

ЭВАЛЛЬЁ В. Д.

Интерактивность и иммерсивность в медиасреде. К проблеме разграничения понятий

Экраны и мультимедийные установки широко используются в различных сферах культуры: от выставочных площадок и виртуальных путеводителей по музеям до развлекательных проектов. Мультимедийные проекты становятся, по сути, ведущим жанром медиаиндустрии в социокультурной среде. В первую очередь, это иммерсивные спектакли, мультимедийные и виртуальные выставки, инсталляции, интерактивные представления и перформансы, виртуальные (и частично виртуальные) продукты. Все они различаются не только способом конструирования медиасреды, но степенью вовлечения зрителя в медиaprостранство. В статье рассматриваются наиболее типичные виды мультимедийных проектов и их специфика.

Ключевые слова: визуальная культура, полиэкран, мультимедиа, цифровое искусство, иммерсивность, интерактивность.

Эвалльё Виолетта Дмитриевна

Научный сотрудник, сектор художественных проблем
массмедиа, Государственный институт искусствознания,
Москва
ORCID ID: 0000-0002-4531-4922
amaris_evally@mail.ru

Key words: visual culture, split screen, multimedia, digital art, immersiveness, interactivity, virtuality.

Evallyo Violetta D.

Researcher of the Mass Media Arts Department,
The State Institute for Art Studies,
Moscow
ORCID ID: 0000-0002-4531-4922
amaris_evally@mail.ru

EVALLYO VIOLETTA D.

Interactivity and Immersiveness of the Modern Cultural Media. The Problem of Differentiation of Concepts

Screens and multimedia installations are widely used in various areas of culture: from exhibition venues and virtual guides to museums to entertainment projects. Multimedia projects are becoming, in fact, the leading genre of the media industry in a socio-cultural environment. First of all, these are immersive performances, multimedia and virtual exhibitions, installations, interactive presentations and performances, virtual (and partially virtual) products. All of them differ not only in the way of constructing the media environment, but in the degree of involvement of the viewer in the media space. The article discusses the most typical types of multimedia projects and their specificity.

УДК 7.0
ББК 71

Начало XXI века ознаменовалось рывком в сфере информационных технологий, оказывающих мощное влияние на изменение всего уклада жизни.

Масштабная цифровизация многих аспектов человеческого бытия, повсеместное внедрение «умных» технологий и устройств превратили повседневную реальность в бесконечное полотно для репрезентации художественных высказываний. Образно говоря, объективная реальность становится своеобразной транзитной зоной обитания индивидуумов, в любой момент готовых «включиться» в любую другую, но уже виртуальную реальность, порталами в которую и являются экраны.

Ту многосредовость, которая формируется повсеместно в социокультурном пространстве посредством современных технологий, можно обозначить как мультимедийную. В сущности, дефиниция «мультимедиа» буквально означает «множество сред». А.А. Деникин выводит наиболее точное, на наш взгляд, определение: «в современном понимании, мультимедиа – это цифровые мультимедиа, функциональные возможности которых обусловлены компьютерной техникой, а включение в структуру мультимедиа проекта/продукта/произведения видео, аудио, текстовой и графической информации сопровождается специальными программными алгоритмами для пользовательского управления этой информацией (интерактивность)» [6]. Но если мультимедийный продукт и его многосредовость являются последствием целенаправленных действий, то возникновение эффекта полиэкранности в пространстве объективной реальности образуется скорее стихийно.

На сегодняшний день одними из ключевых свойств мультимедийности среди прочих принято считать виртуальность, интерактивность и иммерсивность. Если о виртуальности написано уже очень много, то интерактивность и в особенности иммерсивность нуждаются в более подробном рассмотрении. Наша цель – проанализировать эти термины, соотнести их с практикой современной визуальной культуры, понять, какие роли, или функции, прежде всего закрепляются за интерактивностью и иммерсивностью в сегодняшней медиасреде.

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

Интерактивность – это взаимодействие. Используя данный термин, как правило, обозначают способность объекта (телепрограммы, кинофильма, интернет-ресурса и др.) взаимодействовать с реципиентом [17, с. 10], откликаться на активность реципиента и видоизменяться в зависимости от каких-либо действий воспринимающего. При более детальном рассмотрении интерактивность выявляет взаимосвязи между человеком и объектами внутри некоей среды, т.е. «взаимосвязь, в которой действия и поведение людей и/или объектов являются соопределенными» [19, с. 213], а сам контакт человека и медиапроизведения находится в динамике, являет собой процесс.

Однако не будем заблуждаться насчет новизны принципов интерактивности, ведь зрелищная культура древних периодов в большинстве случаев подразумевала взаимодействие исполнителей и реципиентов или же вообще не имела строгого деления на исполнителей и зрителей. Интерактивность кажется некоторым ученым и представителям аудитории столь новой и необычной в силу того, что искусство Нового времени последовательно уходило от процессуальности и активности взаимодействия развертывающейся художественной формы и ее аудитории. Магистраль развития искусства состояла в том, чтобы отделить художественную материю от бытия потенциальных реципиентов, в частности, сделать и изобразительную, и пластическую, и зрелищную форму «закрытой», независимой от окружающей среды и не подлежащей трансформациям в период ее пребывания или становления в пространстве и времени. Так, Е.В. Сальникова отмечает, что в эпоху Нового и Новейшего времени

единичное произведение искусства подразумевает его автономность и самостоятельность [13, с. 35].

Культура XX и XXI веков ведет спор с обозначенной в предыдущие столетия тенденцией и во многих своих проявлениях возвращается к былой, традиционной интерактивности, но уже на новом этапе, и прежде всего в сфере экранных форм.

