате такие произведения искусства, какие приняты в мире искусства³⁰.

Ещё одним важнейшим исследователем в понимании искусства и функционирования культуры в связи с её трансформацией, как элемента рыночной системы в первой половине 1960-х годов можно считать французского социолога и философа Пьера Бурдьё, являющимся одним из инициаторов проведения социологических опросов в данной сфере общественной жизни. Искусство в его понимании рассматривается, как обусловленная социальными факторами сфера, но говорить о социологии искусства позволяет именно возможность рассуждать о своеобразных «правилах искусства», согласно которым и структурирована категория «*поля искусства*», а также её сравнение в отношении с другими полями, среди которых особое внимание исследователя привлекает «поле политики» и «поле экономики». П. Бурдьё настаивает и на понимании связи пространств, как поля борьбы за художественную истину: «Если и существует истина, то она состоит именно в том, что истина является ставкой борьбы. Различные или противоположные классификации и суждения агентов, вовлечённых в художественное поле, несомненно, обусловлены или направляемы диспозициями и специфическими интересами, связанными с позицией в данном поле и с точкой зрения. Несмотря на это, они всё равно формулируются с претензией на

³⁰ Becker H.S. Art Worlds. – Berkley, 1982.

универсальность и абсолютность, которая отрицает их социальную обусловленность и относительность точек зрения»³¹.

Координаты социальной позиции детерминируются преобладанием одного из вида *капиталов* – экономического, культурного, социального или символического; кроме того, другой элемент, который также необходимо исследовать – сеть объективных взаимоотношений позиций, определяющих стратегии действия участников. Поэтому наблюдается корреляция между автономностью поля и выстраиванием иерархии согласно престижу и признанию, которые напрямую зависят от социального и символического капиталов.

Наконец, *габитус*: «системы устойчивых и переносимых диспозиций, структурированные структуры, предрасположенные функционировать как структурирующие структуры, то есть как принципы, порождающие и организующие практики и представления, которые могут быть объективно адаптированными к их цели, однако не предполагают осознанную направленность на неё и неременное овладение необходимыми операциями по ее достижению»³². Данная категория в схеме Бурдье выполняет связующую функцию между объективными структурами и участниками взаимодействия; в случае поля «культурного производства» участником выступает художник, «разделяющий» определённый габитус, который, в свою очередь, определяет сферу возможностей того или иного участника.

В данной формулировке становится очевидным, что предмет социологии искусства как научной дисциплины – это изучение всех видов практик, характеризующих «поле искусства», и закономерностей их взаимодействия.

31[□]Бурдье П. Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзия абсолютного / Пер. с фр. Ю.В. Марковой // Новое Литературное Обозрение. – 2003. – № 60.

32[□]Бурдье П. Практический смысл / Пер. с фр. А.Т. Бикбова, К.Д. Вознесенской, С.Н. Зенкина, Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя; М.: Ин-т экспериментальной социологии. – 2001. 562 с. С. 102.

Напоследок, обратимся к современному развитию парадигмы производства искусства – в 1994 г. английской исследовательницей Венди Грисвольд была разработана модель «культурного алмаза», и в последствие дополненная Викторией Александер. Уходя от упрощённой формулировки об искусстве как «зеркале» общества и «формирующего конструкта», Грисвольд³³ разработала модель этого взаимодействия, получившую название «культурного алмаза», имеющего четыре вершины – произведения искусства, его создатели, аудитория (потребители) и общество, – каждая из которых, в свою очередь, связана с тремя остальными. Для большей объективности изучения проблемного поля необходимо изучать именно все типы имеющихся связей. Александер подчёркивает, что, несмотря на согласие с тем, что «искусство должно изучаться в целом»³⁴, одновременно исследовать все аспекты этого феномена – задача практически нереальная. Тем не менее, стоит по мере возможностей представлять всё поле исследования и все существующие в нём связи – только лишь тогда можно увидеть, поле искусства в его универсуме.

³³ Griswold W. Cultures and Societies in a Changing World. London, 1994. p. 15

³⁴ Alexander V. Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms. Cornwall, 2003. p. 308

1.3. Город как социокультурное пространство

Для рассмотрения изучаемой проблемы итоговой составляющей является представление «социокультурного пространства» в контексте города, а точнее мегаполиса, как наивысшей формы урбанистического развития. Сперва стоит рассмотреть феномен социокультурного пространства, как такого в трудах различных социологов и вывести наиболее кристаллизованное мнение по данному вопросу.

Стоит отметить, что социокультурное пространство должно быть соотнесено с двумя взаимосвязанными понятиями – «социальное пространство» и «культурное пространство», т.к. логично предположить, что изменения общества приводит к увеличению воздействия не только социальных процессов, но и культуры. Как заметил российский исследователь в области культурологии А.Б. Гофман, уже в XIX – начале XX вв. понятие культуры часто пересекается с понятием общества: «место культуры в это время оказывается подчинённым по отношению к обществу»³⁵; «наблюдается переход от парадигмы “общества” и “социального” к комбинированной парадигме “общества культуры” и “социокультурного”»³⁶. Учитывая всё вышесказанное, интерпретация понятия «социокультурное пространство» невозможна без чёткого представления «социального пространства», под которым принято понимать следующее: «... это поле социальной деятельности, включающее совокупность значимых социальных групп, индивидов, объектов в том или ином их взаимном расположении»³⁷.

Одним из первых, кто предпринял попытку анализа именно «социокультурного пространства» можно считать П. Сорокина. В своей 4-томной работе «Социальная и культурная динамика» он рассматривает

35[□] Гофман А. Б. Социальное – социокультурное – культурное: историко-социологические заметки о соотношении понятий «общество» и «культура» // Социологический ежегодник: сб. науч. тр. / ред. и сост. Н. Е. Покровский, Д. В. Ефременко. – М., 2010. – С. 185-198. С. 189.

36[□] Там же, с. 192.

37[□] Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках / ред.-координатор Г. В. Осипов. – М.: ИНФРА-М–НОРМА, 1998. – 488 с.

пространственную парадигму в социокультурном измерении для выявления чёткого системного единства общества и культуры, имеющих уникальную структуру. Отличительная характеристика социокультурного пространства – его представление, как особого множества, определяемого тремя основными «плоскостями» (значения, ценности и нормы; проводники и человеческие агенты) и некоторым числом «измерений». «Плоскость» значения, ценностей и норм определяется в том случае, когда определяется их место в *универсуме* значений, ценностей и норм. Проводники – это элемент взаимодействия между индивидами, без них, как заметил Сорокин, «самое незначительное пространство ставило бы непреодолимые препятствия для возможности взаимодействия»³⁸. Третья «плоскость» социокультурного пространства – человеческие агенты, как элементы системы взаимодействия. «Измерения» в его теории задаются культурными системами и основными односвязными и многосвязными группами вместе с их подсистемами и подгруппами – число измерений зависит от того, с какой точностью можно определить социальное и культурное положение данного социокультурного феномена. Здесь «социокультурное пространство» выступает в качестве производной понятия «социальная дистанция»: «два или более социокультурных явления близки друг к другу, если они занимают одинаковые или смежные положения в векторной системе социокультурного пространства; и они далеки друг от друга, если их положения в этой системе векторов различны»³⁹.

Итак, определяя концепцию «социокультурного пространства», можно вывести следующие его характеристики:

- это часть социального;
- оно выступает частью культурного;

³⁸Сорокин П. А. Система социологии. – М.: Астрель, 2008. – 1008 с. с. 128.

³⁹Сорокин П. А. Общество, культура и личность: их структура и динамика. Система общей социологии (главы из книги) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: РЖ. – М., 2010. № 3. – С. 157-167. С. 164.

- имеет границы, очерченные ценностями, нормами, а также взаимодействиями многосвязных групп, заключающих в себе социальные, культурные, личностные аспекты взаимодействующих участников.

Частично затронув в первой главе данной работы концепции Д. Белла и Э. Гидденса о тенденциях развития современного общества – глобализация, информатизация и развитие технологий, – логичным будет вывести аспект повсеместного и динамичного развития урбанизации, становления города и, в частности, мегаполиса, как основной формой поселения современного человечества. Общее социологическое определение о «городе» можно дать следующее: «... это доминирующая в настоящее время социально-пространственная форма существования общества, которая отличается высокой степенью организации среды жизнедеятельности, большим разнообразием форм и видов деятельности населения, динамизмом социального развития, архитектурным разнообразием, значительной автономностью и относительно законченной социальной структурой, почти адекватной структуре общества (государства)»⁴⁰.

Образ города – это во многом и образ создавшей его культуры, наиболее чётко выражающий её сущность. Урбанистическая среда – самая интернациональная в мире, город максимально нивелирует условия труда и жизни населения. Происходит как внешняя стандартизация условий существования (однотипная планировка города и его строений), так и внутренних, которые заключаются преимущественно в информационном обеспечении и ценностях в условиях глобализации. Количественные признаки города можно назвать без труда, например, – это численность населения и его плотность, специфичная архитектура, плотность застройки; особое производство, инфраструктура и т.п. Однако качественные

⁴⁰Пирогов С.В. Социология города / С.В. Пирогов. - М.: Новый учебник, 2004. – 208 с.

характеристики взаимодействия и поведения в городской среде остаются малоизученными, что не позволяет увидеть город в социокультурном аспекте.

Концепция города в общественных науках играет значительную роль, и первым, кого стоит выделить среди западных исследователей – М. Вебера, а также представителей Чикагской школы, где происходит качественно новое представление об истории современной цивилизации, где «город» представляется, как особая модель интеграции людей на базе общественных отношений. В качестве основных предпосылок появления города по М. Веберу⁴¹ можно назвать следующие:

- разрушение родовой общины и появление массы маргиналов;
- смена ценностно-мировоззренческих ориентаций людей, появления нового типа культуры – сциентистски-рациональной и инновационной;
- изменение характера экономической мотивации.

