

УДК 008:7.01

**ВОРОЖЕЙКІН ЄВГЕН,***аспірант кафедри культурології**Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова, м. Київ*

## **ІНФОРМАТИЗАЦІЯ ЯК ЕСТЕТИЧНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНОЇ ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ**

У статті досліджені стратегії сучасної екранної культури, спрямовані на задоволення людських потреб в інформації. Стратегії проаналізовані на основі теорії ремедіації Д. Болтера та Р. Гразіна й представлені як процес технічного вдосконалення екранних медіа та естетичної видозміни їх візуальних творів. Визначені інформаційні можливості та значення візуального роману, а також виділені стратегія гібридизації та стратегія візуальної еkleктики. На основі концепції кінематографічних образів Ж. Делеза проаналізовані інформаційні характеристики середнього плану, а також причини частого використання його в сучасних кінофільмах. Акцентовано на проблемі зміни ставлення до інформації - втраті змістової характеристики внаслідок її переходу в естетичну форму.

**Ключові слова:** екранна культура; інформатизація; кінематограф; телебачення; гібридизація; еkleктика; візуальний роман; середній план.

**Постановка проблеми.** Інформатизація виражає найбільш характерну й істотну рису сучасної епохи, де головну роль у розвитку й функціонуванні всіх сторін та сфер суспільства відіграє інформація. У нашому повсякденному житті та роботі часто наявна діяльність, пов'язана з пошуком, отриманням, обробкою і передаванням великих обсягів інформації. Як зазначає Л. Манович, постійний інформаційний пошук у робочий час та час відпочинку формує в людини особливу інформаційну поведінку [14, с. 8]. Як результат, у неї виникає постійна потреба в актуальній та новій інформації. Реалізація інформаційної потреби найкраще здійснюється за допомогою екранних медіа (екранних засобів), складових елементів екранної культури. Екранні медіа швидко реагують на нові людські запити, удосконалюючись технічно та видозмінюючись естетично, і тим самим вони відображають сучасні культурні тенденції, які виникають внаслідок процесу інформатизації.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Термін "інформаційне суспільство" був уведений у науковий обіг у другій половині ХХ століття, коли дослідники звернули увагу на те, що нові технічні розробки в галузі радіо, телебачення, ЗМІ спричинили фундаментальні зміни в житті суспільства. Особливості цього феномена досліджували Д. Белл, П. Дракер, В. Іноземцев, М. Кастельс, А. Ракитов, О. Тоффлер, А. Турен, Л. Туроу, Ф. Фукуяма й багато інших учених.

Значний внесок у теорію інформаційного суспільства зробив Д. Белл, який уперше запропонував розглядати інформацію як фундаментальну основу сучасного виробництва, сервісних та соціальних технологій [11].

У контексті ролі екранних медіа, важливими є дослідження М. Маклюєна. Він пов'язав поняття інформації зі способом її передачі. Суспільне життя, на його думку, все більшою мірою залежить від характеру засобів, за допомогою яких люди підтримують між собою зв'язок, аніж від змісту повідомлень [5, с. 341].

Ідея М. Маклюєна була розвинута пізніше багатьма вченими. Зокрема, Д. Болтер та Р. Гразін указують на те, що медіа для функціонування у якості інформаційних джерел постійно здійснюють процес ремедіації [12, с. 55]. Термін "ремедіація" Д. Болтер та Р. Гразін запозичують з екології та педагогіки, де він, відповідно, застосовується для позначення процесу відновлення природних ресурсів та підвищення успішності студентів [Там само, с. 59]. Ремедіацією Д. Болтер та Р. Гразін називають процес, коли одне медіа вдосконалюється, використовуючи можливості іншого медіа [Там само, с. 55].

Інший продовжувач теорії М. Маклюєна - Л. Манович - дослідив нові медіа, пов'язані з цифровими технологіями. Крім того, він започаткував новий напрям досліджень - інфоестетику, яка займається питаннями, пов'язаними з організацією інформації через віртуальну форму - інтерфейс. Цей вид форм він назвав екранними [13, с. 4]. Л. Манович зазначив, що в інформаційному суспільстві конструкція форм нерозривно пов'язана з поняттям інтерфейсу, а тому візуальна структура трансформується відповідно до нових інформаційних вимог [Там само, с. 3-4].

