

УДК 7: 004

DOI: 10.18384/2310-7227-2016-3-47-53

СОЦИАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА WEB 2.0 И ЦИФРОВЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОБЪЕКТЫ

Завьялов А.С.*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, улица Радио, д. 10 А, Российская Федерация*

Аннотация. В представленной статье рассматриваются ключевые социальные характеристики Интернета «второго поколения», а также наполняющие его цифровые объекты, способные приобрести статус художественной работы. Исследуя особенности Web 2.0, автор упоминает такие его качества, как активная роль пользователя в создании собственного контента и расцвет любительства, свободное от классических институтов дистрибуции распространение творческих работ, превалирование коммуникативной составляющей над информационной; рассматриваются примеры самоорганизации в сети. Говоря о цифровых объектах, автор определяет и описывает три класса: программы как результат программирования, файлы как результат работы программ и файлы оцифровки-цифровизации.

Ключевые слова: Web 2.0, социальные характеристики, цифровое искусство, цифровые объекты.

WEB 2.0 SOCIAL CHARACTERISTICS AND DIGITAL ARTWORKS

A. Zavyalov*Moscow State Regional University
10 A, Radio Street, Moscow, 105005, Russian Federation*

Abstract. The article deals with the «the second generation» Internet social characteristics and digital objects which are capable of becoming artworks. The author mentions such Web 2.0 characteristics as the user's active role in making their own content and the blossom of amateurship, independent distribution of creative works, and predominance of a communicative component over informative one. The author also studies examples of self-organization on the Internet. Three classes of digital objects are described: programs as a result of programming, files as a result of the programs at work and digitalization files.

Key words: Web 2.0, social characteristics, digital art, digital objects.

В разные периоды времени сформировались несколько концепций работы Интернета, условно обозначаемых как Web 1.0, Web 2.0 и Web 3.0 [1, с. 87–89].

Парадигма Web 1.0 была актуальна в 1990-х гг. и заключалась в отведении основной роли создателя контента профессионалам. Функция рядового пользователя ограничивалась потреблением предоставляемой ему информации. В

результате, главная характеристика первой версии сети – направленность на распространение информации при отсутствии полноценной обратной связи.

Пришедшая на смену Web 1.0 в 2000-х гг. концепция Web 2.0 предоставляет пользователю на порядки бóльшую свободу. Теперь Интернет – это место, где пользователь способен создавать собственные Интернет-ресурсы и генерировать свой оригинальный контент. Задача технических специалистов на данном этапе заключается в предоставлении наиболее удобных инструментов реализации творческих и коммуникативных задач пользователя. Одним из наиболее значимых примеров таких инструментов в Web 2.0 являются специализированные социальные сети, подобно *You-Tube*, *Last.fm*, *DeviantArt*, *SoundCloud*, и множество других.

Одна из версий пока только перспективной концепции Web 3.0 опирается на скорое внедрение в Интернет технологий облачных вычислений, искусственного интеллекта, семантической паутины (*semantic web*) и Интернета вещей (*Internet of things*).

Исходя из того, что Web 2.0 с некоторыми элементами Web 3.0 является текущим состоянием Интернета, остановимся более подробно на нескольких его социально значимых характеристиках. В первую очередь Web 2.0 характеризуется активной ролью рядовых пользователей в генерации собственного контента. Любителями создаётся множество фото- и видеоматериалов, литературных работ, анимации, продукции фан-арта и любительской журналистики, аналогов теле- и радиовещания, непрофессионального

перевода книг, кинопродукции и т.д. Доступные цифровые фото- и видеокамеры, в связке с персональным компьютером и современным ПО, позволили создавать работы, иногда сильно сближающиеся по качеству с профессиональными. Аналогично любительское сочинение музыкальных композиций обладает почти схожими возможностями работы со звуком, что и в профессиональных аналогах, тем более что год от года разработчики совершенствуют свои программные продукты, делая их всё более «дружелюбными» по отношению к новым потребителям. Прогресс компьютерных технологий в некоторых областях культурного производства позволил сжать производственные мощности до размеров одного персонального компьютера: если ранее, к примеру, для создания анимированного ролика требовались студии и даже крупные исследовательские институты, то теперь можно обойтись одной из множества доступных обычному пользователю компьютерных программ.