Эти выделенные социологом положения дают комплексный взгляд на развитие социальных, экономических и политических отношений начала XX в., в последствие предопределивших развитие городской среды не только на Западе, но и по всему миру. Эволюция этих идей связана с проведением ряда исследований, непосредственно в городской среде, представленными, прежде всего, Р. Парком и Э. Бёрджиссом.

Глава Чикагской школы социологии, Р. Парк, рассматривает⁴² город, как среду обитания, особо подчеркивая такую характеристику городской жизни, как «свобода» и её измерения:

- свобода передвижения, позволяющая осваивать и видеть мир;
- свобода конкуренции за место в общей экономике;

41 Вебер М. Избранное. Образ общества. / М. Вебер. – М.: Юрист, 1994. – 704 с.

42 Баньковская С.П. Роберт Парк / С. Баньковская // Современная американская социология / под ред. В. И. Добренькова. – М.: Издательство Московского университета, 1994. – 296 с. С. 3–49.

- свобода конкуренции за место и статус в социальной иерархии (политическая свобода);
- свобода самовыражения.

Данная смысловая категория раскрывает городское пространство, как особую коммуникативную среду и являет собой постоянную социокультурную динамику, взаимопроникающих на территории и в социокультурном аспекте различных групп.

Как видно, доминантной основой социокультурного пространства является ценностная система – её непосредственное изменение ведёт к трансформации культурной и социальной составляющих города. В исследованиях же другого не менее значимого представителя Чикагской школы – Э. Бёрджесса, – поднимается⁴³ проблема выделения структурных единиц социокультурной среды города, характеризующаяся теорией концентрических зон, каждая из которых принадлежит особой социальной группе, таким образом, социокультурная гетерогенность предстаёт как «пазл» социокультурных миров, различных по символической и социально-организационной структуре.

Исследование социокультурных процессов в современной городской среде безусловно постулирует выработку применимых идей, раскрывающих траекторию динамики культуры в новых условиях. Однако, данные процессы подвергаются редкому исследованию и их пути практически не прослеживаются. Однако, можно предположить, что центр внимания авторов неуклонно смещается к проблемам социокультурной модернизации, где происходит рассмотрение причины торможения экономических реформ. Так, А.С. Новосельцева при рассмотрении⁴⁴ главных функций мегаполиса в глобально экономике выделяет, в том числе, и социокультурную функцию,

⁴³ Баньковская С.П. Эрнст Берджесс / С. Баньковская // Современная американская социология / под ред. В. И. Добренькова. – М.: Издательство Московского университета, 1994. – 296 с. С. 20–32.

⁴⁴ Новосельцева А.С. Ключевые функции мегаполисов в глобальной экономике // Вестник ВолГУ. Серия 9. Вып. 9. 2011. – С. 71-77.

суть которой определяет через включение следующих социальных принципов:

- конституирование образованной, мобильной, высококвалифицированной элиты;
- производство и трансляция стандартных символов, эстетических и поведенческих образцов, тиражируемых в глобальном масштабе;
- обеспечение и поддержка мультикультурализма, вариативности, толерантности;
- генерация общепланетарных стандартов качества и стиля жизни;
- развитие и укрепление ценностей и идеалов гражданского общества.

Как видно, это формирование протекает во внутреннем единстве с формированием соответствующих общественных институтов.

Информационно-коммуникационная функция мегаполисов также играет значительную роль в социокультурных процессах, что выражается в производстве, распространении информации и оптимизации информационных потоков, а также оснащении массовой коммуникации всех экономических субъектов различных уровней. Кроме того, информационные потоки являются неотъемлемой частью любого технологического процесса⁴⁵. Информационное пространство города, как часть социокультурного пространства, задаёт новые возможности для развития личности и новых форм пространственной организации культуры – данное пространство объединяет население города, направляет его деятельность, а также создаёт городское единство и общую культуры мысли. Р.Ю. Порозов справедливо утверждает⁴⁶, что в социокультурном контексте городское пространство

45^{Занадворов В. С. Теория экономики города: учеб. пособие / В. С. Занадворов, И. П. Ильина. – М.: Изд. дом ВШЭ, 1999. – 175 с. С. 94}

46^{Порозов Р.Ю. Культурно-образовательный потенциал городского пространства: теоретико-культурологический анализ: Дис.... канд. культ. наук.– Челябинск, 2009 // Электронная библиотека: диссертации. URL: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 29.01.2011).}

выступает источником постоянного воспроизведения и трансляции ценностей, возникновения и решения социокультурных проблем.

Итак, в результате проведённого теоретического анализа можно прийти к следующим положениям:

1. Искусство новых медиа в условиях современного общества при всеобщей глобализации, распространённости цифровых технологий, а также сети Интернет, можно назвать одним из инструментов формирования культуры всего прогрессивного мира;
2. Современные социологические теории направлены на изучение культуры не только как социально конструируемой области человеческой деятельности, но и как автономного поля, задающего новые значения, которое нуждается в более строгом рассмотрении всех типов социально имеющихся связей;
3. Для исследования социокультурных процессов в современной городской среде предельно важной задачей является выработка конструктивных идей, раскрывающих траектории динамики культуры в новых условиях, ибо культура может выступать в качестве динамического ресурса общественного развития через диктуемые ценности.

Глава II. Социодинамика медиа-искусства в современном российском мегаполисе

2.1. Медиа-искусство как инструмент преобразования социокультурного пространства современного мегаполиса

К изучению выбранного явления было решено подойти двояко в рамках качественных методов: сначала – анализ вторичных социологических данных, а именно социологических исследований, проводимых по тематике актуального искусства и медиа-арта в России. Данный этап направлен на выявление важности искусства новых медиа в социокультурном пространстве города за последние десять лет, а также на выработку смысловых блоков и вопросов предстоящего исследования.

Несмотря на то, что количество исследований в области медиаискусства, ведущихся по всему миру, стремительно растёт, однако российских социологических исследований, посвящённых данному феномену крайне мало. Наверно, единственную, кого хочется отметить – Байер Юлию Паулевну. Доцент Северо-Западного института управления, кандидат социологических наук в области теории разработки и реализации организационной стратегии, а ранее аспирант СПбГУ факультета социологии в 2000 году в рамках написания кандидатской работы «Медиа коммуникативные процессы в контексте теории П. Сорокина о социокультурной динамике» проводила исследование⁴⁷, посвящённое потребительским практикам медиа-арт выставки в социокультурном контексте города, которое стоит рассмотреть подробнее образом для разработки вопросов будущей анкеты.

Данное социологическое исследование проводилось с 20 июня по 10 июля 2000 года в Санкт-Петербурге, в центральном выставочном зале Манеж на «Медиа Арт Фесте 2000». Основным методом сбора информации было

⁴⁷Байер Ю.П. Социология в медиа арт-пространстве. URL: <http://mediasociology.narod.ru/> (дата обращения 1.05.2016)

раздаточное анкетирование, выборка была, соответственно, случайная. Целью исследования являлось изучение характера взаимодействия электронного интерактивного искусства и современного зрителя на данном мероприятии. Численность выборки составила 330 человек разных возрастных групп, образовательного уровня, профессий и мест социокультурной социализации – всё это является, учитывая умеренную активность посетителей, достаточно веским основанием для научных выводов и обобщений. Рассмотрим далее результаты авторских гипотез:

1. Чем выше уровень образования посетителя, тем самостоятельнее и активнее он будет в новом интерактивном пространстве выставочного зала – не подтвердилась. В реальности эта зависимость была очень слабо выражена – среди посетителей с высшим образованием (142 респондента) 42 проявили минимальный уровень активности, а 53 человека были максимально активны, остальные 47 человек высокообразованных были умеренно активны. С другой стороны, группа респондентов со средним и средним специальным образовательным уровням проявила более высокую активность – из 20 респондентов со средним специальным образованием максимально активны были более половины (13 человек), а среди 50 обладателей аттестатов о среднем образовании лишь 13 минимально активных против 20 очень активных.

Однако, оказалась ярко выражена взаимосвязь как степени активности в Интернете, так и отчуждённости: из 86 постоянных пользователей виртуального пространства 44 проявили максимальную активность в медиа-арт пространстве, 23 – умеренную и только 18 респондентов из данной группы были неактивны. Та же активность только в обратном направлении была среди тех 96 респондентов, кто не пользуется сетью Интернет – из них 40 человек были минимально активны, 30 умеренно и только 26 из 96 максимально использовали интерактивность медиа-

арта. Привыкшие «нажимать на кнопки» в виртуальном пространстве смогли сориентироваться и на интерактивной выставке, а те, кто ещё не освоил виртуальный мир – не осознали новой роли активного зрителя в музейном пространстве.

2. Предыдущий опыт пребывания в аналогичном эстетическом пространстве положительно повлияет на готовность принять медиа-арт как равноправный вид искусства – не подтвердилась. Из 219 респондентов, видевших медиа-арт до этого 193 признали увиденное на «Медиа Арт Фесте» искусством, 26 – отказались. В то же время из 104, ни разу медиа-арт не видевших, 91 посетитель сразу признали увиденное как формы искусства, 13, соответственно, – отказались. Таким образом, опыт пребывания в аналогичном эстетическом пространстве не оказывает сильного влияния на культурную толерантность, но возраст посетителей сыграл значительную роль – из 12% респондентов, отказавших медиа экспонатам в праве называться искусством наиболее всего были посетители от 20 до 30 лет (5,9%) и до 20 лет (3,4%). Представители старшего поколения с большей охотой признали медиа-арт искусством, в то время как молодёжь заявила об обратном.
3. Учитывая широкую распространённость традиционных видов искусства в Санкт-Петербурге, большая часть посетителей фестиваля не будет готова рассматривать представленные на нём экспонаты, как формы искусства – не подтвердилась. Распространённость традиционных форм искусства не повлияла на представления о возможных проявлениях и формах выражения смысла, символики, чувств и эстетики – петербуржцы (86%) готовы к принятию инноваций, которые, скорее всего, не ограничиваются только сферой искусства.