Взаємозалежність інформаційної наповненості та естетичної структури екрану було проаналізовано Ж. Делезом на прикладі різних видів кадрів у кінематографі. Ж. Делез зазначає, що кадру можна підшукати аналогію тільки в області інформаційних систем, адже він має опосередковану функцію запису візуальної інформації [2, с. 55]. Кадрування дослідник визначає як обумовленість закритої чи частково закритої системи, що включає в себе все, що є в образі: декорації, персонажі, аксесуари. Тобто кадр утворює інформаційну множини, яка складається з великої кількості частин, елементів, що самі входять у підмножини. Елементи інколи дуже численні, а іноді практично поодинокі. Тому кадру завжди притаманні дві тенденції: насичення і розрідження інформації [Там само, с. 54]. Наприклад, широкий екран і глибина кадру дають можливість примножити

число незалежних даних так, що вторинні сцени постають на передньому плані, тоді як на задньому плані розгортається основна дія. І навпаки, розріджені образи виникають тоді, коли весь акцент робиться на одному-єдиному об'єкті [Там само].

Продовження розробки цієї теми через дослідження різних способів впливу на людину сукупності виразливих екранних засобів дає змогу говорити про більш широкі культурні зміни в суспільстві, що відбуваються унаслідок інформатизації.

**Мета статті** - через аналіз сучасних технічних та естетичних тенденцій в екранній культурі виявити культурні зміни, що сталися внаслідок процесу інформатизації.

**Виклад основного матеріалу.** Семіотик Ю. М. Лотман зазначав, що людина в боротьбі за життя включена в два процеси: по-перше, вона виступає як споживач матеріальних, речових цінностей; по-друге, як акумулятор інформації [4, с. 146]. Обидва ці аспекти є життєво необхідними. Якщо для людини як біологічної особи достатньо першого, то соціальне її буття потребує обох. Отже інформація, доводить Ю. Лотман, є однією з основних умов існування людства: "Битва за виживання - біологічне і соціальне - це битва за інформацію" [Там само]. Саме тому в культурі постійно здійснюється процес створення найбільш вигідних і компактних способів для отримання нових повідомлень. Якщо культура - це гнучкий і складно організований механізм пізнання й одночасно область постійної боротьби за інформацію, то в екранній культурі як складовій частині загального культурного простору також відбувається постійна боротьба - процес техніко-естетичної видозміни.

Екранні медіа, як і будь-які технічні засоби, весь час видозмінюються. Цей процес Д. Болтер та Р. Гразін називають ремедіацією. Ремедіація є використовування, трансформування та вдосконалення одним медіа іншого [12, с. 55]. Фактично акт ремедіації можна вважати еволюційним законом розвитку медіа. Вона є конкурентною боротьбою, природним відбором серед медіа. Щоб залишатись актуальним у певний період часу, медіа повинно відповідати культурним потребам або створювати нові запити в суспільстві.

Із технологічною еволюцією екранних медіазасобів та естетичною видозміною їх творів екранний простір створював нові можливості для задоволення людської потреби в інформації. Кінематограф як перший елемент екранної культури запропонував людині продукт високої інформаційної ємності. Це сталося через те, що кінематограф став ремедіацією інших медіа. Об'єднавши, перш за все, інформаційно-описові можливості книги та фотографії, кінематограф зміг ефективно та ефектно представити художні чи документальні історії.

Інша важлива інформаційна можливість виникла разом із телебаченням, яке, у свою чергу, ремедіювало кінематограф та радіо. Телебачення не просто представляло історії та надавало факти, а, що більш важливо, поєднало їх із повсякденним світом людини. В. Михалкович зауважує, що екран телебачення є немовби то двійником буття, рівнозначний справжньому: "Телеглядач, щоразу сприймаючи потік повідомлень, настільки зживається з ним у результаті тривалого і постійного "масування", що світ інформації стає йому ближчим і знайомішим, аніж безпосереднє побутове оточення" [6, с. 6].

Комп'ютеризація технічних засобів посилила інформаційні можливості екранної культури - сучасний ек-

ран набув здатності виконувати функції попередніх медіа (газет, радіо, телебачення), а інформаційне охоплення простору, у тому числі й повсякденного, стало від того ще більшим. Комп'ютер є універсальним медіа, адже може виконувати найрізноманітніші завдання.