Рассмотрим несколько примеров интерактивных мультимедийных представлений. Так, главной особенностью интерактивных инсталляций является то, что зритель напрямую влияет на пространство – изображения интерактивно генерируются в зависимости от движения объектов. Например, в панорамной видеоинсталляции «Квантовая комната» (Quantum Space, творческая группа Kuflex, галерея «МАРС», Москва, 2015) зритель, по сути, растворяется во вселенной, распадаясь на кванты света. В более раннем проекте Abstract Wall (Kuflex, Центр современной культуры «Гараж», Москва, 2013) силуэты, движения посетителей проецировались на экран как картина абстракционистов, которую можно было получить в распечатанном виде. Создатели инсталляции «позволили художнику стать кистью, а обычному экрану – интерактивным холстом»⁽¹⁾. Таким образом, посетитель подобных интерактивных инсталляций, с одной стороны, реализует потребность оставить свой след во вселенной, с другой же, временно наделяется функцией божества – способностью влиять и трансформировать материю, пусть и виртуальную.

Однако существенным фактом становится возникновение в подобных интерактивных представлениях и иммерсивности. Парадоксальным образом, зачастую интерактивность гарантирует и эмоциональное погружение, которое не постулируется в рекламных проспектах. Как правило, строгого деления на интерактивное и иммерсивное нет, оно бывает условным и характеризуется по большей части концепцией самого культурного продукта, но не сутью его «правил игры». Существуют примеры, когда интерактивная составляющая, напротив, не гарантирует возникновение иммерсивности. Так, интерактивный музей «Лунариум» в Московском планетарии представляет собой отдельно стоящие предметы, требующие актив



Илл. 1. Quantum Space. Официальный сайт творческой группы Kuflex. URL: <https://kuflex.com/Quantum-Space> (дата обращения 11.04.2019)

ного взаимодействия с посетителями. Все можно потрогать, изменить, наблюдать трансформации, происходящие с объектами или запущенными процессами, однако эффекта погружения в некую космическую среду не возникает. Выставка остается лишь набором предметов, подразумевающих интерактивность.

Другой гранью интерактивности (особенно на фоне виртуализации социокультурной среды) является всевозрастающий интерес к телесности. Вопрос о роли телесности поднимается во многих исследованиях новых медиа, как посвященных компьютерным играм, цифровому искусству, так и частным мультимедийным проектам. Т. Фридман полагает, что постоянная интерактивность в симуляционных играх порождает кибернетическую петлю, в рамках которой размываются границы между игровым сознанием и миром компьютера [20, с. 137]. Однако, нам ближе тезис М. Хансена, что цифровое изображение не обладает необходимым потенциалом для воплощения телесности, а является технологией дополнения к ней [21, с. ххi, с. 50]. Но необходимо ввести некоторые уточнения. На наш взгляд, сегодня интерактивность является отражением потребности человека,

(1) Официальный сайт творческой группы Kuflex. URL: <http://kuflex.com/Abstract-Wall> (дата обращения 11.04.2019).

окруженного продуктами технического прогресса (и в целом ослабившего свою физическую активность и прямое, очевидное влияние на окружающую реальность) все-таки управлять какими-либо процессами, пускай и в игровых формах, взаимодействовать с культурными продуктами – налаживать обратную связь. Эту потребность в полной мере реализуют интерактивные инсталляции и перформансы.

Интерактивная экспозиция «Пройди путем эволюции» (Дарвиновский музей, Москва) включает в себя целый конгломерат мультимедийных технологий. Пространство выставки организовано, на первый взгляд, по аналогии с пещерой: при прохождении лент, разграничивающих среды, посетитель попадает на извилистую тропу, по обе стороны от которой представлены экраны, экспонаты (как имеющие историческую значимость, так и гипсовые фигуры динозавров и животных в воссозданной среде их обитания). У экранов здесь два типа поверхностей: плоскости жидкокристаллических экранов, на которых транслируются снятые заблаговременно тематические сюжеты, и проекции на стену. Последние наделены еще и интерактив-



Илл. 2. Интерактивная мультимедийная экспозиция «Пройди путем эволюции». Дарвиновский музей, Москва. Официальный сайт Дарвиновского музея, Москва. URL: <http://www.darwinmuseum.ru/projects/separate-exp/projdi-putem-evolyucii> (дата обращения 23.03.2019)

ными функциями. Под экранной поверхностью размещены большие кнопки, нажимая на которые, посетитель подсвечивает определенные участки плоскости с информацией об обитателях Земли того или иного периода. Некоторые проекции расположены в прямоугольных рамках со скошенными углами – иллюминаторами, что создает эффект пребывания в батискафе, погруженном на морское дно. В художественной среде экспозиции также можно отметить и присутствие эффекта иммерсивности, возникающего благодаря интерактивным элементам и световой и звуковой атмосфере в целом.

Степень внедрения мультимедийных технологий в сферу экспонирования и репрезентации произведений искусства, истории человечества, культуры разнятся от музея к музею. Однако практически повсеместно посетитель может с помощью своего смартфона или арендуемых устройств расширить выстроенную экспозицию до частично мультимедийной. Речь идет об аудиогuidaх, в настоящее время довольно популярный сервис *izi.travel* позволяет с личного устройства считать бар-код, размещенный рядом с экспонатом,



Илл. 3. Панорамный экран. Дарвиновский музей, Москва. Официальный сайт компании VEGA AV. URL: <http://www.vega-msk.ru/view/darvinovskii-muzei-intmedia-g-moskva/> (дата обращения 23.03.2019)

и прослушать информацию о нем через наушники. Постепенно в музеях появляются стойки с экранными устройствами, в которые загружена информация о самом музее, экспонатах, экспозициях. В одном из залов Дарвиновского музея по периметру установлен панорамный экран, на него проецируется история развития жизни на Земле. Экран выполняет и познавательную, и декоративную функцию, воплощая концепт музея как части современности. Панорамный экран становится иллюстрирующей частью, «кратким содержанием» базы знаний, хранящихся в музее.