Любительская созидательная деятельность неразрывно связана с представившимися возможностями Web 2.0 для дистрибуции такого контента. Необходимо упомянуть о возможностях распространения по новым каналам дистрибуций, которые не зависят от существующих специализированных институтов. Подобными каналами, в массе своей, являются различные предназначенные для определённого контента социальные сети. Таким образом, Интернет-площадка предоставляет технические возможности для размещения и продвижения пользовательской медиа-продукции, но непосредственная деятельность

по распространению реализуется самим автором. В этом случае уместно утверждение Дэна Гиллмора (Dan Gillmor), сформулированное в контексте обсуждения гражданской (или народной) журналистики, о том, что в реалиях Web 2.0 обычные пользователи могут «самими быть медиа» (цит. по: [3, с. 90]). В результате цифровая версия объекта может быть вынесена на суд самой широкой публики, распространена с молниеносной скоростью без необходимости обращения за помощью к посредникам между автором и его аудиторией.

Важной чертой, отличающей Интернет «второго поколения», является его превращение из среды информационной в большей степени в пространство коммуникации. Это означает преобладающую направленность на коммуникативный аспект пребывания пользователя в сети, его активную роль и смену парадигмы распространения информации «от одного ко многим» схемами «от многих к одному» и «от многих ко многим» [3, с. 92]. Подобная разница в теории массовой коммуникации обозначена англоязычными терминами как «пулл» (*to pull – тянуть*), т.е. для получения информации реципиенту необходимо самому приложить усилия к поиску и интерпретации подвижной, изменяющейся информации, взамен ситуации, описываемой термином «пуш» (*to push – толкать*), когда коммуникация инициируется источником информации, как это происходит в печатной прессе, радио, телевидении и т.д., при этом коммуникация является пассивной, передаваемый контент зафиксированным, а сам канал передачи осуществляет трансляцию вне

зависимости от нужд конкретного реципиента.

Коммуникативная направленность обуславливает возможность Интернета выступать в роли объединяющей силы, основой для множества онлайн-сообществ и социальных сетей, организованных самими пользователями. Активное взаимодействие и организация «снизу» – наиболее явные коммуникативные черты, характеризующие Web 2.0. Мобильные приложения и Интернет-сервисы, подобно *YouTube, Flickr, 500px.com, Instagram, eBay, Twitter, Facebook, Vk.com*, и множество других, использующих функционал технологий Web 2.0, просто не могли бы существовать в своём текущем виде без взаимодействий самих пользователей и пользовательского контента.

Помимо налаженных каналов обмена опытом, информацией, творческими работами и возможностей взаимодействия с собственной аудиторией, онлайн-сообщества приобретают всё более организованную форму и занимают в большей мере активную социальную позицию, чем во времена доцифровых каналов коммуникации. В качестве примера можно привести фан-сообщества. Так, согласно американскому философу и культурологу Генри Дженкинсу (Henry Jenkins), если фанаты прошлого были менее активны и коммуникабельны, более разрознены и изолированы друг от друга и в целом не в такой степени заметны для окружающих, то их современные единомышленники, в противоположность своим предшественникам, функционируют в тесной связи друг с другом и активно заявляют о своей деятельности (цит. по: [3, с. 117]). Примечателен момент в наблюдении Г. Дженкин-

са, что если фанаты прошлого были предрасположены скрывать и оправдываться из-за своих пристрастий, то нынешние открыто заявляют об увлечениях, активно защищая свои вкусы и отстаивая свои права на свободное выражение интересов.

Обсуждая феномен кооперации в Web 2.0, можно отметить широко используемый принцип “wiki”, т.е. создание различных статей энциклопедического характера силами рядовых пользователей. Отличительными особенностями подобных материалов становятся отсутствие редакции со стороны какого-либо центрального редакционного совета, создание и управление на добровольных началах самыми разными людьми вне зависимости от своего географического положения, открытость доступа, безвозмездность пользования и т.д.