Наступний етап ремедіації екранних медіа пов'язаний із масовим використанням смартфона та планшета - мобільного виду комп'ютерного екрану. Ключове слово "мобільний", указуючи на компактність та швидкість, відкриває важливий принцип взаємодії його із сучасною людиною. Мобільний екран - це екран повсякденного життя, з яким людина взаємодіє майже протягом усього дня. Головна мета сучасних екранних мобільних засобів - вчасно повідомляти про нову інформацію. Саме тому вони функціонують на основі стратегії "фізичного подразнення". Ця стратегія полягає в тому, що найбільш швидкою реакцією є фізична реакція. Тому в кожному мобільному додатку сповіщення здійснюється як за допомогою звукового, так і за допомогою вібросигналу, а також візуального сигналу - блимання лампочки смартфона. Функціонуючи на основі простого (фізіологічного) впливу, мобільні засоби все більше трансформують інформаційну потребу в невідомий рефлекс. Наочність цього процесу можна побачити через звичку сучасної людини весь час перевіряти свій мобільний телефон.

Ремедіація екранних засобів здійснюється не тільки через функціональне вдосконалення, а й через форми екранного простору, тобто через естетику. Естетичні принципи екранних медіа відображають культурні потреби та видозміни сучасної людини, а отже, і процеси інформатизації суспільства.

Естетична інформатизація проявляється, зокрема, у створенні та використанні різноманітних екранних форм. Однією з таких сучасних екранних форм є візуальний роман. Його поява пов'язана зі зміною якості телевізійних серіалів, переходом їх з рангу так званих "мильних опер" у сферу складних і глибоких історій. Візуальний роман - це продукт, який є результатом ремедіації телебаченням кінофільму та літературного роману.

У літературознавчій енциклопедії роман визначають як "великий за обсягом епічний твір, метанаратив, для якого характерне панорамне зображення дійсності, багатоплановість на фабульному та сюжетному рівнях розвитку конфліктних ліній, ускладнений хроно-топ, поліфонічна, часто уповільнена розповідь, супроводжувана художнім висвітленням актуальних проблем зовнішнього та внутрішнього світу" [3, с. 342]. Отже, роман має високу інформаційну наповненість. Кінематографічна візуалізація цієї інформації дозволяє людині сприймати її більш легко й швидко. Візуальний образ діє блискавично, оскільки передає інформацію через емоційне переживання. Завдяки візуальному роману людина отримує можливість стежити тривалий час за складним індивідуальним розвитком персонажів ("Breaking Bad" (2008-2013 pp.), "Ганнібал" (2013-2015 pp.)), чи зміною принципів життя певного історико-культурного періоду ("Mad Men" (2007-2015 pp.), "Вінні" (2016 p.)). Тепер, щоб краще зрозуміти людину чи культурну епоху, необхідно її побачити й почути, а також спостерігати в часі її розвиток. Отже, візуальний роман стає найкращою формою для передачі подібної інформації. Інформацію, емоційно сприйняту через естетику сучасного серіалу, можна використовувати в якості основи для власного розвитку, розширивши за допомогою неї свій кругозір чи критично переосмисливши її.

Інші екранні форми, які активно сьогодні використовуються, це інфографіка та вебграфіка. Вони є реалізацією ефективності візуального сприйняття у сфері Інтернет-мережі. Людина краще засвоює візуальну інформацію, аніж текстову, тому в сучасному дизайні Інтернет-простору все частіше використовують стратегію візуальної наочності. Інфографіка - це поєднання зображення та тексту для передачі великої кількості інформації з високим ступенем засвоєння. Вебграфіка, як і інфографіка, також передає великі обсяги інформації, але включає в себе інтерактивні елементи, які дозволяють користувачеві фізично взаємодіяти з інформацією [9], крім того, активно використовуються анімаційні картини [10].

Інші естетичні стратегії, направлені на задоволення інформаційної потреби, реалізуються через особливе формування екранного простору. Перш за все, вона проявляється в гібридизації та еклектичності екранного простору. Ці тенденції стали можливими завдяки новим цифровим технологіям. Саме їх розвиток дозволив здійснювати композитинг (від англ. compositing - компонування), поєднувати різні інформаційні форми в одне зображення. Стратегія гібридизації пов'язана, головним чином, із кінематографом та відеоіграми, у свої основі стала засобом створення більш правдивих інформаційних історій [15, с. 141-142]. Гібридизація є певним засобом поєднання інформації різної природи, унаслідок чого створюється зображення високої інформаційної широти. Саме ця технологія дозволяє створювати "незвичні" об'єкти в кіно, гармонійно поєднуючи їх із реальним пейзажем [Там само, с. 135].

