

МЕДІАМУЗИКА В СИСТЕМІ НОВИХ МИСТЕЦТВ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ

Проаналізовано структуру медійного простору й сутність явища медіатизації. Розглянуто роль і місце медіамузики в сучасній системі мистецтв.

Ключові слова: *медійний простір, медіатизація, медіамузика, медіатекст, медійні мистецтва.*

Проанализированы структура медийного пространства и сущность явления медиатизации. Рассмотрены роль и место медиамузыки в современной системе искусств.

Ключевые слова: *медийное пространство, медиатизация, медиамузыка, медиатекст, медийные искусства.*

In the article the structure of mediaspace and essence of the mediatization phenomenon are analyzed. Are considered the role and the media music place in modern system of arts.

Key words: *mediaspace, mediatization, mediamusic, mediatext, mediaarts.*

Діяльність людини в сучасному суспільстві відбувається здебільшого через медіазасоби і в рамках медійних структур, що репрезентують значну частину соціальних процесів. Система медійних комунікацій охоплює всі суспільні сфери, постійно змінюючись і модифікуючись залежно від потреб індивіда в складній мережевій організації полілогу культур. В епоху глобальної інформатизації вивчення особливостей функціонування музичного мистецтва в нових соціокультурних умовах набуває все більшої актуальності. В контексті цієї проблематики значне місце відводиться дослідженню феномену медіамузики — нового мистецтва, що виникло в результаті художньо-естетичної трансформації звукових процесів засобами масової комунікації.

Аналіз досліджень і публікацій. Тенденції, які відбуваються в середовищі, насиченому медійною мовою та медійними текстами, можна характеризувати як медіатизацію суспільства, що є процесом формування нового типу інформаційного простору, який відрізняється символічністю, віртуальністю, насиченістю аудіовізуальною інформацією. І. Рогозіна розглядає процес медіатизації через поняття медійного когніотипу — когнітивної структури пізнання реальності, що виникає під час взаємодії індивіда з глобальним інформаційним простором. Дослідниця відзначає, що «у сфері медіакомунікацій когнітивна діяльність має свою специфіку. Її кінцева мета — пізнання світу не для себе, що характерно для людини, яка перебуває поза медійними структурами, а пізнання світу через себе для більшості інших людей» [8, с. 123].

Тобто медіатизація розширює процес пізнання і змінює його мотивацію: суб'єктно-об'єктна опозиція «Я» і «Світ» поступово нівелюється на користь сприйняття світу як безлічі суб'єктів. З точки зору когнітивної діяльності, процес трансформації подій реального світу в медіаподії потребує застосування медіакогніотипів для побудови медіакартини світу у свідомості індивіда. Сутність медіакогніотипів залежить від деяких факторів, що впливають на медіатизацію мислення. І. Рогозіна наводить такі фактори, як розширення інформаційного простору, медіа як площина більшості соціальних комунікацій, медіа як невід'ємний компонент різних видів діяльності, медіаінформація як основа формування картини світу сучасної людини [8].

Вищеозначене дає підстави говорити про дві реальності, в яких існує сучасна людина — природну, фізичну реальність (реальний простір) і створену медійними засобами альтернативну віртуальну реальність, яка, на відміну від фізичної реальності, є результатом медіадіяльності індивідів (медійний простір). У структурі цієї нової альтернативної реальності змінюється сутність таких фізичних явищ, як простір і час, і виникає нова композиція культурного простору, в центрі якого новий індивід, котрий більшу частину свого життя проводить у віртуальному світі й використовує медіакогніотипи для пізнання реальності [4; 6; 8]. Н. Кирилова називає такий тип людини *Homo virtualis* [3], і сьогодні таких людей, які користуються медійною мовою, споживають медійні мистецтва як віртуальні артефакти (медіатекстів) і відчувають себе частиною медіареальності, — більшість.

Мета — розглянути структуру медійного простору та визначити роль і місце медіакультури в системі нових медійних мистецтв.