Частным случаем wiki-сотрудничества является практика фолксонмии (“folksonomy”), или народной классификации, суть которой заключена в систематизировании информации путём присвоения цифровым объектам особых меток, называемых «тегами». Примерами подобных сервисов могут служить *Last.fm*, *Discogs* и *SoundCloud*, где пользователи классифицируют музыкальные композиции и артистов, или *DeviantArt* – классификация уже для изобразительных практик и т.д.

Интернет конфигурации Web 2.0 предоставляет эффективные механизмы коллективного сотрудничества добровольцев не только в производстве, распространении и потреблении цифровой продукции. Возрастающую популярность начинают приобретать явления краудфандинга (англ. “crowd

funding” – *народное финансирование*) и краудсорсинга (англ. “crowdsourcing” – *использование ресурсов толпы*), заключающихся в финансовой, творческой и иной поддержке людей или организаций другими людьми, например, для содействия политическим инициативам, предоставления ресурсов для запуска новых производств и реализации предпринимательских идей, помощи в разработке свободного программного обеспечения, проведения научных экспериментов, преодоления последствий стихийных бедствий и т.д.

Помня о качестве изменчивости цифровых данных, считаем целесообразным определить три наиболее часто встречающихся рядовому пользователю в сети Интернет класса цифровых объектов, способных обрести художественную ценность, и распространённых средств их создания: 1) программа (код), написанная с использованием языков программирования, 2) файл (данные), созданный с использованием специализированного ПО, и 3) файл (данные), полученные в результате использования программно-аппаратных комплексов оцифровки и цифровизации.

Программы могут применяться в виде управляющих инструкций, как это происходит в роботизированных скульптурах кибернетического искусства, либо в качестве законченных цифровых объектов, готовых породить другие цифровые объекты-файлы или управлять ими. Программа как результат обладает наибольшей функциональностью и возможностями из всех представленных классов цифровых объектов за счёт раскрывающегося в полной мере качества программируемости цифрового инфопр-

странства. К результатам-программам может быть отнесено всё множество прикладного, системного и инструментального ПО, в том числе и «художественное программное обеспечение» (“artistic software”). По мнению О. Горюновой и А. Шульгина, разница между прикладным и художественным ПО заключена в том, что «если стандартные программы являются инструментами, обслуживающими чисто прагматические цели», то «результат работы художественных программ часто находит себя вне прагматического и рационального» (цит. по: [2, с. 43]).

Касаясь вопроса о роли пользователя во взаимодействии с программным продуктом, Д.П. Ханолайнен определяет две группы программ: *замкнутые* и *открытые* [4, с. 106–107]. К *замкнутым* исследователь относит программы хоть и подразумевающие некоторую нелинейность, но, тем не менее, сильно ограничивающие пользователя, который реализует один из заложенных в программу программистом сценарий. Но даже в этом случае замкнутая программа необязательно является примитивной, она способна, например, реализовывать особые схемы взаимодействия для каждого пользователя персонально. Таким образом, однозначная функциональная определённость программы её автором и вытекающая из этого ограниченность пользователя при выборе своих действий приводят к сдерживанию его творческой инициативы, а значит, невозможности для реципиента создать свой, в полной мере независимый от программиста художественный продукт.

Открытые программы, напротив, характеризуются функциональной

насыщенностью, отсутствием единого сценария, а также открытостью и неограниченной множественностью конечных результатов. Открытые программы не сковывают пользователя, предоставляя ему самому выбирать, как и с какой целью использовать программу. В таком случае, роль пользователя может быть сопоставима с ролью художника, а сам результат взаимодействия человека и программы может быть понят как новое произведение. В качестве примеров открытых программ Д.П. Ханолайнен приводит графические редакторы, схожие по своим потребительским качествам с *Adobe Photoshop* или *CorelDRAW* [4, с. 107].