Будь-який кадр у сучасному кінофільмі, навіть найпростіший, найчастіше є сукупністю невидимих спецефектів. Важко помітити, де закінчується реальність і починається картинка, особливо в дорогих видовищних фільмах, які на 90 відсотків складаються зі спецефектів. Так, дві третини фільму "Життя Пі" (2012 р.), який отримав "Оскар" за найкращі спецефекти - це фотореалістичний мультфільм, на тлі якого діє єдиний живий актор. Усе інше (включаючи тигра та інших тварин) - малярки. Але реалістичність візуальної сторони екрану пов'язана не тільки з тим, щоб передати на екрані реальне життя, скільки, щоб показати реальність фантазії. Звичайно, образи голлівудських спецефектів досі мають на меті посилення реалізму, але показують за їх допомогою зовсім нереальний світ. Сьогодні квитки в кіно, DVD та всі інші товари продаються лише, коли кіноіндустрія дає глядачу новий незвичайний досвід. Саме тому більшість сучасних найбільш прибуткових фільмів ("Аватар" (2009 р.), "Зоряні війни: Пробудження сили" (2015 р.), "Світ Юрського періоду" (2015 р.), "Гаррі Поттер та Дари Смерті: Частина II" (2011 р.), "Месники" (2012 р.), "Трансформери: Епоха винищення" (2014 р.) та ін.) є картинами про супергероїв або належать до жанрів фентезі чи фантастики [7]. Сьогодні глядач прагне від екрану отримати всемогутність, яка в реальному житті йому невіддільна. Кінематограф від самого початку давав глядачу можливість бути в ролі "всевидючого божества". Але сьогодні людина прагне іншого: отримати досвід фантастичного майбутнього, до якого вона не доживе, або повірити в магічний світ, від можливості існування якого вона колись відмовилась. Сьогодні, як ніколи, у дрімотному стані кіноглядача воскресають мрії його дитинства. Для їх реалізації кінематограф і використовує стратегію гібридизації екранного зображення для створення правдивості через наповнення віртуальних світів інформаційно-фантастичними деталями.

Стратегія візуальної еклектики, у свою чергу, більше відноситься до телевізійного та комп'ютерного екранного простору. Комп'ютерний екран за своєю природою еклектичний, оскільки складається з безлічі вікон. Екран комп'ютера - це межа постійного руху, переходу між вікнами різного програмного забезпечення та просторами Інтернет-мережі. Стратегія еклектичності проявляється й на телебаченні - за її допомогою телевізійні програми пропонують глядачам існування в багатьох інформаційних потоках, а отже, і світах. У багатьох телепрограмах, окрім знятого на камеру зображення, сьогодні можна побачити біжучі рядки, вікна тощо. Так, у теленовинах ці додаткові інформаційні джерела розповідають про події, що не вдалося втиснути в основний відеопотік. Молодіжні телеканали використовують техніку соціальних мереж і додають до свого відео зображення чат-вікна, у яких глядачі можуть спілкуватися за допомогою смс-повідомлень чи соціальних мереж. ТБ-глядачі в результаті отримують відчуття, що вони, крім телепростору, ще одночасно існують у сфері комунікації. Мобільні вікторини й голосування також відіграють у цьому важливу роль. Сьогодні мобільний телефон є невід'ємною частиною телеіндустрії. З одного боку, за допомогою смс-повідомлень глядач отримує більшу інтерактивність, коли його голос немовби впливає на перебіг телепроцесів. З іншого, він, переглядаючи передачу, за допомогою смс спілкується з іншими глядачами.

Усі ці додаткові "вікна", деталі, слова й цифри так чи інакше працюють на основну подію, яка визначає екранний простір. А. Горних та А. Усманова зазначають, що подібний вид телекартинки виявляє тенденцію до мозаїчно-шизофренічної структури, до перетворення основного кадру на ще один кадр-у-кадрі поряд з іншими [1, с. 10]. Подібна естетика фрагментарності - це естетика Інтернет-простору. Тобто, щоб бути культурно актуальним, телебачення намагатиметься ремедіювати більш нове медіа - Інтернет.