Обилие экранных поверхностей, «комментирующих» экспозицию и/или отдельный экспонат, соотносится с эстетикой постмодернизма: «классические» музеи стараются заимствовать успешные находки для экспонирования произведений современного искусства. Так, А. Лебедев пишет о равнозначности и неотторжимости виртуальных и материальных объектов современного искусства: «Типичным становится прием, когда в экспозиции выставлено произведение современного искусства, а на стоящем рядом мониторе автор демонстрирует свое творение и произносит по его поводу некоторый текст. Это выступление неверно было бы назвать «комментарием», так как в рамках эстетики постмодернизма оно оказывается равноправной частью произведения, не менее значимой, чем сам предмет, созданный руками художника» [8, с. 516].

Однако если для эстетики постмодернизма отчуждение мониторов, экранных поверхностей не представляется возможным, то в «классических» музеях все мультимедийные технологии отчуждаемы. Экранные поверхности, появившиеся в пространстве музеев, с одной стороны, становятся данью моде, но с другой – результатом и активного развития языка, и попытки стать ближе и понятнее современному зрителю. Разумеется, все мультимедийные установки можно демонтировать, от этого эстетическая составляющая музея не пострадает. Однако здесь речь идет о поиске новых способов экспонирования, расширения коллекции посредством виртуальных экспонатов и легкости доступа к информации о них. Мультимедийные технологии позволяют решить и практические задачи реконструирования утраченных (или частично утраченных) объектов культурного наследия. Однако, по мнению К. Хадсона, музеи существенно проигрывают по сравнению с телевидением и кино,

способными показать движение, поведение (если речь идет о музеях естественных наук) экспонатов. Исследователь акцентирует внимание и на преимуществе, которым обладают музеи, – обеспечении неподвижности, стоп-кадра, позволяющего рассматривать экспонат необходимое количество времени: «музей выдвигается на первый план, когда необходим неподвижный и трехмерный объект» [16, с. 73]. В связи с этим, мы можем сделать вывод, что современные музейные технологии позволяют не только расширить свою коллекцию, но и преодолеть в том числе и статичность экспонатов, «соперничая» с динамикой экранных форм, отчасти возвращаясь к традициям зрелищной культуры, сформировавшимся в древний период и подразумевающим активность взаимодействия участников действия с предметно-пространственной средой.

ИММЕРСИВНОСТЬ

«Иммерсивность» в переводе с английского означает «погружение», что в обыденной реальности выглядит как фактическое, территориальное расположение зрителя непосредственно внутри художественной среды – т.н. «когнитивное погружение в первичную медиареальность... в событийную среду» [4, с. 122–123]. На сегодняшний день иммерсивность (то ли как жанр, то ли как стилистика) у всех на слуху, в сфере театрального искусства успешны спектакли, приглашающие зрителей непосредственно внутрь игровой реальности. В пространстве иммерсивных постановок «размывается грань между сценой и залом, актером и зрителем, созерцанием и действием. Сохраняется только граница между внешним, привычным миром и игровым художественным пространством»⁽²⁾. Однако деформируются не только привычные границы, но и восприятие самих зрителей: так, исследователи отмечают и «усиление эмоционального восприятия и изменения сознания» [7, с. 50], и провокацию зрителя, «выведение из „зоны комфорта“, приведение аудитории к эмоциональную взрыву» [11, с. 142].

(2) Лялинская М. Что такое иммерсивный театр? // 13.12.2016 Официальный сайт сетевого издания TimeOut. URL: <http://www.timeout.ru/msk/feature/465269> (дата обращения 15.05.2019).

Авторы иммерсивных шоу предлагают получить уникальные личностные впечатления в парадоксальных условиях зрительского аншлага. «Не надо постоянно ходить за большинством зрителей. В отдаленных уголках особняка таится много секретов, которые стоит раскрыть, они ждут вас», – так советует режиссер «Вернувшихся» Мия Занетти⁽³⁾. Можно говорить о сцеплении понятия иммерсивности с позиционированием проекта как элитарного, неординарного.

Всевозрастающая потребность в иммерсивности связана с общей тенденцией культурной демассофикации и перестройкой культурных схем [15]. Многие культурные явления преобразуются в «нишевые» продукты. Отказ от массовости вызван, как нам кажется, потребностью ограничивать, фильтровать информационные потоки. В связи с этим в социокультурной среде возникает парадокс: становятся актуальны и востребованы мультимедийные, по содержанию массовые, продукты, но создающие эффект эксклюзивности и более того – персонального «подхода». Эта задача часто решается именно посредством физического погружения реципиента внутрь материи произведения искусства, в пространство пьесы, внутрь объекта репрезентации.

В современных иммерсивных спектаклях передвижениям персонажей сопутствуют и передвижения зрителей, как, например, в совместной работе режиссеров Виктора Карина и Мии Занетти «Вернувшиеся» (по мотивам пьесы Г. Ибсена «Привидения»). В каждой из 50 комнат особняка Дашкова происходит свое действие. Зрители, лица которых закрыты масками, вольны в своих передвижениях. Серые маски, не имеющие отверстия для рта, делают зрителя участником действия, наделяя ролью безликой толпы привидений.

1) Однако существенной характеристикой художественной среды «Вернувшихся» становится именно вынужденная поведенческая пассивность зрителей. Они должны передвигаться именно так, как того требует представление, они не могут переговариваться, пользоваться смартфонами и не должны активно, импровизационно воздействовать на среду своего пребывания.

2) Как ни странно, в иммерсивных спектаклях можно отметить полное отсутствие интерактивности. Погружая своего зрителя в моделируемую среду, авторы иммерсивных шоу «отсекают» его от обыденной реальности, усиливая иллюзию всевластия художественной монореальности.

Все отмеченные нами особенности иммерсивной среды «Вернувшихся» парадоксальным образом не влияют на смысл постановки. Подразумевается, что зритель так или иначе знаком с сюжетом пьесы, а выпадающие из индивидуального поля зрения сцены мало влияют на восприятие постановки в целом. Сюжет не влияет на художественную среду, а становится лишь поводом, одним из игровых условий средового зрелища.