Вслед за программами пространство сети содержит множество результатов-файлов выполнения этих программ, в большей мере рассчитанных на собственное воспроизведение, нежели на генерацию другого контента. К ним относятся файлы музыкальных произведений, изображений, текстовые и видеофайлы, файлы 3D-моделирования и т.д. – в общем, всё то, что пользователь может создать, используя инструментарий программного обеспечения. Особую исследовательскую значимость подобные файлы приобретают за счёт возможности хранения в массивных цифровых базах данных, а также благодаря таким дистрибутивным качествам, как простой доступ и высокая скорость передачи вне зависимости от географического положения.

Наконец, последний случай касается цифровых файлов, полученных в результате оцифровывания материальных аналогов, т.е., в отличие от предыдущего случая, источником информации является не цифровой объект

(программа), но предметы реального мира. Целесообразность выделения оцифровки в отдельный случай заключена в масштабности и значимости данного феномена, позволяющего включать в цифровое инфопространство Интернета культурный материал прошлого и аккумулировать новые культурные объекты.

В данном случае процесс получения цифровой копии не сводится только лишь, к примеру, к сканированию уже готовых текстовых и фотодокументов или переводу видеофильмов из аналогового в цифровой формат, но подразумевает получение новой информации и её

обработки с любых цифровых сенсоров, в том числе матриц фото- и видеотехники, аудиооборудования и т. д, способных регистрировать параметры реального мира. Таким образом, под *оцифровкой*, или, скорее, *цифровизацией*, будем понимать вообще все процессы получения цифровых «слепков» объектов и феноменов материального мира, включая практики фото- и киноискусства, когда цифровой культурный объект не есть абсолютно достоверная копия аналогового, но новая и оригинальная версия реального мира, изначально зафиксированная цифровыми данными.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Галкин Д.В. От кибернетических автоматов к искусственной жизни: теоретические и историко-культурные аспекты формирования цифровой культуры: дис. ... докт. филос. наук. Томск, 2013. 270 с.
2. Ерохин С.В. Эстетика цифрового компьютерного изобразительного искусства: дис. ... докт. филос. наук. М., 2010. 360 с.
3. Соколова Н.Л. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик: дис. ... докт. филос. наук. Самара, 2010. 354 с.
4. Ханолainen Д.П. Компьютерное искусство как проблема морфологии искусства: дис. ... канд. филос. наук. Петрозаводск, 2014. 168 с.

REFERENCES:

1. Galkin D.V. Ot kiberneticheskikh avtomatov k iskusstvennoi zhizni: teoreticheskie i istoriko-kul'turnye aspekty formirovaniya tsifrovoi kul'tury: dis. ... dokt. filos. nauk [From the cybernetic machines to artificial life: a theoretical, historical and cultural aspects of digital culture: a PhD thesis in Philosophy]. Tomsk, 2013. 270 p.
2. Erokhin S.V. Estetika tsifrovogo komp'yuternogo izobrazitel'nogo iskusstva: dis. ... dokt. filos. nauk [The aesthetics of digital fine arts: a PhD thesis in Philosophy]. M., 2010. 360 p.
3. Sokolova N.L. Populyarnaya kul'tura v epokhu «novykh» media: sotsial'nyi analiz kul'turnykh praktik: dis. ... dokt. filos. nauk [Popular culture in the age of new media: social analysis of cultural practices: a PhD thesis in Philosophy]. Samara, 2010. 354 p.
4. Khanolainen D.P. Komp'yuternoe iskusstvo kak problema morfologii iskusstva: dis. ... kand. filos. nauk [Computer art as a problem of the morphology of art: a PhD thesis in Philosophy]. Petrozavodsk, 2014. 168 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Завьялов Алексей Сергеевич – аспирант кафедры философии Московского государственного областного университета;
e-mail: alyzav@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Aleksey Sergeevich Zavyalov – Post-graduate Student of the Philosophy Department,
Moscow State Regional University;
e-mail: alyzav@gmail.com

БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

Завьялов А.С. Социальная характеристика Web 2.0 и цифровые художественные объекты // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2016. № 3. С. 47–53.
DOI: 10.18384/2310-7227-2016-3-47-53

BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

Zavyalov A.S. Web 2.0 Social Characteristics and Digital Artworks // Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Philosophy. 2016. № 3. P. 47–53.
DOI: 10.18384/2310-7227-2016-3-47-53