Інформаційна еклектичність поширюється й на сферу візуальних історій, стаючи засобом для більш ємної та швидкої розповіді. Використання подібної стратегії можна, зокрема, побачити в серіалах "Картковий будинок" (2013 р. - ...) та "Шерлок" (2010 р. - ...). У них, наприклад, активно використовується накладання візуального інтерфейсу мобільних повідомлень на основне відеозображення. Цікаво, що цей метод не руйнує процес входження глядача в простір історії, а, навпаки, підсилює його. Цей феномен пов'язаний із тим, що візуальна форма смс-повідомлень є для сучасної людини звичною практикою, невід'ємним видом способу сприйняття нею інформації.

У серіалі "Шерлок" інформатизація екрану використовується й для передання внутрішніх теоретичних побудов головного героя. До основного відеозображення додаються титри, геометричні схеми, анімаційні знаки, картографічні зображення та інше. У більшості випадків ми отримуємо те, що Л. Манович називає естетикою "deer remixability", коли одне медіа застосовує для вираження свого контенту метод подання або сприйняття іншого медіа [16, с. 9]. Так, в одній зі сцен серіалу, коли Шерлок оглядає тіло вбитого, з'являються титри із назвами доказів, які він знаходить. І коли одним із таких доказів стає запах, то титр, після показу глядачу, розсіюється подібно газоподібному тілу. Головна мета цієї техніки, звичайно, - привернення максимальної уваги глядача, але разом із тим вона реалізує для останнього й подвійну роль: збільшує його досвід і економить його час.

Через особливість своєї зображувальної природи, кінематограф став знаряддям екранізації літературних творів від самого свого виникнення. Опис кімнати в письменника займає цілу сторінку, а в кіно - декілька секунд екранного часу. Тобто екран може передати людині більше інформації, аніж друкований текст. Але певний період часу для режисерів було проблемою перенесення внутрішнього монологу героя. Вони могли використовувати закадровий голос, але до нього також потрібно було підбирати відеоряд: можна було показати зображення героя в цей момент або накласти голос на певний оглядовий план. Але тоді втрачались інформаційні можливості кіно. Еклектична естетика зображення в серіалі "Шерлок" вирішила цю проблему. Короткі титри, геометричні схеми в поєднанні з відеозображенням забирають набагато менше часу на передачу інформації, аніж текст у звуковому чи друкованому вигляді. Глядач, таким чином, отримує можливість досягнути її пережити за допомогою екрану набагато більше подій. Завдяки такій стратегії людина отримує ефект розширення часу - за одну хвилину вона охоплює набагато більше інформації, ніж за ту ж саму хвилину у звичайному житті.

Окрім поверхнево видимих естетичних стратегій задоволення інформаційної потреби сучасної людини, є інші, більш приховані. Одна з них пов'язана не стільки з новими техніками, скільки з використанням старого художнього прийому - вибору плану кадру.

У сьогоdnішньому екранному просторі, головним чином у кінематографі, домінуючу роль отримують середній та загальний плани. Ж. Делез стверджує, що загальний план стосується переважно образу-перцепції, а середній план - образу-дії [2, с. 124]. Образ-перцепція формує сприйняття події з певної точки зору, а образ-дія дає головний об'єм інформації про подію. Стратегія їх використання в сучасних масових фільмах доповнює стратегію гібридизації візуального зображення. Ж. Делез говорить, що перцепція співвідносить рух із "тілами" (іменниками), тобто із жорсткими об'єктами, які можуть бути рушійними чи рухомими, а дія співвідносить рух з "актами" (дієсловами), що є абрисами передбачуваного терміна чи результату [Там само, с. 118].

Фантастичні історії, яких прагне сучасний глядач, вимагають ефективного подачі, і якраз для цього використовуються образи-перцепції та образи-дії. Образ-перцепція надає можливість відчути широту фантастичного світу через сприйняття його деталізованості. А образ-дія ефективно співвідноситься з динамічністю сучасних блокбастерів, адже дає інформацію про рух. Середній план як форма образу-дії захоплює й передає рух у всій його інформаційній повноті.