Безусловно, подобные иммерсивные спектакли реализуют и тенденцию современной культуры: подарить зрителю уникальные впечатления от потребления персонального продукта. Как подмечает Е.В. Васенина, «в спектакле-аттракционе зритель не прикован к креслу, выбирает свой маршрут в рамках заранее заданного пространства и получает персональный спектакль, так как точку взгляда на происходящее каждую минуту формировал индивидуально» [3].

1. Современные иммерсивные спектакли в некоторой степени возрождают пространственные принципы, характерные для средневековых площадных представлений с их симультанностью и свободой передвижения зрителя [2, с. 81–85].

2. В иммерсивном шоу «Безликие» (Мигель и Мия Занетти) действие разворачивается одновременно на четырех этажах особняка Санкт-Петербурга, зрители так же имеют возможность выбирать сценарий своих передвижений. С одной стороны, посетитель шоу получает уникальные впечатления, с другой стороны, создается ощущение, что большая часть самого представления прошла мимо него. Персонажи шоу, кроме главных героев Освальда и Джоанны, не имеют имен, образы предельно обобщены и типизированы: доктор, мошенник, оккультист, актриса, пастор, капитан, швея и др. Некоторые персонажи пьесы отсылают к маскам комедии дель арте, что, безусловно, усиливает связь современного иммерсивного шоу с принципами карнавного шествия, правда, лишенного своей праздничности. Все участники (в том числе и зрители) двигаются

(3) Официальный сайт иммерсивного шоу «Вернувшиеся». URL: <https://dashkov5.ru/immersive/> (дата обращения 15.05.2019).

по заданным маршрутам, облачены в маски, обозначающие архетипические, собирательные образы.

3. Главным нововведением «Безликих» в этом сезоне стало три единовременных финала шоу. Подобный прием, известный театру и кино давно, актуален и для современной экранной культуры (например, фильм «Эффект бабочки», режиссеры Э. Бресс, Дж. Мэки Грубер, 2004, имеет четыре альтернативные концовки). Наиболее широко подобный прием используется в сфере компьютерных игр: Metro 2033 (4A Games, 2010), Silent Hill (Team Silent, Climax Group, Double Helix Games, etc., 1999) и др. С точки зрения экономики, подобные приемы вынуждают зрителя вкладывать в участие больше ресурсов, как финансовых, так и временных. Также они позволяют расширить пространство вымышленной реальности и наделяют реципиента правом выбора пути, по которому он может пойти.

4. Игрок в компьютерной игре наделяется сверхчеловеческими функциями по отношению к своему персонажу, судьба которого напрямую зависит от решений «хозяина». Однако для большинства компьютерных игр существует возможность «переиграть», «сохраниться», что подчеркивает факт самой игры. Погружение зрителя в пространство пьесы при утрировании его пассивной роли усиливает эффект «настоящей» реальности происходящего. Сопереживание, волнение, желание изменить событийную линию усиливаются отсутствием возможности повлиять на ее развитие.

5. Невероятная популярность иммерсивных спектаклей отзывается горькой иронией в закрытых формах искусства, рефлексиирующего над актуальными проблемами общества и культуры. Например, во втором сезоне сериала «Черное зеркало» (эпизод «Белый медведь», 2013) девушка просыпается в заброшенном помещении, но ничего не может вспомнить. Пока она мечется по городу в поисках информации о своей личности, о собственной жизни, ее повсюду преследует группа людей, неустанно снимающих ее искания на свои мобильные устройства, при тотальном отсутствии попыток помочь героине. Это пассивное (а точнее – частично активное с точки зрения преследования объекта съемки) наблюдение за чьей-то бедой, страданием, попытки снять это на мобильные устройства усиливают контраст между заинтересованностью и отсутствием сочувствия к реальным участникам.

Не только в сфере театрального искусства ведутся активные эксперименты с разной степенью погружения в моделируемую авторами художественную среду. Если в случае со спектаклями зритель «приходит» в пространство пьесы, то мультимедийные выставки формируют новую среду вокруг посетителя. На огромные полотна проецируются картины художников, позволяя детально изучить изображение (например, мультимедийные выставки в Artplay: «Ван Гог. Ожившие полотна 2.0», 2015; «От Моне до Сезанна. Французские импрессионисты», 2015; «От Моне до Малевича. Великие модернисты», 2017 и др.).

Пространство мультимедийных выставок с мягкими диванами и креслами, погруженное в полумрак, создает иллюзию пребывания посетителя в приватной среде. Конечно, реципиент осознает, что находится не дома, однако он будто приходит в гости к хорошему знакомому, в обществе которого можно ощущать себя довольно свободно. Исследователь О. Сергеева, подробно анализируя явление домостикации, в процессе которой технологии становятся неотъемлемой частью повседневности, отмечает, что «дом цифровой эпохи заключает в себе двойные возможности: он, с одной стороны, воспроизводит сферу частной жизни, а с другой – дает выход за пределы рутины повседневности» [14, с. 275], посредством экрана компьютера, в первую очередь. В случае с мультимедийными музейными экспозициями происходит похожий процесс. Вместе с иллюзией пребывания в приватном пространстве посетитель, тем не менее, получает весь «веер» эмоций от посещения общественной «территории культуры».

Однако попытка создания среды с аурой приватности для проведения культурного досуга, не впервые появляется на авансцене. Так, Т.Ю. Юренева отмечает, что в эпоху Ренессанса активно создавались специальные кабинеты для литературных, философских занятий в обществе близких людей: «оформленный с глубоким идейным подтекстом и сильными мусическими мотивами, наполненный предметами античной эпохи и предназначенный прежде всего для проведения „ученого досуга“ студиоло, таким образом, становится реминисценцией античного мусейона» [18, с. 85].