Результатом медіатизації є виникнення нового типу інформаційного простору — медійного простору, основними ознаками якого є: спілкування через медіамову, репрезентація через медіатексти, мислення через когнітивні медіаструктури. Медіапростір є сукупністю елементів, що пов'язані між собою та створюють певну єдність, тобто функціонують як система. Суттєвими характеристиками системи науковці вважають цілісність, цілеспрямованість, структурність (елементи та зв'язки між ними), ієрархічність, адаптивність (постійна адаптація до зовнішньої середовища), розвиток та самоорганізацію (В. Бахрушин, О. Горбань, В. Сагатовський, Ю. Черняк) [1]. Як будь-яка система, медіапростір має такі етапи: виникнення (створення медіатекстів), розвиток (продукування медіатекстів), функціонування (споживання медіатекстів).

Структура медійного простору визначається особливостями загального культурного простору, в рамках якого він функціонує. Медіапростір виникає і формується в ситуації культурного діалогу, яка суттєво впливає на його інваріантні ознаки. Н. Кирилова

вважає, що «виникнення на історичній арені нових мегамасштабних культурних світів не означає радикального знищення попередніх. Кожен з них посідає свій сектор на загальному культурному полі. Вони перехрещуються, вибудовуються в певній системі, доповнюючи один одного» [4, с. 61]. Медіакомунікації втручаються в культурні механізми на різних рівнях (індивідуальному, етнокультурному, міжнаціональному, загальносвітовому), регулюючи уніфікаційні та диверсифікаційні процеси в ситуації культурного плюралізму. Поняття «полілог культур» найточніше характеризує роль медіа в глобалізаційних процесах сьогодення. На думку Н. Кирилової, «...розуміння світу приходить до людини від «іншого», з інформаційного простору — телебачення, кіно, Інтернету. Цей «інший» не завжди є реальною людиною, він — лише аудіовізуальний образ» [4, с. 64]. Проте саме в спілкуванні з цим аудіовізуальним «іншим» вибудовуються складні поліфункціональні моделі культурної ідентичності людини в ситуації культурного полілогу: розпад суб'єктно-об'єктної опозиції між «я» і «світом», конструктивне значення випадкових факторів системи, відмова від логоцентризму й номотетики. Мережева організація нелінійної інформаційно-комунікативної системи, якою є полілог культур, передбачає множинність центрів керування, відсутність ядра. Нелінійність реалізується через версифікаційні процеси синергетичного характеру, позиціюючи випадковість і самоорганізацію як конструктивні фактори системи.

Розглянуті ознаки медіакомунікаційних процесів у контексті полілогу культур детермінують властивості медійного простору: полімотивованість когнітивної діяльності (пізнання світу не для себе, а через себе для «іншого» за допомогою медійних когніотипів [8]; моделювання реального світу засобами медіа; функціонування через медіатексти; виникнення численних медіасередовищ (індивідуального, соціального, етнокультурного, міжнаціонального, загальносвітового) на перехресті Homo virtualis і культурних феноменів медіареальності. О. Петрунько визначає, що «медіасередовище є специфічним, енергетично насиченим комунікативним полем, яке утворюється в результаті взаємодії людської психіки (простору індивідуальної суб'єктності) з віртуальним простором (простором медіатексту)» [6, с. 75]. Відтак окремі медіасередовища функціонують у системі медіапростору і є його структурними одиницями: індивідуальне медіасередовище характеризується пізнанням себе через аудіовізуального «іншого», соціальне — моделюванням соціального простору за допомогою медійних засобів, етнокультурне — визначенням своєї національної ідентичності через світ медіа, міжнаціональне медіасередовище переводить у площину медіа процеси діалогу й полілогу культур, загальносві-

тове — відображає весь комплекс процесів соціалізації індивіда в медійному просторі.