Домінування середнього та загального планів спричиняє факт того, що передній план використовується все менше. Так, наприклад, в останньому фільмі про Джеймса Бонда ("Спектр" (2015 р.)) фактично не було жодного крупного плану, що для художнього фільму велика рідкість. М. Б. Ямпольський, говорячи про етичний вимір кіномови, зазначає, що той, зокрема, проявляється в ставленні до крупних планів, оскільки останній виявляється виразом візуального диктату [8]. Але, у такому разі потрібно пояснити, що візуальний диктат більш пов'язаний із принципом монтажу (поєднання й частотою використання окремих планів), ніж із видом певного плану. Передній план є виразом не стільки ідеології, скільки емоції. Ж. Делез визначає передній план, як образ-емоцію [2, с. 144]. Образ-емоція також спів-

відноситься з образом-переживанням, який, з точки зору Ж. Делеза, є можливістю чи якістю, узятою самою по собі [Там само, с. 155]. У процесі актуалізації, якість стає ознакою предмета, а можливість - відчуттям, почуттям, емоцією [Там само, с. 156].

Значення переднього (крупного) плану проявляється в тому, що він абстрагує об'єкт від усіх просторово-часових координат і зводить його в ранг сутності. Тобто передній план створює не тільки візуальне збільшення певного об'єкта, але і його змістової характеристики. Передній план здійснює зміну руху, який перестає бути поступальним і стає виразним: "Нам нема чого додати за допомогою думки ні до нього самого, ні до того, що в ньому є просторово-часовим" [Там само, с. 154]. Дивлячись на ізольовану особу, ми не сприймаємо простір. Наше відчуття простору зникає. Ж. Делез стверджує, що, коли ми бачимо обличчя крупним планом, ми бачимо саме "відчуття-річ" [Там само].

Далі дослідник зазначає, що коли якості й можливості розуміються так, як вони актуалізовані в положеннях речей, у географічно й історично обумовлених середовищах, ми потрапляємо у сферу образу-дії, у сферу середнього плану [Там само, с. 186]. Тобто коли отримуємо інформацію, а не емоцію. Середній план як вираз інформаційної форми завжди був пов'язаний із телебаченням. Зміна ж акценту на середній та загальні плани в кінематографі, указує на зміну пріоритетів естетичних потреб людини, для якої сьогодні більш важливим стає відчуття інформаційної присутності, аніж емоції. Ж. Делез говорить, що образ-дія є вираженням реалізму, а образ-емоція - ідеалізму [Там само]. Реалізм - це представлення інформації про речі такіми, які вони є, а ідеалізм - це віра в краще. Зрозуміло, коли через естетику домінування інформаційного реалізму над емоційним ідеалізмом відбувається у сфері документальних подій, але коли це заторкує сферу розваг та відпочинку, можна говорити про певні культурні наслідки.

Передній (крупний) план формує не просто емоційне ставлення, а відповідає за етичну сторону кінофільму, саме через нього відбувається співпереживання героям, відчуття їхніх екзистенційних проблем та рефлексія над ними глядачем. Без емоції не формується ставлення, а разом із тим, і моральна позиція. Без крупного плану фільм залишається на відстані від внутрішнього світу глядача, виконуючи роль лише естетично чи інформаційно привабливого об'єкта.

### Висновки

Отже, інформатизація здійснюється через технічне вдосконалення екранних медіа, через використання та створення особливих екранних форм, а також через особливе формування екранного простору як на поверхневому рівні, так і на прихованому. Екранна культура сьогодні спрямована на задоволення людської потреби в інформації й використовує для цього різні стратегії. Суть цих стратегій є подвійною за своїми характеристиками. З одного боку, сучасний екран пропонує широкий спектр інформації, і проблема полягає лише в тому, як людина цією інформацією розпоряджається. З іншого боку, людина сьогодні реалізує свою потребу в інформації не стільки завдяки змісту контенту, скільки завдяки відчуттю його існування. Естетика сучасного екрану прагне видати себе за інші соціально-культурні феномени. Зокрема та, що подається тепер під виглядом інформації, поступово витісняє саму інформацію. Перехід інформації у сферу естетичних категорій, гово-