Относительно обстановки, в которую попадает посетитель мультимедийной выставки, можно заметить некоторую аналогию и с залом кинотеатра: те же мягкие кресла, звуки и яркое пятно

в пространстве – экранное полотно. Происходит естественная концентрация внимания зрителя на экранной поверхности. В связи с демонстрацией фильмов в зале кинотеатра В.И. Михалкович отмечал, что «погасший свет, отсекая „дневную“ реальность, оставляет зрителю одну-единственную „мишень“ для проекций: плоскость экрана. Поскольку она невелика в размерах, энергия, заложенная во „взрывах“ психики, фокусируется на ней, обретая тем самым повышенную мощь. Усилению служит, по Морену, и физическая пассивность зрителя, не расходующего силы ни на что другое, кроме проекций, отчего последние приобретают интенсивность» [10, с. 12]. Нечто подобное относится и к восприятию современных мультимедийных выставок. С той разницей, что реципиент мультимедиа получает гораздо большую свободу поведения, может перемещаться, видеть пространство зала, общаться – поюсторонняя реальность приглушена, но не выключена полностью, как в кинозале.

Как мы видим, современные способы экспонирования и презентации произведений искусства, с одной стороны, используют опыт других искусств и отработанных технических уловок. Однако, с другой стороны – предлагают новые принципы, противоположные традиционному отношению к музею как храму знаний, в пространстве которого подразумевается соблюдение определенных этических и поведенческих норм. Т.Ю. Юренева относительно внедрения технологий в музейную среду отмечает, что «в современную эпоху концепция музея как учреждения, стоящего на службе интересов общества, постоянно корректируется в поисках новых форм и направлений деятельности. В разрабатываемых проектах и их воплощениях музей предстает уже не хранилищем и научно-исследовательским центром, каковым его рисовала традиционная концепция, а инструментом социальных и культурных преобразований» [18, с. 471].

Искусство будто становится ближе к рядовому посетителю, пытается говорить с ним на языке современности посредством мультимедийных технологий. Очевидно, что на мультимедийных выставках не экспонируются «настоящие» картины, однако дихотомия оригинал/копия имеет такую же долгую историю, как и сам феномен музея. Уже в 141–140 годах до н.э. коллекционеры в случае недоступности оригинала считали необходимым приобрести его копию [18, с. 22]. В эпоху расцвета Римской империи активно развивалось массовое

производство копий с наиболее значимых предметов искусства [18, с. 31]. Столь активное тиражирование позволило некоторым из копий сохраниться до наших дней.

В начале XX века Вальтер Беньямин, размышляя о феномене технического воспроизведения произведений искусства, пришел к неутешительному выводу об утрате копией уникальной ауры [1, с. 15–65]. Однако в моделируемом мультимедийными технологиями пространстве музея формируется своя, уникальная аура. Посредством музыки, появляющихся надписей, комментариев формируется новая среда пребывания «нового» произведения искусства, состоящего из сплава разных искусств.

Подробно рассматривая платоновское понимание ситуации модель/оригинал, П.А. Плюто заключает, что «ситуация модель/оригинал сводится к тому, что *виды* – идеи/модели всех вещей – как они *видятся* изнутри культуры – становятся оригиналами, а сами эти вещи – *моделями* собственных *видов* (картина с видом гавани – *оригинал*, а сама гавань – с которой рисовалась эта картина – лишь *модель*)» [12, с. 19]. По нашему мнению, эта же концепция лежит в основе мультимедийных выставок. Но в качестве модели выступают картины художников, а проецируемое на экранные поверхности изображение приобретает качество оригинала.

Новейшие формы и размеры модернизированных копий (зачастую изрядно превышающих размеры экранов домашних компьютеров) призваны не отвлекать от факта виртуальности и отсутствия оригинала, а создать эффекты «оригинальной копии», «концептуальной копии» и «композиции копий», но в рамках данной статьи мы не касаемся вопроса отношения копии, оригинала и его виртуального отпечатка.

Мультимедийные выставки полностью соответствуют определению многосредовости: сопровождаются музыкой, создающей атмосферу, отличную от обыденной реальности музея, поясняющими надписями и комментариями или экскурсионным рассказом. В связи с популярностью подобных мультимедийных выставок, Фр. Пенц склонен воспринимать музеи как лаборатории изменений, в границах которых цифровые технологии мирно уживаются с «классическим» экспонированием: «интерактивные экраны воплощаются в архитектуре как современные артефакты, а аудиогиды транслируют

как экскурсионный рассказ, так и описание культурных артефактов» [23, с. 295].

Помимо эффекта погружения в пространство произведения искусства, естественным образом возникает и «феномен эстетической выделенности» [5, с. 110], то есть фрагментация полотна. На каждый отдельный экран проецируется часть картины, таким образом приобретающей потенциальную самостоятельность и функцию гиперссылки по отношению к другим фрагментам. Л. Манович отмечает, что «принцип гиперссылки, лежащий в основе большинства интерактивных средств массовой информации, олицетворяет собой процесс ассоциации, который часто считается центральным для человеческого мышления. Ментальные процессы отражения, решения проблем, отзыва и ассоциации экстернализируются, приравниваются к следующей ссылке, переходу на новую страницу, выбирая новое изображение или новую сцену» [22, с. 61].

Фрагментации в современной культуре подвергаются не только артефакты, но и сам человек. Так, И.А. Мальковская отмечает, что «всеобщая коммуницируемость (проницаемость для коммуникации) социального, политического, информационного пространств, делает коммуникацию прерогативой не столько человеческого мира, сколько социально-технологического, информационного универсума, по отношению к которому человек с его прирожденным навыком коммуникации выступает то как функция, то как объект, то как атрибут, то как клиент, то как электорат, то как потребитель. Во всех случаях человек востребуется лишь частично, в зависимости от того, какой „фрагмент“ сегодня нужен коммуникации» [9].