4. Приемлемым развитием медиа-арта для большинства посетителей окажется форма сосуществования старого и нового видов искусства из-за предполагаемого сочетания культурной толерантности и здорового консерватизма – подтвердилась. Предполагаемая культурная толерантность большинства посетителей выразилась в том, что такой новый вид искусства в нашей стране, как медиа-арт приняли, а консерватизм, присущий любому человеку в принципе, проявил себя в нежелании отказаться от предыдущей эстетически понятной формы самовыражения.
5. Потребность услышать компетентное объяснение смыслового значения, увиденного на выставке будет зависеть от профессиональной деятельности посетителей – не подтвердилась. Из 330 посетителей 80 человек одним из мотивов её посещения назвали профессиональный интерес, это очевидно, ведь с расширением и усложнением термина «современного искусства» увеличился и круг людей, относящих себя к сфере искусства и всем связанной с ней социокультурным феноменам. Теперь это не только художники, искусствоведы, студенты и преподаватели художественных ВУЗов, но и программисты, web-дизайнеры и другие представители междисциплинарных областей. Итак, 53 из 80 профессионала не захотели получать объяснения со стороны сотрудника выставки, соответственно, только 27 не отказалось бы от такой возможности. Однако, из 65 случайно пришедших на мероприятие 41 человек ясно выразили свою потребность услышать компетентное мнение. Таким образом, чем профессиональней взгляд посетителя, тем он самодостаточней.
6. Учитывая новизну события и предполагаемую поддержку СМИ, посещаемость выставки будет умеренно активной – подтвердилась. Для проверки этой гипотезы была составлена «Карточка наблюдения», которая заполнялась ежедневно, по указанным в таблице параметрам

выставлялась средняя оценка посещаемости фестиваля за день. В первые дни фестиваля посещаемость была низкой. Затем посетителей стало чуть-чуть больше, пустых залов уже не было, любознательные поклонники медиа-арта стали задавать вопросы гидам. Широкое освещение этого медиального события всеми доступными СМИ дало свои результаты – в следующие недели фестиваля отсутствия интереса не было, но не было и широкого общественного резонанса. И только в последние дни работы потребители медиаискусства и любители интересных и значимых событий оживились.

В принципе, современное искусство, как один из главных способов отражения и преобразования действительности в общемировом контексте, в России остаётся малоизученным с социологической точки зрения, поэтому стоит проанализировать ещё одно исследование – «Актуальное искусство в культурном пространстве современной России: социологическое измерение», проводимое российскими социологами Н.М. Великой и А.А. Голосеева в 2011 году⁴⁸. Основным вопросом здесь являлось изучение особенностей институционализации и самопрезентации различных видов и форм актуального искусства в современной России, метод – наблюдение за потребительской аудиторией актуального искусства, а также проведение экспертного опроса в форме полуструктурированного интервью, в котором приняло участие 24 респондента. Вопросы были направлены на выявление таких проблемных тем, как:

- основные критерии, позволяющие отнести то или иное явление к области актуального искусства;
- особенности восприятия современного искусства, где обращается внимание на социальный контекст актуального искусства, основания

⁴⁸ Исследование «Новая культура» (грант Института общественного проектирования в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 г. № 300-рп)

его радикализации и возникающие в связи с этим зоны конфликтности в процессе восприятия;

- интерактивность и провокативность, как создание специфической коммуникационной среды, позволяющую включать зрителя в творческий процесс.

Значительное внимание также уделяется концепции современного общества, где основным ресурсом становится интеллектуальное производство – сфера культуры, в том числе, приобретает поиск новых форм и поддержки, ибо таит в себе огромный экономический и социальный потенциал для развития. В связи с отсутствием какого-либо контроля за дистрибьюцией контента и продукции, появляется возможность каждому донести своё творчество до аудитории, а также что, по сути, уравнивает и профессионалов, и начинающих любителей в правах и возможностях, – происходят качественные изменения в возникновении, распространении и конечном потреблении творческого продукта. Равным образом новые технологии в полной мере не используются целевой аудиторией, – российской молодёжью – в арт-коммуникационной среде, что особенно заметно с удалением от центров культурной активности, которые сосредоточены по преимуществу в столицах и областных центрах, к периферии.

Радикализм и эпатажность, отличавшая актуальное искусство на протяжении всего XX в., как один из факторов привлечения обывателя к общественным проблемам, теперь не играет столь значимой роли – современные художники ставят перед собой более амбициозные цели, призванные преобразить традиционные культурные и социальные поля, где главным объектом воздействия будет являться тело и сознание человека. Иначе говоря, зритель, будучи вовлечённым в процесс сотворчества, должен угадать не замысел художника, а нарушить в себе нормативный порядок событий.

Как выяснилось из опросов экспертов, современное искусство не имеет чёткого и структурированного определения, позволяющего идентифицировать тот или иной арт-объект как произведение современного искусства – ряд экспертов (пятая часть) предпочитают формальный критерий – время: то, что делается сейчас и создавалось в последние 5–10 лет. Также были отмечены следующие критерии:

- Социальность – современное искусство социально в силу своей непосредственной направленности на общество и освещение его животрепещущих тем: *«Это связано с тем, что за это стали платить деньги и... стараются влиять... освещать и реагировать на какие-то общественные события...»*; *«Современное искусство освещает многое: от бедности до проблемы семейного непонимания... Но делается это очень поверхностно, на уровне внешних признаков, не опускается до уровня глубокой критики, которая могла бы помочь зрителям переосмыслить ситуацию и найти ответы на проблемы»⁴⁹*.
- Концептуальность – создание идеи, подразумевающей критический и аналитический аспект по отношению к политическим и социальным реалиям общества: *«Современное искусство – в этом смысле дубликат, оно является неким миксом между гуманитарными науками и журналистикой, но с помощью каких-то художественных средств»⁵⁰*.
- Творческая и «жанровая» свобода – воля при выборе средств для выражения художественных идей, образов и проблематики. Свобода и отсутствие непосредственной связи с искусством прошлого *«даёт возможность поиска новых жанров, новых изобразительных возможностей и, кроме того... в современном искусстве крайне подвижны формы – это может быть что угодно»*.
- Включённость зрителя в творческий процесс – взаимодействие со зрителем для вовлечения его в творческий процесс и получения от него

⁴⁹Эксперт 8

⁵⁰Там же.

обратной связи: «Современное как-то отличается от того, что привычно понимать под словом «искусство». Вообще это уже какие-то акции, да и живопись ли это? Например, какая-то группа “Война” – почему это искусство? А вот потому что такова специфика искусства сегодняшнего»⁵¹.

- Коммерциализация – высокая степень зависимости от несовершенного арт-рынка и от политики конкретных галерей и кураторов: «Вот посмотрите выставки современного искусства. Они все базируются... это бизнес. Это в чистом виде бизнес. Или отмывание денег, или обслуживание какого-то элитарного эстетского сообщества»⁵².

Более половины опрошенных экспертов полагают, что современное искусство скорее не сопряжено или не обязательно связано с новыми технологиями, а также одна треть считает, что в современном искусстве новые технологии играют значительную роль, хотя это и не определяет идентификацию того или иного объекта как произведения искусства. Между тем 16 человек признали, что новые технологии повышают доступность культуры, особенно для современной молодёжи – всё это, таким образом, популяризирует современное искусство и привлекает к нему нового зрителя.

Эксперты также выделили наиболее перспективные, с их точки зрения, направления современного искусства:

- новые медиа, интернет-проекты, отличающиеся особой «социальностью», где есть возможность быть вовлечённым в процесс;
- видео-арт, кино, анимация;
- синтетические виды искусства.

В том числе, были озвучены и нетрадиционные формы культуры и искусства, которые кажутся наиболее перспективными – ряд экспертов (7 человек) отметили, что это всё, что связано с новыми технологиями: мультимедийные инсталляции; оцифровка произведений искусства мировых музеев, 3D-музеи, 3D-галереи; дальнейшее развитие индустрии электронных книг.

⁵¹Эксперт 6

⁵²Там же

В рамках опроса ещё была рассмотрена проблема взаимоотношений творца-художника и потребителя-зрителя. И хотя 2/3 экспертов относят художников-создателей к малочисленной и элитарной группе, преобладающее количество экспертов обращают внимание на то, что число потребителей культурного продукта за последние десятилетия выросло, в том числе и в связи с доступностью многих технологий, которые позволяют взаимодействовать с арт-объектами не только в рамках традиционных выставочных площадок. 19 экспертов из 24 полагают, что в современных условиях возможно и необходимо формировать потребительское поведение в сфере культуры, т.е. воспитывать потребителя качественного художественного продукта. Опыт культурного развития в мире демонстрирует, что можно формировать или влиять на вкус зрителя и нельзя забывать о роли образования и раннего воспитания в этой области.

Подавляющее большинство экспертов полагает, что наша страна включена в общемировой культурный контекст, в качестве причин называют:

- глобализация;
- расширение доступа к разного рода информации;
- возможность для художников чаще выезжать по сравнению с советской эпохой.

Однако включённость отечественного актуального искусства в общемировое пространство не однозначна как для потребителей, так и для экспертов – 8 экспертов считают, что во многом отечественное актуальное искусство вторично и копирует западные образцы.

2.2. Эмпирическое исследование ключевых тенденций и особенностей социодинамики медиаискусства в Санкт-Петербурге

Программа исследования

1. Методологический раздел

В качестве **объекта** исследования выступает медиа-арт как компонент социокультурной среды города.

Предметом исследования является взаимообусловленность медиа-арта и факторов социокультурной среды Санкт-Петербурга, влияющих на включение данного вида искусства.

Цель настоящей работы состоит в том, чтобы выявить основные сложности, связанные с институционализацией медиа-арта как новой формы искусства в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга.

В соответствии с исследовательской целью были поставлены следующие **задачи**:

1. Понять, что представляет собой медиаискусство Санкт-Петербурга на данный момент;
2. Провести анализ основной категории посетителей и их отношения к данным мероприятиям;
3. Выявить, каким образом происходит поддержка и спонсорство мероприятий и выставок медиаискусства в Санкт-Петербурге;
4. Узнать о проблемах проведения медиа-арт выставок как факторе включения медиаискусства в социокультурное пространство.