рять про те, що втрачається її головна суть, адже більш важливими стають не її якісні характеристики, а кількісні і сам факт наявності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Горных А. Эстетика Интернета и визуальное потребление: к вопросу о сущности и специфике Рунета [Электронный ресурс] / А. Горных, А. Усманова // Belintellectuals. - С. 3-22. - Режим доступа : [http://belintellectuals.eu/media/library/Cont\\_Shift\\_Gornyh\\_rus.pdf](http://belintellectuals.eu/media/library/Cont_Shift_Gornyh_rus.pdf).
2. Делёз Ж. Кино / Жиль Делёз. - М. : Ад Маргинем, 2004. - 622 с.
3. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / [укл. Ю. І. Ковалів]. - К. : Академія, 2007. - Т. 2. - 624 с.
4. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства / Ю. М. Лотман. - СПб. : Академический проект, 2002. - 543 с.
5. Маклюэн М. Средство само есть содержание / Маршалл Маклюэн // Информационное общество : сборник. - М. : ООО Изд-во АСТ, 2004. - С. 341-348.
6. Михалкович В. И. О сущности телевидения / В. И. Михалкович. - М. : ИПК работников ТВ и РВ, 1998. - 49 с.
7. Самые кассовые фильмы [Электронный ресурс] // КиноПоиск. - Режим доступа : [http://www.kinopoisk.ru/box/best\\_world/](http://www.kinopoisk.ru/box/best_world/).
8. Ямпольский М. Кинематографический человек. Заметки о киноязыке и антропологии [Электронный ресурс] / Михаил Ямпольский // Сеанс. - 2011. - № 45/46. - Режим доступа :

<http://seance.ru/n/45-46/kinematograficheskij-chelovek-zametki-okinoazyke-iantropologii/>.

9. 7 ключевых трендов веб-дизайна на 2015 год [Электронный ресурс] // Хабрахабр. - 2014. - Режим доступа : <http://habrahabr.ru/company/sketchbuilder/blog/243611/>.

10. 7 тенденций веб-дизайна в ближайшем будущем [Электронный ресурс] // Хабрахабр. - 2015. - Режим доступа : <http://habrahabr.ru/post/260929/>.

11. Bell D. The Post-Industrial Society: The Evolution of an Idea / D. Bell // Survey (Ind). - 1971. - № 79. - P. 158.

12. Bolter D. Remediation: Understanding New Media / D. Bolter, R. Grusin. - Cambridge : MIT Press, 1999. - 295 p.

13. Manovich L. Introduction to Info-Aesthetics [Электронный ресурс] / Lev Manovich // Modernity, Postmodernity, Contemporaneity. - 2008. - Pp. 333-344. - Режим доступа : <http://manovich.net/content/04-projects/060-introduction-to-info-aesthetics/57-article-2008.pdf>. doi: 10.1215/9780822389330-022.

14. Manovich L. Post-media Aesthetics [Электронный ресурс] / Lev Manovich. - 2001. - 14 p. - Режим доступа : [http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29\\_article\\_2001.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf).

15. Manovich L. The Language of New Media / Lev Manovich. - Cambridge : MIT Press, 2001. - 307 p.

16. Manovich L. Understanding Hybrid Media [Электронный ресурс] / Lev Manovich. - 2007. - 23 p. - Режим доступа : [http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52\\_article\\_2007.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52_article_2007.pdf).

**Ворожейкин Евгений,**

*аспирант кафедры культурологии*

*Национального педагогического университета им. М. П. Драгоманова, г. Киев*

### ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье исследованы стратегии современной экранной культуры, направленные на удовлетворение человеческой потребности в информации. Стратегии проанализированы на основе теории ремедиации Д. Болтера и Р. Гразина, которая является процессом технического совершенствования экранных медиа и эстетического видоизменения их визуальных произведений. Определены информационные возможности и значение визуального романа, а также выделены стратегия гибридизации и стратегия визуальной эклектики. На основе концепции кинематографических образов Ж. Делеза проанализированы информационные характеристики среднего плана, а также причины частого использования его в современных фильмах. Акцентировано внимание на проблеме изменения отношения к информации - потере смысловой характеристики вследствие ее перехода в эстетическую форму.

*Ключевые слова:* экранная культура; информатизация; кинематограф; телевидение; гибридизация; эклектика; визуальный роман; средний план.