Перед создателями мультимедийных инсталляций стоит задача создать эффект максимального включения зрителя в проецированное пространство, поместить его «внутри» транслируемого мира. Например, инсталляция в Москвариуме⁽⁴⁾ погружает зрителя в подводный мир. На множестве экранов (снизу, со всех сторон) проецируется морская глубина, на которой хозяйничают акулы. Конечно, степень вовлечения зрителя относительно небольшая (по сравнению с другими видами мультимедийных представлений), тем не менее



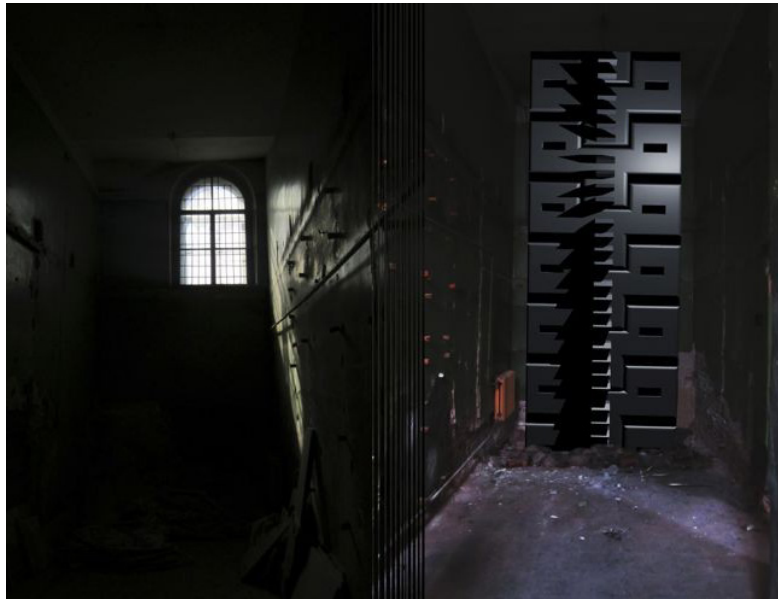
Илл. 4. Мультимедийная инсталляция в Москвариуме, Москва. Официальный сайт компании ProjectWorld.ru. URL: <http://projectorworld.ru/blog/833.html> (дата обращения 14.12.2018)

невзыскательный зритель вполне может «пощекотать нервы», подключив к происходящему изрядную долю фантазии. Инсталляция «За окном»⁽⁵⁾ (М. Свищев, А. Свибович, А. Лециус) погружает зрителя внутрь какого-то механизма, постепенно и визуальнo, и посредством музыки преобразая замкнутое пространство в легкость и свободу, льющуюся светом из окна.

Главной целью подобных мультимедийных инсталляций является погружение зрителя в изображаемое пространство и попытка вызвать особые эмоции. Пожалуй, главной особенностью подобных инсталляций становится то, что посетитель остается лишь наблюдателем.

(4) Официальный сайт проекта ProjectorWorld.ru. URL: <http://projectorworld.ru/blog/833.html> (дата обращения 12.05.2019).

(5) Официальный сайт галереи современного искусства Anna Nova. URL: <http://annanova-gallery.ru/events/event/Za-oknom-Maksim-Svishev-Andrej-Svibovich-i-Aleksandr/> (дата обращения 14.05.2019).



Илл. 5. Мультимедийная инсталляция «За окном» (Максим Свищёв, Андрей Свиблович, Александр Лециус), Санкт-Петербург. Официальный сайт галереи Anna Nova. URL: <http://annanova-gallery.ru/events/event/Za-oknom-Maksim-Svishev-Andrej-Svibovich-i-Aleksandr/> (дата обращения 25.03.2019)

Важное место в медиасреде занимают иммерсивные перформансы, погружающие человека внутрь самого себя как фигурально («Я – волнение и неизвестность», Центр современного искусства «МАРС», 2018), так и буквально (Into Yourself – Fall, А. Капур, Гетеборг, 2017). Е.В. Николаева в рамках доклада на конференции «Развлечение и искусство» делает вывод, что подобные представления, по сути, являются рефлексией о человеческом теле и выходе в тело виртуальное. Но происходит и обратный процесс, то есть делается акцент на реальности, утверждается значимость телесного начала и преваляирования «настоящих» ощущений над виртуальными. Таким образом, иммерсивность, с одной стороны, наиболее востребованный вид презентации мультимедийной продукции в силу своей понятности и «индивидуальности в подходе», но и один из самых трудных для трансляции смыслов, у которых есть опасность «утонуть» среди вариантов прихотливо усложненного взаимодействия

с аудиторией. Кроме того, заведомая фрагментация восприятия делает невозможными как полноценное прочтение содержательных линий произведения, так и саму фиксацию их наличия.

Итак, интерактивность является одним из возможных условий существования произведения медиа, которое осуществляет себя в том числе во взаимодействии с реципиентом – в диалоге с ним. Зачастую посетитель интерактивного зрелища свободен в своем решении пользоваться созданными условиями для такого диалога.

Иммерсивность как духовное, интеллектуально-эмоциональное и даже физическое погружение воспринимающего в определенный художественный мир произведения существовала всегда. Уместно будет вспомнить об особых состояниях участников ритуалов, процессий, сакральных действий, об увлеченном внимании рассказчику истории, погружении читателя в события и переживания героев романа, о волнении зрителя, следящего за театральным действием, а то и находящегося внутри него (в случае пребывания на сцене во время спектакля или в случае представления, идущего в парковой среде, на площади и пр.). Даже так называемая «четвертая стена» сценического мира была необходима именно для того, чтобы у зрителя усилилось ощущение непосредственной реальности на подмостках и потребность духовного погружения в нее.

Сегодня иммерсивность связывают прежде всего с предметно-пространственной смоделированной средой, которая призвана втягивать внутрь себя зрителя. Сама возможность и необходимость воспринимать произведение «изнутри», будучи в его пространстве, на его территории, позиционируется создателями иммерсивных произведений как уникальный эстетический опыт и главный посыл художественной формы. Но важно то, что несмотря на эффекты погружения в художественную среду, реципиенты не наделяются властью для трансформации этой среды – то есть иммерсивность не есть преамбула интерактивности.