Метод исследования. Для сбора эмпирического материала был применён метод экспертного Интернет-опроса, с открытой формой вопроса, дабы углубленно изучить данный феномен напрямую у самих участников медиа-арт сообщества (См. Приложение №1).

Выбор метода экспертного Интернет-опроса обусловлен тем, что по информации, получаемой от знатока своего дела, можно выяснить все нюансы и тонкости, связанные с малоизученной областью исследования. Во время пилотажного этапа исследования было выявлено, что метод

экспертного интервью, проводимого при личной встрече, не подходит для сбора эмпирического материала в связи с постоянной трудовой занятостью респондентов. Интервью, проводимое с помощью видеочата “Skype” также не предоставляется валидным в некоторых случаях из-за личных (отказ от общения он-лайн) и технических причин (помехи в Интернет связи и зачатую отвлекающая внешняя обстановка). Преимущество размещения анкетного опроса на сервисе Google-Формы заключается в получении от экспертов краткой, но исчерпывающей информации по изучаемой проблематике, а также в возможности заполнения опроса в удобное для экспертов время.

Согласно рассмотренным выше теоретическим основаниям и проведённым ранее исследованиям необходимо проверить, подтвердить или опровергнуть следующие **исследовательские гипотезы**:

1. Медиа-арт как форма современного искусства в Санкт-Петербурге только начинает развиваться, следовательно, сообщество искусства новых медиа довольно обособлено и не является вписанным в социокультурное пространство города;
2. Основная инициатива и спонсирование данных мероприятий идёт либо от самих участников, либо от коммерческих организаций и частных культурных фондов – происходит незначительная институционализация медиа-арта;
3. Интерес к медиа-арту в Санкт-Петербурге достаточно мал, таким образом, формируется своя «элитарная» группа потребителей данного вида искусства.

2. Процедурный раздел

Генеральная выборочная совокупность составила 30 специалистов в области медиаискусства, которая была сформирована методом «снежного кома», ибо, как уже отмечалось выше, изучаемая социально-профессиональная группа в России является крайне малочисленной, соответственно, область изучения данной проблемы также является малоизученной. В основном каждый опрашиваемый респондент давал контакты ещё 1-3 специалистов. Однако, выборочная совокупность составила

лишь треть – именно они согласились на прохождение опроса и предоставили информацию по заданной теме. Обусловлено это и следующими факторами:

- примерно десятый эксперт начал давать контакты уже тех, кому до этого момента была сделана рассылка;
- информация, предоставляемая экспертами, в значительной мере стала повторяться, что говорит об определённых тенденциях изучаемого явления.

Информантами были выбраны люди, имеющие опыт работы в сфере искусств новых медиа как художников, так и кураторов более 3 лет.

Связь с экспертами происходила в социальных сетях «Вконтакте» и «Фэйсбук», т.к., как оказалось, в отличие от электронной почты являются наиболее проверяемыми.

Метод обработки данных

Методом содержательного анализа полученных результатов был выбран качественно-количественный контент-анализ, т.к. предоставляемые данные являют собой в равной степени как принципиально новую информацию, так и повторяющиеся ответы, требующие систематизации.

Анализ эмпирических данных

Для более детального понимания медиаискусства Санкт-Петербурга сперва хочется начать с анализа самой выборочной совокупности – представителей медиа-арт сообщества Санкт-Петербурга, а именно следует определить их профессиональную занятость, опыт работы в данной сфере и тематику, затрагиваемую в их произведениях. Половозрастные характеристики и уровень образования в данном исследовании не играют значительной роли, т.к. основное внимание уделяется работе респондентов с новыми медиа как творческим инструментом, однако ФИО и контакты в социальных сетях необходимы для проверки валидности предоставленных данных (См. Приложение №2).

Большинство респондентов обозначило себя как *художник* (4), либо как *медиахудожник* (3), *куратор* (3). Помимо этого, эксперты указывали основной род своей деятельности, либо детерминировали себя в более узких областях творческой направленности: *студент* (1), *журналист* (1), *инженер* (1), *vj/видеооператор* (1), *доцент СПбГУ/музыкант* (1).

Опыт работы участников разнится примерно по двум временным интервалам – с 2010-2014 г. (6) и с 2007-2008 г. (2). Как видно, новичков в этой форме искусство преобладающее большинство, что первично подтверждает гипотезу о новизне и становлении медиа-арта в Санкт-Петербурге.

Среди рассматриваемых тем в произведениях искусства художников новых медиа были названы следующие:

- *«... проблемы взаимоотношения современных технологий и художественных форм с историческим культурным пространством Санкт-Петербурга»⁵³;*
- *«... моя основная тема — это восприятие... Что касается общественной жизни, меня волнуют следующие темы: равноправие,*

⁵³Эксперт №1.

справедливость, а также добро, память, вера, поэзия и язык, Россия, человек»⁵⁴;

- *«... контрасты в социальных, материальных, интеллектуальных и прочих условиях, в которые себя поставили люди»⁵⁵;*

- *«Меня интересуют разные темы: кто я, что я здесь делаю и зачем, что такое красота, одиночество, куда ведёт развитие технологий – к эволюционному развитию или деградации духовной»⁵⁶;*

- *«Наиболее стабильная тема, связанная с большинством моих проектов – жизнь в эпоху пост-интернета и пост-технократии. Ряд работ также охватывает тему накопления, передачи и распространения энергии и процесс новой мифологизации – создания мифов в эпоху интернет-коммуникаций»⁵⁷;*

- *«Нашей задачей было не столько выступление как группы, сколько создание среды, аудиовизуального пространства, в котором могли находиться наблюдатели, зрители-слушатели»⁵⁸;*

- *«Основные темы, которые меня всегда интересовали, связаны, в первую очередь, с исследованиями в рамках аудио- и видеосинтеза. Если говорить о связи искусства и общественной жизни, то данный вопрос на этот момент времени мне не был интересен»⁵⁹.*

Как видно, затрагиваемые в творчестве большинства медиахудожников (5) темы так или иначе акцентируются на отображении актуальных общественных вопросов, а также когнитивных аспектах, связанных с распространением новых технологий передачи информации. Однако есть и такие, кто исследует данную область искусства только ради создания самого медиа-арт пространства и личного интереса (2). Эти выводы могут также подтверждать гипотезу о новизне медиаискусства в нашей стране.

На вопрос об отчуждённости медиа-арт художников от арт-сообщества России (6), то большинство подтвердило исследовательские домыслы. В

⁵⁴Эксперт №2.

⁵⁵Эксперт №3.

⁵⁶Эксперт №4.

⁵⁷Эксперт №5.

⁵⁸Эксперт №6.

⁵⁹Эксперт №9.

качестве причин обособленности медиа-арт сообщества были названы следующие:

- «...сказывается отставание в искусстве, как минимум на 20 лет»⁶⁰;
- «...слишком велико разнообразие интересов, задач, техник и тем, над которыми работают художники... Другим катализатором сообществ являются учебные заведения»⁶¹;
- «... сообщество вырастает благодаря школе, специализации в высших учебных заведениях, а таких примеров у нас в стране я пока не знаю, и те, которые появляются нельзя назвать академическим подходом...»⁶²;
- «... отсутствие сюжетов в данном виде искусства, порой и отсутствие формы»⁶³.

Что касается сплочённости сообщества, то данный вопрос весьма спорный:

- «У меня были совместные проекты с художниками разных направлений и жанров, несколько раз пространства для моих мероприятий предоставляли институции, никак не связанные медиа-артом, так что я бы сказал, что медиа-художники успешно интегрированы в арт-сообщество. Сообщество медиа-художников я бы не назвал сплоченным»⁶⁴;
- «В современных условиях (и не только российских) создание полноценного сообщества невозможно... Как и в других сферах деятельности, сообщества создаются чаще всего на основе того или иного медиума (живопись, скульптура, видео)»⁶⁵;
- «Что касается сплочённости, не вижу в этом задачи, те кто этим занимается не так много, и они знают друг друга, основным способом коммуникации я считаю произведения, которые ты понимаешь и оцениваешь, в каком направлении работает тот или иной автор»⁶⁶;
- «Однако, если говорить о сплочённости, то, на мой взгляд, здесь существует ряд проблем не только в медиа-арт сообществе. Ключевым

60¹Эксперт №2.

61¹Эксперт №5.

62¹Эксперт №6.

63¹Эксперт №7.

64¹Эксперт №1.

65²Эксперт №5.

66¹Эксперт №6.

вопросом является поддержка проектов в рамках сообщества на локальном уровне: зачастую существует множество групп, которые равнодушны к творчеству друг друга и никоим образом между собой не взаимодействуют»⁶⁷.

Можно предположить, что проблема заключается в самом междисциплинарном характере медиаискусства.

В целом, приведённые выше данные могут служить основанием для подтверждения первой гипотезы – медиа-арт сообщество, как носитель определённого рода знаний и агент воспроизводства ценностей в своей творческой деятельности является весьма новаторским и подвижным, тем самым пока что затрудняется его вписывание в социокультурное пространство Санкт-Петербурга.

Далее идут блоки вопросов, разбавленные между собой для выявления таких тем, как место медиаискусства в социокультурном пространстве города и его соответствующая институционализация. Начнём с вопросов посвящённых первой теме (вопросы 3, 5, 6, 7) – чаще всего культурными пространствами Петербурга для презентации медиаискусства были названы: «Новая сцена» Александринского театра (4), Музей уличного искусства (2), галерея «Вертикаль» (2) и пространство «Тайга» (2). Также в качестве других культурных мест для презентации медиаискусства эксперты назвали: «Новый музей», Молодёжный центр при Эрмитаже, ЦСИ им. С. Курёхина, креативный кластер «Этажи», галерея «АртМуза», Главный Штаб Эрмитажа, Новая сцена Мариинского театра, Музей современного искусства Эрарта, Музей звука. Ещё одним преобладающим мнением в этом вопросе был ответ о ситуационности места проведения (5): *«На самом деле, при желании можно использовать почти что любые пространства...»*.