Медійний простір складається з медіатекстів, які є результатом діяльності людини з перекодування реальних подій, явищ, процесів у форматі різних засобів масової комунікації. Медіатекст слід розуміти як аудіовізуальну систему просторово-часових елементів, структурованих на основі ієрархічного підпорядкування, комунікативної функціональності і змістової інтерпретації. Він має свою мікроструктуру (логічний ланцюг змістових вузлів) та макроструктуру (ієрархічно організована змістовно-сміслова аудіовізуальна система, інтенціонально спрямована на досягнення загального змісту медіатексту). Медіатексти виконують функцію посередника між медіа та фізичною реальністю. Реалізація цієї функції проходить певні етапи: по-перше, в рамках медіатексту відбуваються «розщеплення» реальних подій на дискретні фрагменти й репрезентація культурних смислів у медіамовні структури, далі — медіатексти функціонують у рамках медійної реальності, складаючи її предметну сутність, наступний етап — повертаються в природний, фізичний світ, виводячи медійні символи з медійного — у реальний простір. Ця загальна функція медіатекстів стосується не конкретних мовних, структурних, драматургічних, стилістичних прийомів, а особливостей їхнього буття в соціумі, місця на перехресті двох альтернативних реальностей. Найточніше цю функцію характеризує поняття «мета-медіатекст». І. Рогозіна характеризує його як «модель ситуації чи події, відображена крізь призму індивідуального сприйняття його автора, продукт інформаційної діяльності людини, що створюється сукупністю текстів ЗМІ» [8, с. 135]. Мета-медіатекст існує в символічному просторі (медійному просторі) й символічному часі (медійному часі) та є їхньою основною реальністю, семантичним і предметним наповненням.

Медіатексти і мета-медіатекст як результат узагальнення характеристик континуума медіатекстів у рамках медійного простору репрезентують нові соціокультурні феномени, що стають структурними елементами медійного простору. Серед них: засоби масової комунікації, медіасередовища, віртуальна реальність, нові медійні мистецтва.

Місце нових мистецтв у медійному просторі визначається процесами медіатизації мистецтва. Досягнення точних наук та пов'язані з ними відкриття у галузії електроніки значно розвинули систему мистецтв. Художнє засвоєння нових технічних засобів сприяло виникненню нових видів мистецтва, які виконують специфічні соціальні та естетичні функції та створюють систему нових засобів виразності. На думку М. Кагана, «виникнення нових форм художньої творчості пов'язане з експансіоністською спрямованістю мистецтва

в сусіднє з ним «царство» техніки» [2, с. 244]. Аналіз інваріантних особливостей нових медійних мистецтв дозволив виділити в них дві групи. Перша — мистецтва, первинно пов'язані з медійними формами комунікації, так звані «технічні мистецтва»: фотографія, кінематограф, телебачення та інші форми екранної культури [2; 7]. Природа нових мистецтв, семіотична площина яких базується на інваріантно медійних знаках, на думку дослідника аудіовізуальних технологій К. Разлогова, передбачає «поєднання медійності (технічної визначеності) та звукозорової образності, яке знімає протиріччя та встановлює рівновагу між бачимим та чутиим» [7, с. 50]. В умовах взаємодії техногенних та художньо-естетичних факторів феномен «аудіовізуального» втрачає свій традиційний смисл та розуміється як техногенно-художня форма існування мистецтва, «в якій засоби аудіовізуального відтворення набувають естетичних якостей» [7, с. 48].

Аудіовізуальні мистецтва «сценічного синтезу», які сформувалися в минулому (драматичний та музичний театри) і новітні аудіовізуальні мистецтва «екранного синтезу» (кіно, телебачення, відео) — це дві різні форми існування соціокультурних феноменів аудіовізуального. Ці форми, за умови спільності генетичних детермінант у сфері організації образної структури, відрізняються специфікою художніх засобів та динамікою поширення в культурному просторі.

Друга група нових мистецтв медійного простору (медіамузика, медіаживопис, кольоромузика та ін.) виникла в результаті медіатизації традиційних мистецтв, тобто синтезу традиційних мистецтв із відповідними сегментами медійного простору, перенесення мовних властивостей засобів масової комунікації в образно-мовну структуру традиційних мистецтв. Цей нелінійний динамічний процес передбачає версифікацію та постійне оновлення існуючих систем, тому виникнення нових мистецтв відбувається перманентно. Постійні пертурбації в системі мистецтв, зміни естетичних, семіотичних, семантичних характеристик окремих видів мистецтва стають важливою ознакою динамічних процесів медіапростору. Аналізуючи прогнози сучасних вчених щодо художнього простору III тисячоліття, Л. Масол стверджує, що «сутність теперішнього етапу розвитку культури полягає у пануванні синтезуючого типу художньо-творчого мислення, його особливість — континуальне сприймання світу багатомірного простору/часу, в якому думка відкриває в потоці асоціацій іноді найнесподіваніші й парадоксальні зв'язки» [5, с. 308]. В рамках медійного простору/часу парадоксальність зв'язків виявляється в набутті традиційним мистецтвом ознак мистецтва зовсім іншого класу в онтологічній площині (музика — часове мистецтво, медіамузика — просторово-часове) та в семіотичній площині (музика — незображувальне мистецтво,

медіамузика завдяки візуалізації образних знаків набуває ознак мистецтва зображувального).