В некотором роде популярность иммерсивных зрелищ вполне оправдана: постоянно пребывая в социокультурном интерактивном пространстве, человек устаёт от переизбытка экранных поверхностей и как следствие – информационной перенасыщенности. Возможность скинуть с себя на несколько часов бремя активности и ответ-

ственности становится особенно востребованной в современном культурном пространстве.

Несмотря на принятие зрителем всех правил иммерсивной среды, погружения эмоционального – при уже состоявшемся физическом – может и не происходить. И тогда зритель так и остается сторонним наблюдателем, силящимся успеть за разворачивающимся зрелищем.

В заключение отметим, что на сегодняшний день понятия «интерактивность» и «иммерсивность» используются в некотором смысле спекулятивно, в зависимости от требований рекламного продвижения культурного продукта. В сущности, оба явления зачатую либо перекрывают друг друга, сосуществуя, либо одно из них присутствует скорее внешне, формально, а то и лишь заявлено в рекламно-информационной продукции. Важно, что создание условий для возникновения интерактивности и/или иммерсивности не гарантирует неизбежного возникновения оных. Одной из главных черт современных мультимедийных зрелищ остается то, что реципиент в праве не принимать предлагаемых правил «игры» и самостоятельно определять степень интерактивности и иммерсивности согласно собственной индивидуальности или же сиюминутным настроениям.

Список литературы:

- 1 *Беньямин В.* Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Медиум, 1996.
- 2 *Березкин В.И.* Искусство сценографии мирового театра. Т. 1: От истоков до середины XX века. Изд. 2-е, испр. М.: Издательство ЛКИ, 2011.
- 3 *Васенина Е.В.* Театр участия: о роли «блуждающего тела» зрителей и хореографии спектаклей-«бродилек» // *Художественная культура.* № 2 (18). 2016. URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2016-2-18/yazyki/5044.html> (дата обращения 15.05.2019).
- 4 *Волкова И.И.* Виртуальная реальность и игровые коммуникации: опыт музеев и игровой индустрии // *Мультимедийная журналистика: медиакоммуникации и медиаиндустрия.* Материалы II Международной научно-практической конференции. Минск: БГУ, 2019.
- 5 *Гаспаров М.Л.* Филология как нравственность. М.: Фортуна ЭЛ, 2012.
- 6 *Деникин А.А.* Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям // *Художественная культура,* № 3, 2014. URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html> (дата обращения 01.05.2019).
- 7 *Кривоспицкая Я.В., Шутова Д.С.* Современные тенденции развития театрального искусства: виртуальность и иммерсивность // *Научные школы. Молодежь в науке и культуре XXI века.* Материалы Международного научно-творческого форума (научной конференции). Челябинск: ЧГИК, 2018.
- 8 *Лебедев А.* Виртуализация музея или новая предметность? // *Экранная культура. Теоретические проблемы /* Отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб.: Дмитрий Буланин, 2012.
- 9 *Мальковская И.А.* «Зрелищная арена» социальных практик // *Художественная культура.* № 1 (19), 2017. URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2017-1-19/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/5216.html> (дата обращения 17.04.2019).
- 10 *Михалкович В.И.* Избранные российские киносы. М.: Аграф, 2006.
- 11 *Мухин А.Ю.* Феномен иммерсивного театра // *Театральное образование и театр будущего.* Самара: СГИК, 2018. С. 142.
- 12 *Плютто П.А.* Концепция аутентичного мифа и анализ социокультурных иллюзий. М.: РГГУ, 2009.
- 13 *Сальникова Е.* Введение. Феномен трансмедийности и медиаколлекции. Подходы и методы // *Большой формат: экранная культура в эпоху трансмедийности.* Часть 1. М.: Издательские решения, 2018. С. 15–68.
- 14 *Сергеева О.* Компьютерный экран как элемент домашней повседневности // *Экранная культура. Теоретические проблемы /* Отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб.: Дмитрий Буланин, 2012.
- 15 *Стракович Ю.В.* Современная цивилизация: демассификация художественного спроса // *Художественная культура,* № 2 (18), 2016. URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2016-2-18/teoriya-hudozhestvennoy-kultury/5040.html> (дата обращения 15.03.2019).
- 16 *Хадсон К.* Влиятельные музеи / пер. с англ. Л. Мотылев. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2001.
- 17 *Шлькова О.В.* Культура мультимедиа. Уч. пособие для студентов / МГУКИ. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
- 18 *Юренева Т.Ю.* Музей в мировой культуре. М.: Русское слово – РС, 2003.
- 19 *Dewdney A., Ride P.* The New Media. Handbook. USA and Canada: Routledge, 2006.

- 20 Friedman T. Civilization and its Discontents: Simulation, Subjectivity, and Space // G. Smith (Ed.), *Discovering Discs: Transforming Space and Place on CD-ROM*. New York, 1999.
- 21 Hansen M.B.N. *New Philosophy for New Media*. London, 2004.
- 22 Manovich L. *The Language of New Media*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts. London, England, 2001.
- 23 Penz Fr. *Museums as Laboratories of Change: The Case for the Moving Image // Film, Art, New Media Museum Without Walls? // Ed. by Angela Dalle Vacche*. Palgrave Macmillan, 2012.