Проблема об основной инициативе, организации и спонсировании данных мероприятий дала предполагаемые результаты – 8 респондентов заявило о собственной инициативе и денежных тратах при организации мероприятия,

⁶⁷Эксперт №9.

либо о коммерческих организациях, которые видят в медиаискусстве прибыль. Насчёт инициативы о проведение подобных мероприятий со стороны городских властей есть нижеследующие оценки:

- *«Комитет города по культуре время от времени даёт «добро» на подобные мероприятия, но чаще всего в развлекательном формате»⁶⁸;*
- *«Связываться с городским Комитетом по культуре мне лично не хочется – слишком всё официально и сложно, слишком много обязательств и возможных последствий. Такими связями и «наручками долга» себя пока обременять не хочется...»⁶⁹;*
- *«Финансирование со стороны Комитета существует, но незначительное, поскольку там люди убеждены, что массы к этому не готовы... На медиаискусство – нет, на отвлечение масс... немного есть»⁷⁰;*
- *«Медиаискусство государственными структурами воспринимается в узком смысле этого слова – например, как световые или проекционные шоу. Во время общегородских мероприятий запрос на их проведение существует»⁷¹;*
- *«Не так давно мы делали инсталляцию в Музее Александра Николаевича Скрябина. Всё происходило как бы при поддержке Министерства Культуры, но основную часть оборудования нам предоставила всё та же коммерческая галерея МАРС»⁷².*

Наконец, вопрос о сложностях, возникающих при проведении мероприятий и выставок медиаискусства был разделён на 3 смысловые составляющие, как играющие немаловажную роль в функционировании медиа-арта в социокультурном пространстве мегаполиса – проблемы подготовки, сам выставочный процесс и дальнейшее освещение в СМИ. Итак, были получены такие результаты, как:

- *«Только стандартные процессуальные сложности, обычные для любых выставок и проектов. Никаких специфических трудностей, обусловленных*

68¹Эксперт №2.

69¹Эксперт №3.

70¹Эксперт №4.

71¹Эксперт №5.

72¹Эксперт №7.

тем что это именно медиаискусство, я не замечал. При освещении в СМИ есть проблема туманного представления некоторой части аудитории о медиарте, и это также отчасти проявляется и непосредственно при восприятии выставок и мероприятий»⁷³;

- «Обычно это финансовые трудности. При наличии знакомств и вовлечённости в текущую арт-среду, собрать выставку и тем более осветить её в СМИ (соцсети значительно упростили это дело), достаточно просто. Проблема в том, что на деле планируемая выставка сталкивается с нюансами, которые значительно влияют на чистое восприятие, — это репутация куратора и художника(ов), а также их степень вовлеченности в арт-среду и образование. Кроме того, проблемы часто возникают со сроками»⁷⁴;

- «Сложностей много. Технические в первую очередь, финансовые, хорошо если дойдем в ближайшее время до уровня, когда на первом месте будут идеологические сложности и вопросы (зачем, для чего)»⁷⁵;

- «Сложности при проведении – в первую очередь, технологические (подбор/покупка/аренда оборудования, его возможные отказы во время работы выставки и т.д.). СМИ практически не освещают события современного искусства, как и искусства в широком смысле слова (исключение – тематические интернет–СМИ), поэтому большее значение имеют замечания или посты в социальных сетях критиков, медиахудожников»⁷⁶;

- «Основные сложности в подготовке возникают в основном с техникой, которая даёт сбой и ошибки. Во время выставочного процесса — это зрители, которые своими намеренными или чаще не намеренными действиями могут нарушить или сломать части экспозиции, но, к счастью, это случается не так часто»⁷⁷;

73¹Эксперт №1.

74¹Эксперт №2.

75¹Эксперт №4.

76¹Эксперт №5.

77¹Эксперт №6.

- *«Наша основная сложность – это практически отсутствие бюджета, рядовые организационные трудности, творческий поиск в работе с художниками, практически полное отсутствие поля медиапоэзии в России. Никаких проблем с освещением в СМИ не вижу. Если хорошо работает направление пиара и правильно выбраны СМИ (соответствующие по тематике)»⁷⁸.*

Вышеперечисленные выводы также подтверждают вторую гипотезу о том, что медиа-арт пока не институционализировался в городском пространстве Санкт-Петербурга.

Теперь же обратимся к вопросам, выявляющим основную аудиторию потребителей медиаискусства и их заинтересованность (вопросы 4, 7). В основном встречались два ответа – «молодые люди, увлечённые современным искусством» (5) и «люди, готовые познавать новое» (2), также встречаются и более подробные формулировки: *«На событиях, связанных с видеоартом, можно заметить определённую часть киноаудитории, на саундарте – музыкантов, science–арт интересен также инженерам, технологам, тем, кто любил и любит технику, нет–арт – программистам...», «Художники и искусствоведы, кураторы и критики, реже – «гики» и исследователи технических наук».*

Наконец, вопрос о восприятии аудитории медиаискусства дал в целом отклик о том, что аудитория проявляет большой интерес к данному виду искусства, а также производится её постоянное увеличение: *«Современные технологии (робототехника, программируемые модули) дополняют аудиторию потенциальными посетителями музеев техники, инженерами, программистами, техническими специалистами. Чем больше событие напоминает шоу, тем шире его аудитория, естественно»⁷⁹;*

Приведённые выше данные могут служить основанием для опровержения третьей гипотезы – аудитория медиа-арт мероприятий и выставок достаточно

⁷⁸Эксперт №10.

⁷⁹Эксперт №5.

разнопланова в профессиональной области, хоть до сих остаётся некая тенденция освоения всего нового молодым поколением.

Итак, в результате проведённого эмпирического исследования можно прийти к следующим положениям:

1. Искусство новых медиа и в принципе внедрение новых технологий в творческий процесс в условиях современного общества является главенствующим перспективным направлением в рамках развития социокультурного пространства мегаполиса и его возникающих проблем за счёт освещения острых социальных проблем;
2. Аудитория производства и потребления данного вида современного искусства в наше время не ограничиваются только молодыми специалистами в этой узкой области знания – приобретаемая популярность искусства новых медиа притягивает к себе всё новых сторонников, что в немалой степени обусловлено междисциплинарным характером искусства новых медиа;
3. Поддержка интеграции медиаискусства в городское социокультурное пространство должна осуществляться на уровне институций, что позволит сделать данный вид искусства более технически и организационно развитым, что предполагаемо повысит качество производимого искусства.

Заключение

Исследование тенденций современного медиа искусства – процесс поистине бесконечный: в нём невозможно «поставить точку», так как изменения происходят постоянно. В отличие от традиционных визуальных искусств этот материал обладает ещё другими сенсорными характеристиками (звук и эффект соматического воздействия), следовательно, существует потребность вводить понимание объекта концепции из смежных областей знаний – психологии, философии, искусствознания, а также социологии, которая является «новичком» в понимании данного вопроса.

Обращённое непосредственно к потребителю, это искусство «работает» на стыке образной реалистической идеи и мощного психического средства. Рост технологий позволяет создавать обширные возможности для постоянного углубления воздействия мультимедийного художественного продукта на все органы чувств человека. Выражение в искусстве сложных подсознательных мотивов, пограничных состояний, динамики чувств потребовало и новых инструментов, выбор которых всегда соответствовал техническому прогрессу – возможности компьютера позволили гораздо глубже освоить новую эстетику. Разные формы представления идеи внесли в современное искусство и новые свойства, которые не определяются привычными жанровыми рамками. Медиаискусство включает как традиционные виды творчества (видео, графику, фотографию, музыку), так и новые – трёхмерное моделирование, видеоперформанс, сетевое искусство, виртуальную реальность, интерактивность в электронном формате.

Глубокое вовлечение в мультимедийную среду огромного числа пользователей позволяет этому виду искусства быть всегда актуальным, оно обращается к самым острым проблемам и использует наиболее действенные способы апелляции к человеческому сознанию. Тем самым это искусство становится влиятельным инструментом современного общества, и расширяет его представление в рамках визуальных жанров. Возникает область

современного творчества, которая стирает границы традиционной художественной эстетики, углубляя связи между видами и жанрами, и требуя постоянного обновления наших представлений о возможностях искусства и его слияния с теми областями жизни, которые никогда прежде не воспринимались в художественном контексте.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что функционирование новых форм искусств в социокультурном пространстве города в XXI в. играет значительную роль в преобразовании не только культурной сферы, но и всех остальных сфер общественной жизни, т.к. новые цифровые технологии и Интернет в условиях глобализации и распространения универсальных ценностей оказывают непомерное влияние на производство и потребление творческого продукта и, следовательно, культуры, что также может влиять на экономическую и политическую составляющие общества. Таким образом, мегаполис постепенно становится интеллектуальным и творческим центром.

Однако, проблемы направления, поднятые в данной работе, остаются актуальными, и вместе с развитием нового медийного искусства будут лишь обостряться. Поэтому, для будущего конструктивного развития данного направления, проблематика *new media art* нуждается сегодня в серьёзной научной разработке, а само направление в более внимательном подходе медиа-художников и особом отношении зрителей и критиков. Для исследования социокультурных процессов в современной городской среде предельно важной задачей является выработка конструктивных идей, раскрывающих траектории динамики культуры в новых условиях, поэтому искусство новых медиа на данный момент является автономным в «поле культуры», так, необходим фундамент для его минимальной институционализации и продвижения.