Медіамузика як мистецтво — це результат технічного опосередкування звукових процесів і формування медійного звукового простору, в якому роль музики принципово змінюється. З концертних залів музика перемістилася в клуби, шоу, кіно, телебачення, систему Internet, де її можна не тільки виконати, прослухати, емоційно й інтелектуально споживати, а й скачувати, компілювати, переробляти за допомогою електронних засобів і комп'ютерних програм. Тобто музика перестає існувати як закінчена, оформлена за допомогою системи нотних знаків та виконана відповідно до композиторського задуму артефакту музичної культури. Проте є всі підстави стверджувати, що музика знайшла своє нове життя в медійному просторі, де вона існує як: 1) частина медіатексту; 2) окремий вид мистецтва. Місце медіамузики у структурі медійного простору ілюструє рис. 1.

Навіть коли вона є трансляцією класичного закінченого музичного твору в ефірі, музика має іншу форму репрезентації та сприйняття, тому що проходить складні етапи синтезу з електронними медіа та, як наслідок, набуває ознак, що притаманні медіажанрам (наприклад, відеоряд, дикторська мова, комп'ютерна графіка, монтаж), нових рівнів у своїй структурі, нової композиції, драматургії, стилєвих ознак, які ще більше індивідуалізуються в ситуації, коли музика — складова медіатексту. В цій площині медіамузика — елемент цілісної структури медіатексту, що впливає на процеси аудіовізуального синтезу через об'єктивацію звука як явища культури й актуалізацію особистісного смислу звукових процесів (на рівні музичного матеріалу, форми, драматургії, стилю).

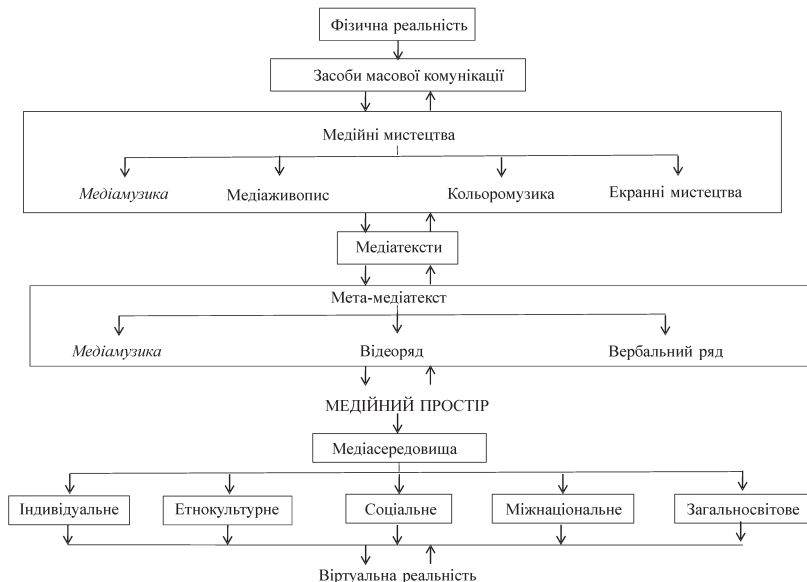


Рис. 1.

Медіамузику як нове мистецтво у структурі медійного простору, безумовно, слід відрізнити від звуку в ефірі — акустичного наповнення ефірного простору мовою, музикою, шумами, яке існує незалежно від естетичних факторів і є звуковою картиною реальності, трансформованою медіазасобами. Медіамузика — це естетично наповнена частина ефірного звуку, яка містить художню інформацію. На думку М. Кагана, в нових мистецтвах існують такі ж три типи інформації, як і в літературі: «фіксація емпіричного буття, відображення закономірностей світу, художня інформація» [2, с. 248]. Інакше кажучи, як у літературі окремі слова, речення, фрази не є творами літературного мистецтва, так і окремі ефірні музичні фрагменти не є творами медіамузики. Останнім часом їх позначають терміном «прикладна музика» [9; 10]. Медіамузика виникла на перехресті екранних мистецтв, музики автономної та прикладної, що звучить у медійному просторі. На думку Т. Шак, типовими властивостями прикладної музики є: «1) зв'язок із певним візуальним матеріалом (фільм, телепрограма, реклама і т. д.); 2) вільне модулювання у звуковій явища іншого типу (мова, звукові ефекти, довгі паузи); 3) стиліове розмаїття, зумовлене особливостями вербально-сюжетного ряду; 4) дискретність та швидка зміна функцій, що приводять до багатофункціональності та поліфункціональності; 5) відсутність самостійної цінності введення в ансамбль компонентів медіатексту»