**Vorozheikin Yevhen,**

*postgraduate National Pedagogical Dragomanov University, Kyiv*

### INFORMATIZATION AS AN AESTHETIC STRATEGY OF MODERN SCREEN CULTURE

This work is aimed to identify the cultural changes that have occurred as a result of informatization. The article investigates the strategies of contemporary screen culture aimed to satisfy human needs in information. The analysis of technical improvement of information possibilities of screen media is based on J. D. Bolter's and R. Grusin's theory of remediation. The article identifies informational potentials of visual novel (contemporary TV series), which is the result of remediation of TV, movie and literary novel. In addition, the article investigates the process of informatization by means of screen space formation or, in other words, by screen aesthetics. The article identifies and analyzes the hybridization strategy and the strategy of visual eclecticism. Hybridization strategy is a method to combine information of different nature, whereupon more truthful visual stories are created. It is mainly used in movies and video games. The strategy of visual eclecticism that allows viewers (users) to perceive multiple information flows, mainly related to the screen space of modern television.

The article, basing on G. Deleuze's concept of cinematic images, analyzes the informational characteristics of medium shot and the reasons of its frequent usage in modern movies. The comparison of essential characteristics of close-up shot and medium shot is made. It is determined that the change of emphasis on medium shot and full shot in contemporary cinema is related to the change of priorities in aesthetic human needs, because today the sense of presence of information becomes more important than emotions.

The article notes the important problem of attitude changing towards information - the loss of its essential content characteristic (due to its transition into aesthetic form). Screen aesthetics that now is served under the guise of information gradually replaces the value of the latter. The transition of information to the field of aesthetics says that its main essence is lost, because quantitative characteristics and the fact of presence are becoming more important than its quality.

**Keywords:** screen culture; informatization; cinema; television; hybridization; eclecticism; TV series; medium shot.

#### REFERENCES

1. Gornyxh, A. and Usmanova, A. (2009), Internet Aesthetics and visual consumption: to the question of the essence and specificity of the Runet, *Belintellectuals*, available at: [http://belintellectuals.eu/media/library/Cont\\_Shift\\_Gornyxh\\_rus.pdf](http://belintellectuals.eu/media/library/Cont_Shift_Gornyxh_rus.pdf) (rus).
2. Deleuze, G. (2004), Cinema, *Ad Marginem*, Moscow, 622 p. (rus).
3. Kovaliv, I. (2007), Literary Encyclopedia: in 2 vol., Vol. 2, *Academia*, Kyiv, 624 p. (ukr).
4. Lotman, Yu. (2002), Articles on the semiotics of culture and art, *Academic Project*, Saint Petersburg, 543 p. (rus).
5. McLuhan, M. (2012), The Medium is the Massage, *Informatsionnoye obshchestvo: a collection*, Publishing house AST, Moscow, 2004, pp. 341-348 (rus).
6. Mikhalkovich, V. (1998), On the essence of TV, Television and Radio Workers' Institute for Advanced Studies, Moscow, 49 p. (rus).
7. Top highest-grossing films (2016), *Kinopoisk*, available at: [http://www.kinopoisk.ru/box/best\\_world/](http://www.kinopoisk.ru/box/best_world/) (rus).
8. Yampolsky, M. (2011), Cinematic man. Notes about cinematic language and anthropology, *Seance*, 45/46, available at: <http://seance.ru/n/45-46/kinematograficheskij-chelovek-zametki-okinoyazyke-iantropologii/> (rus).
9. 7 key web design trends on 2015 (2014), *Habrahabr*, available at: <http://habrahabr.ru/company/sketchbuilder/blog/243611/> (rus).
10. 7 web design trends in the near future (2015), *Habrahabr*, available at: <http://habrahabr.ru/post/260929/> (rus).
11. Bell, D. (1971), The Post-Industrial Society: The Evolution of an Idea, *Survey (Ind)*, 79, p. 158 (eng).
12. Bolter, J. D. and Grusin, R. (1999), Remediation: Understanding New Media, MIT Press, Cambridge, 295 p. (eng).
13. Manovich, L. (2008), Introduction to Info-Aesthetics, *Modernity, Postmodernity, Contemporaneity*, pp. 333-344, available at: <http://manovich.net/content/04-projects/060-introduction-to-info-aesthetics/57-article-2008.pdf>. doi: 10.1215/9780822389330-022.
14. Manovich, L. (2001), Post-media Aesthetics, available at: [http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29\\_article\\_2001.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/031-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf) (eng).
15. Manovich, L. (2001), The Language of New Media, MIT Press, Cambridge, 307 p. (eng).
16. Manovich, L. (2007), Understanding Hybrid Media, available at: [http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52\\_article\\_2007.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/054-understanding-hybrid-media/52_article_2007.pdf) (eng).

© Ворожейкін Євген

Надійшла до редакції 29.09.2016