Список используемой литературы

1. Баньковская С. П. Роберт Парк / С. Баньковская // Современная американская социология / под ред. В. И. Добренькова. – М.: Издательство Московского университета, 1994. – 296 с. С. 3–49.
2. Баньковская С. П. Эрнст Берджесс / С. Баньковская // Современная американская социология / под ред. В. И. Добренькова. – М.: Издательство Московского университета, 1994. – 296 с. С. 20–32.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — Москва: Академия, 1999.
4. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. – М., 1996. – 240 с.
5. Бурдые П. Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзия абсолютного / Пер. с фр. Ю.В. Марковой // Новое Литературное Обозрение. № 60 – 2003.
6. Бурдые П. Практический смысл / Пер. с фр. А.Т. Бикбова, К.Д. Вознесенской, С.Н. Зенкина, Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя; М.: Ин-т экспериментальной социологии. – 2001. 562 с.
7. Бычков В. В., Маньковская, Н.Б. Искусство техногенной цивилизации в зеркале эстетики / В.В.Бычков, Н.Б.Маньковская // Вопросы философии. –2011. –Выпуск № 4. – С.62-72.
8. Вебер М. Избранное. Образ общества. / М. Вебер. – М.: Юрист, 1994. – 704 с.
9. Галкин Д. В. От вдохновения машинами к искусственной жизни: этапы развития технологического искусства // Вестник Томского государственного университета. – Выпуск № 1 (9). – 2013. С. 44-51.

10. Гидденс, Э. Социология / Пер. с англ.; науч. ред. В. А. Ядов; общ. ред. Л. С. Гурьевой, Л. Н. Посилевича. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — 703 с.
11. Горностаева М. В. Искусство как социологическое явление // Социс. — Выпуск №4. — С.84-90.
12. Гофман А. Б. Социальное – социокультурное – культурное: историко-социологические заметки о соотношении понятий «общество» и «культура» // Социологический ежегодник: сб. науч. тр. / ред. и сост. Н. Е. Покровский, Д. В. Ефременко. — М., 2010. — С. 185-198.
13. Давыдов Ю. Н. Искусство как социологический феномен. К характеристике эстетико-политических взглядов Платона и Аристотеля. — М.: Наука, 1968.
14. Ерохин С. В. Цифровое компьютерное искусство. — Спб.: Алетейя, 2011. — 186 с.
15. Занадворов В. С. Теория экономики города: учеб. пособие / В. С. Занадворов, И. П. Ильина. — М.: Изд. дом ВШЭ, 1999. — 175 с.
16. Лапин Н.И. Социокультурная трансформация России: либерализация versus традиционализация // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 3. № 3. — 2000. — С. 32-39.
17. Лукашевская Я. Н. Медиа-арт как путь к диалогу культур и религий в XXI веке // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — Том 192. — 2012. — С. 110-116.
18. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В Николаева; Закл. ст. М.Вавилова. — 2-е изд. — М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007. — 464 с.

- 19.Маликова Н. Р. Социально-культурные практики потребления общества потребления в эпоху глобализации // Журнал социологии и социальной антропологии. №5 — 2011. — С. 202-209.
- 20.Моль А. Искусство и ЭВМ / А. Моль, В. Фукс, М. Касслер. – М.: Мир, 1975. – 557 с.
- 21.Никитина И.В. Искусство и обыденное сознание в социокультурной реальности современной западной цивилизации // ОНС. – № 3 – 2005. С. 166-176.
- 22.Новосельцева А.С. Ключевые функции мегаполисов в глобальной экономике // Вестник ВолГУ. Серия 9. Вып. 9. – 2011. – С. 71-77.
- 23.Пирогов С.В. Социология города / С.В. Пирогов. - М.: Новый учебник, 2004. – 208 с.
- 24.Соколов Д. П. New media art: направления развития, выразительные средства // Международный научно-исследовательский журнал. Выпуск № 11-4 (42). – 2015. – С. 126-127.
- 25.Сорокин П. А. Общество, культура и личность: их структура и динамика. Система общей социологии (главы из книги) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: РЖ. – М., 2010. № 3. – С. 157-167.
- 26.Сорокин П. А. Система социологии. – М.: Астрель, 2008. – 1008 с.
- 27.Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – 543 с.
- 28.Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках / ред.-координатор Г. В. Осипов. – М.: ИНФРА–М–НОРМА, 1998. – 488 с.
- 29.Шептухина Л. И. Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч.

- конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 174-176.
- 30.Шустрова О. И. Пространство медиа искусства. – СПб.: Алетейя, 2013. – 132 с.
- 31.Alexander V. Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms. – Cornwall, 2003.
- 32.Becker H.S. Art as a Collective Action // Popular Culture: Production and Consumption / Ed. by C.L. Harrington, D. B. Bielby. Blackwell Publishing, 2001. – P. 67-77. p. 68.
- 33.Becker H.S. Art as Collective Action // American Sociological Review. 1974. – Vol. 39 (6). – P. 767–776.
- 34.Becker H.S. Art Worlds and Social Types // American Behavioral Scientist. 1976. – Vol. 19. No. 6. – P. 703-717.
- 35.Becker H.S. Art Worlds. – Berkley, 1982.
- 36.Crane D. The Production of Culture: Media and Urban Arts. – London: SAGE Publications, Inc., 1992. P. 198.
- 37.Danto A. The Artworld // The Journal of Philosophy. 1964. – Vol. 61. No. 19. – P. 571-584.
- 38.Griswold W. Cultures and Societies in a Changing World. – London, 1994.
- 39.Manovich L. The Language of New Media. – MIT Press, 2001.
- 40.Peterson R.A. The Production of Culture: A Prolegomenon // The American Behavioral Scientist. 1976. Vol. 19. No. 6. P. 669-684.
- 41.Peterson R.A., Anand N. The Production of Culture Perspective // Annual Review of Sociology. 2004. No. 30. P.311-334.
- 42.Tribe M., Reena J. New Media Art. – Koln: Taschen, 2006. – 99 p.

- 43.Порозов Р.Ю. Культурно-образовательный потенциал городского пространства: теоретико-культурологический анализ: Дис.... канд. культ. наук.– Челябинск, 2009 // Электронная библиотека: диссертации. URL: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 29.01.2011).
- 44.Ромашко С. / Борис Гройс: Музей как медиальная среда (пер. с нем.). Журнал "Искусство кино", 2000 №1. URL: <http://kinoart.ru/archive/2000/01/n1-article16> [дата обращения 4.03.16];
- 45.Сарно Я. Современный медиаарт. Куда идут технологии? URL: <http://www.chaskor.ru/p.php?id=168> [дата обращения 6.03.16].

Приложение №1

Вопросная форма экспертного опроса: «Медиа-арт в социокультурном пространстве современного мегаполиса»

Здравствуйте, уважаемый эксперт, факультет социологии СПбГУ проводит исследование, посвященное изучению new media art и его интеграции, как новой формы современного искусства в культурную политику большого города на примере Санкт-Петербурга. Просим вас принять участие в этом исследовании, ответив в 2-3 предложениях по каждому пункту. Заполнение опроса займёт не более 10 минут. Ваша информация по данной теме крайне важна для нас!

1. Расскажите, как давно вы работаете с искусством новых медиа, в каком жанре? С чего это началось? Какие основные темы (общественной жизни) затрагивают ваши работы?
2. Чувствуете ли обособленность медиа-арт художников от арт-сообщества России? Насколько сплочённым можете назвать медиа-арт сообщество?
3. Какие культурные пространства в Санкт-Петербурге можете назвать основными для презентации медиаискусства?
4. Кто, по вашему мнению, является основной аудиторией подобных мероприятий? Дайте краткую характеристику
5. Скажите, как спонсируются медиа-арт мероприятия? Происходит ли это по частной инициативе (самих участников, коммерческих организаций и культурных фондов) или же есть предложения со стороны городского комитета по культуре?
6. Как думаете, медиаискусство в принципе поддерживается Комитетом по культуре Санкт-Петербурга? Есть ли заказ со стороны городской администрации на данный вид искусства? Если да, то какие тематические ограничения могут возникнуть?

7. Какие сложности обычно возникают при проведение подобных мероприятий? Есть ли проблемы подготовке, во время выставочного процесса, а также дальнейшего освещения в СМИ? По вашему опыту, как аудитория воспринимает подобные мероприятия и выставки?
8. ФИО
9. Ваш род деятельности
10. Ваша контактная информация

Приложение №2

Ответы респондентов

Эксперт №1

1. Занимаюсь искусством новых медиа с 2013 года, начинал с создания объектов сетевой субкультуры и цифровой манипуляции. В своих работах я исследую проблемы взаимоотношения современных технологий и художественных форм с историческим культурным пространством Санкт-Петербурга.
2. У меня были совместные проекты с художниками разных направлений и жанров, несколько раз пространства для моих мероприятий предоставляли институции, никак не связанные медиа-артом, так что я бы сказал, что медиа-художники успешно интегрированы в арт-сообщество. Сообщество медиа-художников я бы не назвал сплоченным.
3. "Новый музей", галерея "Вертикаль", всевозможные "творческие кластеры"
4. Молодые люди, интересующиеся современным искусством
5. Я и художники, с которыми мы вместе работаем, сами спонсируем собственные проекты с небольшой помощью организаций, где проводится мероприятие. Предложений от комитета по культуре мне пока не поступало.
6. Мне не приходилось работать с такими организациями, пока это не мой уровень, но я думаю что медиаискусство могло бы быть довольно востребованным и нашло бы поддержку при правильной презентации проектов.
7. Только стандартные процессуальные сложности, обычные для любых выставок и проектов. Никаких специфических трудностей,

обусловленных тем что это именно медиаискусство, я не замечал. При освещении в СМИ есть проблема туманного представления некоторой части аудитории о медиарте, и это также отчасти проявляется и непосредственно при восприятии выставок и мероприятий.