References:

- 1 Benjamin W. *Proizvedenie iskusstva v epohu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti* [The work of art in the age of mechanical reproduction]. Moscow, Medium Publ., 1996, pp. 15–65. (In Russ.)
- 2 Berezkin V.I. *Iskusstvo scenografii mirovogo teatra. T. 1: Ot istokov do serediny XX veka* [The art of stage design world theater. Vol. 1: From the beginnings to the middle of the twentieth century]. 2nd ed. Moscow, LKI Publ., 2011, pp. 81–85. (In Russ.)
- 3 Vasenina E.V. *Teatr uchastiya: o roli "bluzhdayushchego tela" zritelej i horeografii spektaklej- "brodilok"* [Theater of participation: the role of the "wandering body" of the audience and the choreography of walk-performances]. *Hudozhestvennaya kul'tura*, 2016, no. 2 (18). Available at: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2016-2-18/yazyki/5044.html> (accessed 15.05.2019). (In Russ.)
- 4 Volkova I.I. *Virtual'naya real'nost' i igrovye kommunikacii: opyt muzeev i igrovoy industrii* [Virtual reality and gaming communications: the experience of museums and the gaming industry]. *Mul'timedijnaya zhurnalistika: mediakommunikacii i mediaindustriya. Materialy II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Multimedia journalism: media communication and media industry. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference]. Minsk, BSU, 2019, pp. 122–123. (In Russ.)
- 5 Gasparov M.L. *Filologiya kak npravstvennost'* [Philology as morality]. Moscow, Fortuna EL Publ., 2012, p. 110. (In Russ.)
- 6 Denikin A.A. *Mul'timedia i iskusstvo: ot mifov k realiyam* [Multimedia and art: from myths to realities]. *Hudozhestvennaya kul'tura*, 2014, no. 3 (12). Available at: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html> (accessed 01.05.2019). (In Russ.)
- 7 Krivospickaya Ya.V., Shutova D.S. *Sovremennye tendencii razvitiya teatral'nogo iskusstva: virtual'nost' i immersivnost'* [Modern theatre development trends: virtuality and immersion]. *Nauchnye shkoly. Molodezh' v nauke i kul'ture XXI veka. Materialy Mezhdunarodnogo nauchno-tvorcheskogo foruma (nauchnoj konferencii)* [Multimedia journalism: media communication and media industry. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference]. Chelyabinsk, CSIC, 2018, p. 50. (In Russ.)
- 8 Lebedev A. *Virtualizaciya muzeya ili novaya predmetnost'?* [Virtualization of the museum or a new subject?]. *Ekrannaya kul'tura. Teoreticheskie problemy* [Screen Culture. Theoretical problems]. Ed. K.E. Razlogov. St. Petersburg, Dmitry Bulanin Publ., 2012, p. 516. (In Russ.)
- 9 Mal'kovskaya I.A. *"Zrelischnaya arena" social'nyh praktik* [The "entertainment arena" of social practices]. *Hudozhestvennaya kul'tura*, 2017, no. 1 (19). Available at: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2017-1-19/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/5216.html> (accessed 17.04.2019). (In Russ.)
- 10 Mihalkovich V.I. *Izbrannye rossijskie kinosny* [Selected Russian movie dreams]. Moscow, Agraf Publ., 2006, p. 12. (In Russ.)
- 11 Muhin A.Yu. *Fenomen immersivnogo teatra* [The phenomenon of immersive theater]. *Teatral'noe obrazovanie i teatr budushchego* [Theater education and theater of the future]. Samara, SSIC, 2018, p. 142. (In Russ.)
- 12 Plyutto P.A. *Koncepciya autentichnogo mifa i analiz sociokul'turnykh illyuzij* [The concept of authentic myth and analysis of sociocultural illusions]. Moscow, RGGU, 2009, p. 19. (In Russ.)
- 13 Sal'nikova E.V. *Vvedenie. Fenomen transmedijnosti i mediakollekcii. Podhody i metody* [Introduction. The phenomenon of transmedia and media collection. Approaches and methods]. *Bol'shoj format: ekrannaya kul'tura v epohu transmedijnosti. Chast' 1* [Big format: screen culture in the era of transmedia. Part 1]. Moscow, Izdatel'skie resheniya Publ., 2018, p. 35. (In Russ.)
- 14 Sergeeva O. *Komp'yuternyj ekran kak element domashnej povsednevnosti* [Computer screen as an element of everyday life]. *Ekrannaya kul'tura. Teoreticheskie problemy* [Screen Culture. Theoretical problems]. Ed. K.E. Razlogov. St. Petersburg, Dmitry Bulanin Publ., 2012, p. 275. (In Russ.)
- 15 Strakovich Yu.V. *Sovremennaya civilizaciya: demassifikaciya hudozhestvennogo sprosa* [Modern civilization: the artistic demand for mass distribution]. *Hudozhestvennaya kul'tura*, 2016, no. 2 (18). Available at: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2016-2-18/teoriya-hudozhestvennoy-kultury/5040.html> (accessed 15.03.2019). (In Russ.)
- 16 Hudson K. *Vliyatel'nye muzei* [Museums of influence], transl. by L. Motylev. Novosibirsk, Sibirskij hronograf, 2001, p. 73. (In Russ.)
- 17 Shlykova O.V. *Kul'tura mul'timedia. Uchebnoye posobie dlya studentov* [Multimedia culture. Textbook for students]. Moscow, MSIC, FAIR-PRESS Publ., 2004, p. 10.
- 18 Yureneva T.Yu. *Muzej v mirovoj kul'ture* [Museum in world culture]. Moscow, Russkoe slovo – RS Publ., 2003.
- 19 Dewdney A., Ride P. *The New Media. Handbook*. USA and Canada, Routledge, 2006, p. 213.
- 20 Friedman T. Civilization and its discontents: Simulation, subjectivity, and space // G. Smith (ed.), *Discovering discs: Transforming space and place on CD-ROM*. New York, 1999, p. 137.
- 21 Hansen M.B.N. *New Philosophy for New Media*. London, 2004, pp. xxi, 50.
- 22 Manovich L. *The Language of New Media*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts. London, England, 2001, p. 61.
- 23 Penz Fr. *Museums as Laboratories of Change: The Case for the Moving Image. Film, Art, New Media Museum Without Walls?* Ed. by Angela Dalle Vacche. Palgrave Macmillan, 2012, p. 295.