[10, с. 26]. Дискретна, контекстна, мозаїчна прикладна музика є важливим елементом прикладних культур ХХІ ст. — масової культури, медіакультури, клубної культури, але вона залежна від контексту свого існування на рівні інваріантних ознак, споживає емпіричну звукову інформацію та не позиціює себе як самодостатній мистецький феномен. На відміну від прикладної музики, медіамузика продукує виключно художню інформацію за допомогою технічних засобів медійного простору. Медіамузиці властиві деякі особливості прикладної музики — синтез із візуальним і вербальним матеріалом, вільне моделювання в акустичні й зорові ефірні явища, поліфункціональність. Проте медіамузика — самостійний вид мистецтва, основною ознакою якого є візуалізація суттєво музичних засобів виразності в результаті численних перетинів з образно-мовною системою екранних мистецтв.

У медійному просторі медіамузика формує і продукує звукову медіакартину світу, яка складається зі звукових фрагментів, що містять художню інформацію. Медіамузика фіксує та репрезентує ті елементи звукової медіакартини, які спроможні будувати у свідомості реципієнта цілісний аудіовізуальний образ. Медіамузика існує у двох формах: як окремий вид мистецтва в медійному просторі та як частина мета-медіатексту, тобто музичний елемент аудіовізуальної інтенції медіатекстових структур. Медіамузика переводить у художньо-естетичну площину ту частину медійного простору, яка будується електронно-акустичними засобами й визначає характер звукового медіасередовища на перетині автономної музики, прикладної музики й екранних мистецтв. Медіамузика корегує поведінку індивіда медійного простору Homo virtualis у видах діяльності, пов'язаних з акустичними процесами медіакультурного середовища, й у цьому контексті потребує вивчення як феномен медійної соціалізації.

Список літератури

1. Горбань О. М. Основи теорії систем та системного аналізу: навч. посібник / О. М. Горбань, В. Є. Бахрушин. — ГУ „ЗІДМУ», 2006. — 220 с.
2. Каган М. С. Морфология искусства : историко-теорет. исслед. внутр. строения мира искусств. Ч. 1, 2, 3 / М. С. Каган. — Ленинград : Искусство, 1972. — 440 с.
3. Кириллова Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Н. Б. Кириллова. — М.: Академический Проект, 2005. — 400 с.
4. Кириллова Н. Б. Многообразие культур в глобальном медиапространстве / Н. Б. Кириллова // Известия Уральского государственного университета. — 2006. — № 47. — С. 58-68.
5. Масол Л. М. Загальна мистецька освіта: теорія і практика : моногр. / Людмила Михайлівна Масол ; АНП України, Ін-т пробл. виховання. — К. : Промінь, 2006. — 432 с.

6. Петрунько О. В. Соціалізаційний потенціал медіа середовища / О. В. Петрунько // Соціальна психологія. — Спеціальний випуск. — 2007. — С. 71–83.
7. Разлогов К. Э. Новые аудиовизуальные технологии / К. Э. Разлогов. — М. : Едиториал УРСС, 2005. — 482 с.
8. Рогозина И. Функции и структура медиакартины мира / И. Рогозина // Методология современной психолінгвістики: сб. ст. — Москва; Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2003. — С. 121–138.
9. Чернышов А. В. Функции оформительской музыки на ТВ / А. В. Чернышов // Звукорежиссёр. — 2006. — № 8. — С. 70–77.
10. Шак Т. Ф. Музыка в структуре медиатекста (на материале художественного и анимационного кино): автореф. дис. на соискание учен. степени доктора искусствоведения : специальность 17.00.02 «М» / Т. Ф. Шак. — Ростов-на-Дону, 2010. — 53 с.

Надійшла до редколегії 15.12.2011 р.