8. Или Кирилл Николаевич

9. студент, художник, куратор

10. <http://vk.com/cyrely>

Эксперт №2

1. Вероятно, придать своей творческой деятельности статус «искусства новых медиа» я решила примерно за два года до того, как начала учиться в «Свободных мастерских» (2014-2015). В 2012 году на мои работы (рисунки, фотографии, цифровые коллажи) обратил внимание куратор Саймон Кастетс (Simon Castets). Саймон Кастетс вместе с Хансом-Ульрихом Обристом создали проект 89plus по исследованию творчества «бриллиантового поколения» рождённых после 1989 года, в базу которого также вошли мои труды. Что касается жанра, пока что его трудно определить. В 2010 я начала впервые делать коллажи (воспринимаемые мной как цифровой наивизм), используя для этого лишь технику снимка экрана. Тогда многие сказали, что это веб-арт. Со временем я стала сочетать цифровые коллажи с автопортретом, а ещё позже — в инсталляциях и видео. На данный момент, моя основная тема — это восприятие. Мой тезис звучит так: «Восприятие само по себе уже является актом искусства». Т.о., в своём творчестве я поднимаю вопросы предназначения искусства, и знания. Что касается общественной жизни, меня волнуют следующие темы: равноправие, справедливость, а также добро, память, вера, поэзия и язык, Россия, человек.

2. Безусловно. На мой взгляд медиа-арт в России и российских художественных институциях воспринимается в несколько искаженном ключе, вроде «симпатичной диковинки». В целом, если окинуть данную ситуацию широким взглядом, то я бы сказала, что никакого медиа-арт сообщества в России нет. Но это пока что — сказывается отставание в искусстве, как минимум на 20 лет. Есть единицы, которые в основном заняты собственными интересами, либо есть те, кто сразу уезжает на Запад (и не причисляет себя к современному художественному процессу в России). Великолепная сплочённость есть у музыкального сообщества в России, особенно среди электронных музыкантов, среди которых многие работают на стыке медиа-арта (это и видеоарт, и саунд-арт, и медиаинсталляция, а также использование веб-арта и цифрового искусства при визуальном сопровождении музыки). Однако по какой-то причине музыкантов не называют художниками (хотя во многих случаях они и есть самые настоящие художники), а им самим это даже и не нужно, т.к. они уже вполне успешно реализуют свой творческий потенциал.
3. Я только два назову, наверное – Молодёжный центр при Эрмитаже и Центр современного искусства им. Курёхина
4. Основная аудитория — все, кто причастен к художественному сообществу, а в целом это молодые люди до 30 лет (в основном студенты или занятые в профессиях гуманитарной направленности). Вероятно, причина тому — закрытость арт-сообществ, отсутствие внятного диалога художника с обществом, навешивание ярлыков (искусство - это исключительно живопись, а медиаискусство — это якобы дизайн), прежде всего, со стороны правительства.
5. Как правило, в подавляющем большинстве это происходит по частной инициативе.

6. Комитет города по культуре время от времени даёт «добро» на подобные мероприятия, но чаще всего в развлекательном формате. Темы зависят от текущего состояния политики. Сейчас приветствуются патриотизм, популяризация России и ее наследия, памятные даты, прославление семейных ценностей, нередко всплывает тема космоса.
7. Обычно это финансовые трудности. При наличии знакомств и вовлечённости в текущую арт-среду, собрать выставку и тем более осветить её в СМИ (соцсети значительно упростили это дело), достаточно просто. Проблема в том, что на деле планируемая выставка сталкивается с нюансами, которые значительно влияют на чистое восприятие, — это репутация куратора и художника(ов), а также их степень вовлеченности в арт-среду и образование. Кроме того, проблемы часто возникают со сроками.
8. Ангашанова Наталья Павловна
9. художник, журналист
10. <https://www.facebook.com/natasha.angashanova>

Эксперт №3

1. Пожалуй, началось все с того, что я увидела контрасты – контрасты в социальных, материальных, интеллектуальных и прочих условиях, в которые себя поставили люди.
2. Мне кажется, что каждая группа обособлена уже своим названием. Художник – широкое понятие, оно охватывает множество областей, поэтому не могу сказать, что лично я чувствую какую-то обособленность. Сплочённость – другое дело, она есть. Всё-таки удобно, "клуб по интересам".
3. На самом деле, при желании можно использовать почти что любые пространства, благо город располагает ими во множестве и

разнообразии. Но если говорить про уже использующиеся, то, конечно же, в первую очередь, приходят на ум «Этажи», «АртМуза», «Главный Штаб». Иногда ещё проходит что-то в (полу-)заброшенных зданиях, и это добавляет антуража, что мне по душе.

4. Люди, которые ищут себя и пытаются найти в искусстве созерцания; люди, которые жаждут чего-либо нового, будь то ощущения, видения или знакомства; люди, которые посредством искусства (которое отражает происходящее в мире) пытаются стать оракулами и предсказать судьбу человечества; художники; люди, которым скучно и хочется развлечений; люди, которые, по большому счёту, искусство не воспринимают как нечто серьёзное, но глаз повеселить стоит иногда.
5. Связываться с городским Комитетом по культуре мне лично не хочется – слишком всё официально и сложно, слишком много обязательств и возможных последствий. Такими связями и «наручниками долга» себя пока обременять не хочется. Поэтому чаще всего за свой счет всё, либо организации/владельцы пространств и т.п. предоставляют помещение, а дальше ты сам, т.е. вкладывать своё в искусство приходится
6. Наверное, поддерживается, ведь прошла же «Манифеста-10». Но государство, как очень большая машина не может поворачиваться так быстро, чтобы реагировать на всякие события мгновенно. Поэтому заказы если и есть, то приближенные к академичности и не позволяющие всей массе фантазии бурной хлынуть на людское сознание. Это и есть цензура – вроде можно, но в каких-то рамках, т.е. своему воображению лучше попросить умерить пыл.
7. Бывают только мелкие неурядицы житейского характера, например, у меня во время перформанса не проигрывалась музыка одновременно с видео, хотя я перед этим узнавала, возможно ли такое, всё равно во время самого мероприятия пришлось устранять все эти проблемы.

Проблемы с организацией и организованностью. Аудитория уже нормально, все более-менее привыкли к тому, что жизнь бывает не только черной, белой, квадратной и круглой

8. Коптяева Анна Андреевна

9. Художник

10. <http://vk.com/anna.genius>

Эксперт №4

1. С 2008 г. я начинал как художник, делающий медиаинсталляции и видео-арт. Началось с участия в группе «Непокорённые» и первых выставках совместно с ними в самом сквоте, а потом в лофт-проекте «Этажи». Меня интересуют разные темы: кто я, что я здесь делаю и зачем, что такое красота, одиночество, куда ведёт развитие технологий – к эволюционному развитию или деградации духовной.
2. Да, это как две параллельные реальности, последнее время происходит некая диффузия, но незначительная. Тот, кто часами рендерит видео, делает патчи, генератив, интерактив, связаны друг с другом невидимой нитью – определённо
3. По сути их нет, в своём полноценном понимании. Есть разовые вспышки. «Новая сцена» Александринского театра, может претендовать на это место, но пока не является им.
4. Молодые люди от 18-35 (плюс, минус). Те, кто «шерстит» просторы интернета и видит, что делается в мире в этой области и хочет увидеть это вживую здесь.
5. Инвесторы, которые рассматривают это как бизнес, в плане массового развлечения, компании - спонсоры, которым необходимо светиться на прогрессивных мероприятиях, идти в ногу со временем и привлекать

внимание молодёжи. Финансирование со стороны Комитета существует, но незначительное, поскольку там люди убеждены, что массы к этому не готовы.

6. На медиаискусство – нет, на отвлечение масс (мэппинг на Дворцовой) немного есть. Планируется ежегодный фестиваль света, но пока это не соответствует нашему городу, его стилю, истории, культуре, по моему субъективному мнению.
7. Сложностей много. Технические в первую очередь, финансовые, хорошо если дойдем в ближайшее время до уровня, когда на первом месте будут идеологические сложности и вопросы (зачем, для чего). Интерес большой, думаю у нашей аудитории «есть голод» к этому виду информации и опыту. Много молодых ребят, которые хотят учиться и создавать новую реальность.
8. Свищёв Максим Владимирович
9. Медиахудожник, куратор
10. <http://vk.com/maximsvishev>

Эксперт №5

1. Я бы не стал разделять медиа на новые и традиционные. Выбор конкретного медиума зависит от целей и задач проекта. Для меня работа с так называемыми «новыми медиа» (которые, пожалуй, корректнее называть технологическими, цифровыми) связана с методом работы, в котором отсутствуют оригиналы, а копии полностью идентичны. Такие медиа привлекательны, в первую очередь, отсутствием длительного исторического пути развития, высокой динамикой появления новых технологий и своим эффектом «научности»; во вторую, – возможностью воздействия на все органы чувств и создания комплексного представления реальности. Наиболее

стабильная тема, связанная с большинством моих проектов – жизнь в эпоху пост–интернета и пост–технократии. Ряд работ также охватывает тему накопления, передачи и распространения энергии и процесс новой мифологизации – создания мифов в эпоху интернет–коммуникаций.

2. В современных условиях (и не только российских) создание полноценного сообщества невозможно – слишком велико разнообразие интересов, задач, техник и тем, над которыми работают художники. Не думаю, что стоит говорить об обособленности именно медиа–художников от остальных. Как и в других сферах деятельности, сообщества создаются чаще всего на основе того или иного медиума (живопись, скульптура, видео). И это вполне объяснимо работой со схожими техниками. Другим катализатором сообществ являются учебные заведения.
3. Я бы сказал, что здесь, конечно, большую роль играют знакомства и личные связи. Насколько ты вхож в тусовку, настолько и будет возможность организовать что-либо.
4. Аудитория вряд ли существенно отличается от аудитории выставок и других событий современного искусства. На событиях, связанных с видеоартом, можно заметить определённую часть киноаудитории, на саундарте – музыкантов, science–арт интересен также инженерам, технологам, тем, кто любил и любит технику, нет–арт – программистам. Но это условности.
5. Этот вопрос стоит задавать, в первую очередь, арт–менеджерам – всё зависит от площадки. Фестивали чаще спонсируются коммерческими структурами. Не занимался мониторингом источников финансирования, честно говоря.
6. Медиаискусство государственными структурами воспринимается в узком смысле этого слова – например, как световые или проекционные

шоу. Во время общегородских мероприятий запрос на их проведение существует. Ограничения сложно прогнозировать и вряд ли они зависят от медиума, с которым работают художники. Правда, если говорить о робототехнике и science–арте, они (пока) не воспринимаются «опасным» искусством, которое может нести протест или какие–либо деструктивные, с точки зрения государственных структур, послы.

7. Сложности при проведении – в первую очередь, технологические (подбор/покупка/аренда оборудования, его возможные отказы во время работы выставки и т.д.). СМИ практически не освещают события современного искусства, как и искусства в широком смысле слова (исключение – тематические интернет–СМИ), поэтому большее значение имеют замечания или посты в социальных сетях критиков, медиахудожников. Современные технологии (робототехника, программируемые модули) дополняют аудиторию потенциальными посетителями музеев техники, инженерами, программистами, техническими специалистами. Чем больше событие напоминает шоу, тем шире его аудитория, естественно.
8. Минченко Александр Владимирович
9. Художник, инженер
10. <https://www.facebook.com/meanchenko>

Эксперт №6

1. Все началось в 2007 году с участия в экспериментальном коллективе Coaxil, основным исследованием которого являлось возможности создания генеративного аудио и видео и сила их совместного взаимодействия. Нашей задачей было не столько выступление как группы, сколько создание среды, аудиовизуального пространства, в котором могли находиться наблюдатели, зрители-слушатели.

2. Думаю, можно назвать обособленным потому что сообщество вырастает благодаря школе, специализации в высших учебных заведениях, а таких примеров у нас в стране я пока не знаю, и те, которые появляются нельзя назвать академическим подходом, но, я считаю, что это к лучшему, сфера развивается и строится на энергии энтузиастов, которые знают, что они хотят выразить с помощью таких инструментов. Что касается сплочённости, не вижу в этом задачи, те кто этим занимается не так много, и они знают друг друга, основным способом коммуникации я считаю произведения, которые ты понимаешь и оцениваешь в каком направлении работает тот или иной автор.
3. Прелесть Петербурга в том, что его историческое наследие неисчерпаемо в плане пространств для создания инсталляций, каждое из которых имеет свой определенный характер. Как, например, чаша бассейна в Петеркирхе, где мы делали аудиовизуальную инсталляцию на Ночь музеев. В то же время каждый год открываются новые площадки, некоторые из которых радуют своей технологичностью и возможностями работы с мультимедиа, как, например, «Новая сцена» Александрийского театра, где мы делали нашу инсталляцию "Medialab".
4. Тут нет целевой группы, аудитория это все и участники создания, в том числе. Каждый реагирует по-своему и получает свои эмоции, интересно любое мнение, потому что в основном ты сталкиваешься с тем, что раньше не видел и к чему у тебя нет опыта.
5. В моей практике это, конечно, собственное продюсирование, предложения и финансирование инсталляций для фестивалей (CROSS-ART, OPEN LOOK), открытие галереи (МАРС). С Комитетом мне

доводилось работать для создания инсталляций в рамках строительства или реконструкции государственных музеев.

6. Думаю, да, поддерживается, в целом по городу практически все крупные мероприятия так или иначе имеют мультимедийную составляющую. Она очень удобна в плане технического воплощения практически в любой ситуации, эффектна и помогает создать или поддержать любую атмосферу мероприятия. Мультимедиа очень гибкий инструмент и в каждом конкретном случае может выглядеть по-разному – в этом огромный плюс новых технологий.
7. Основные сложности в подготовке возникают в основном с техникой, которая даёт сбой и ошибки. Во время выставочного процесса — это зрители, которые своими намеренными или чаще не намеренными действиями могут нарушить или сломать части экспозиции, но, к счастью, это случается не так часто. Аудитория воспринимает в основном такие мероприятия с любопытством, а мне любопытно наблюдать за реакцией и действиями зрителей.
8. Горбачевский Юрий Викторович
9. motion graphics, vj, видеооператор
10. <http://vk.com/gorbac>

Эксперт №7

1. Около 5 лет. В тех или иных формат занимаюсь меди-артом.
2. В целом чувствуется некая отчуждённость, особенно в сфере, которой сейчас занимаюсь, а именно: интерактивные инсталляции, саунд-дизайн и генеративная графика. Обособленность чувствуется, основная причина – отсутствие сюжетов в данной виде искусства, порой и отсутствие формы. Это не даёт возможность проникнуться музыканту в

каноническом представлении, звуками саунд-дизайна, художнику генерированной графикой и т.д. Поэтому могу сказать «да», отчуждённость чувствуется, но в тоже время чувствуется и большой интерес к тому, чем мы занимаемся.

3. Я уже год не живу в Санкт-Петербурге, поэтому не могу сказать, но когда я был последний раз в городе, мне очень понравилась Новая сцена Мариинского театра. Да и, вообще, я считаю, что музеи и большие выставочные залы должны открывать свои двери для молодых художников.
4. По ходу работы я часто бываю в галерее МАРС, которая находится в Москве. Прогуливаясь по экспозиции, я вижу абсолютно разных людей, но чаще, конечно, это молодёжь – студенты вузов, при чем, как правило, не художественных.
5. Не так давно мы делали инсталляцию в Музее Александра Николаевича Скрябина. Всё происходило как бы при поддержке Министерства Культуры, но основную часть оборудования нам предоставила всё та же коммерческая галерея МАРС.
6. Не могу сказать о Санкт-Петербурге, а вот в Москве бывают гос. заказы.
7. Трудности есть всегда, в целом это регламентировано сложностью с технической точки зрения – говорю, как художник. А с кураторской стороны, это тоже всегда большая заморочка: если, например, место проведения – это государственный музей, то и охрана должна быть готова и гардеробщики, и прочий персонал, допустим, к вечернему мероприятию, однако в государственных учреждениях это часто не так.
8. Сумин Василий Владимирович
9. Медиа-художник

10.<http://vk.com/vasiliysumin>

Эксперт №8

1. 3 года. Началось со встречи с Александром Синецей и музыкантами из группы D-Pulse в пространстве «Тайга».
2. Обособленность, да. Сплочённость, вполне.
3. Каких-то основных не могу назвать. То там, то здесь иногда что-то происходит.
4. Четкого портрета нет. Люди разные.
5. Комитет – нет, по крайней мере у нас не было и не ожидаем. Коммерческие организации, фестивали, фонды.
6. Думаю, что нет. Не встречал.
7. Наши сложности как правило технические и организационные. В остальные сложности мы не вникаем.
8. Лециус Александр
9. Медиа-художник TUNDRA
- 10.<http://vk.com/lecius>

Эксперт №9

1. Моё знакомство с медиа-артом началось с участия в аудиовизуальном проекте Соaxil, который был организован в 2012 г. Основные темы, которые меня всегда интересовали, связаны, в первую очередь, с исследованиями в рамках аудио- и видеосинтеза. Если говорить о связи искусства и общественной жизни, то данный вопрос на этот момент времени мне не был интересен.

2. Мне кажется, что вряд ли можно говорить о какой-то обособленности художников, работающих с новыми медиа, от тех, кто работает в рамках традиционных техник. Это связано с тем, что сейчас реализуется огромное множество междисциплинарных проектов, которые объединяют совершенно разных людей. Однако, если говорить о сплочённости, то, на мой взгляд, здесь существует ряд проблем не только в медиа-арт сообществе. Ключевым вопросом является поддержка проектов в рамках сообщества на локальном уровне: зачастую существует множество групп, которые равнодушны к творчеству друг друга и никоим образом между собой не взаимодействуют.
3. Новая сцена Александрийского театра, Музей современного искусства Эрарта, Музей звука, Музей уличного искусства, Арт-пространство Тайга
4. Молодые люди в возрасте 25-35 лет.
5. В моей практике поиском денег для реализации того или иного проекта, в основном, занимались либо организаторы мероприятия, либо кураторы выставки, поэтому мне трудно ответить на этот вопрос.
6. Затрудняюсь ответить, так как никогда не работал с проектами, которые поддерживались только Комитетом по культуре Санкт-Петербурга.
7. Трудно сказать, так как здесь всё зависит от организаторов того или иного мероприятия: могут возникать проблемы как технического, так и организационного плана. Но, быть честным, не припомню ни одного мероприятия, которое прошло бы без накладок. Если говорить об аудитории, здесь также всё зависит от организации самого мероприятия. Но, в основном, даже при наличии тех или иных проблем, аудитория относится с большим интересом.

8. Костырко Сергей Алексеевич
9. доцент СПбГУ, музыкант
10. <https://www.facebook.com/kostyrko.sergey>

Эксперт №10

1. С 2014 г. Всё началось с Лаборатории экспериментальной поэзии и первого фестиваля 101.
2. Я занимаюсь медиапоэзией – маргиналией в маргиналии. Это общность, которая формируется совсем недавно, и мы много делаем для её прироста.
3. «Новая сцена» Александринского театра, «Тайга», галерея «Вертикаль», Музей Стрит-арта, галерея “Anna Nova”.
4. Художники и искусствоведы, кураторы и критики, реже – «гики» и исследователи технических наук.
5. Наш фестиваль поддерживал фонд “Calvert”, «Новая сцена» Александринского театра, Польский институт культуры. Но большая часть фестиваля сделана организаторами на волонтерских началах.
6. Одна из конкурсных категорий Комитета – искусство на стыке жанров. Заказа как такового нет. Открытые конкурсы довольно размыто очерчивают жанр. Ограничение может быть только если конкурсы тематические (ко Дню Победы, к 8 марта ит.д.). На мой взгляд, нужно потрудиться, чтобы донести до администрации суть новаторских практик.
7. Наша основная сложность – это практически отсутствие бюджета, рядовые организационные трудности, творческий поиск в работе с художниками, практически полное отсутствие поля медиапоэзии в

России. Никаких проблем с освещением в СМИ не вижу. Если хорошо работает направление пиара и правильно выбраны СМИ (соответствующие по тематике). Аудитория воспринимает с интересом. Главное – развертывать рядом образовательную программу, пояснять и популяризировать.

8. Петрова Дарья Юрьевна.

9. Директор фестиваля «Медиапоэзии 101».

10. <http://vk.com/id16668>