

# Интернет как форма творчества и обучающий инструмент

Шлыкова О.В.

Московский государственный университет  
культуры и искусств, Москва

## Текст доклада

Интернет можно рассматривать не только как уровень высокоскоростных технологий, но как историю имиджей, как искусство, образ декорации, где особое место принадлежит наглядно-образным способам передачи информации: компьютерная графика, анимация, видео и т.д.

Из существующих подходов к Интернет как форме художественного выражения и творчества можно выделить несколько, каждый из которых оттеняет ту или иную ее грань.

Интернет художественно выражает и одновременно отражает художественное содержание. Например, цветы, картины и т.д. могут быть созданы без применения интернет-технологий, но последние используются для их транслирования.

Интернет - форма художественного выражения и творчества новыми средствами:

Культура каждого времени вырабатывает свою версию мира, определяя способы поведения, типы реагирования, формулы существования, т.е. психологический каркас личности, ее «интеллектуальный профиль». Человек стремится каким-то адекватным способом создать себе простую ясную картину мира. Это не только для того, чтобы преодолеть мир, в котором он живет, но и для того, чтобы в известной мере попытаться заменить этот мир созданной им картиной. На эту картину и ее оформление человек переносит центр тяжести своей духовной жизни, чтобы в ней обрести покой и уверенность, которые он не может найти в слишком тесном, головокружительном круговороте собственной жизни [\[1\]](#).

Как отмечают исследователи Интернет, специалистам в области цифровых технологий придется пересматривать почти все, к чему они привыкли в своей прежней практике, потому что любая информация может появляться где угодно и когда угодно. Сугури Исизаки (Suguri Ishizaki), преподаватель коммуникативного дизайна из университета Карнеги-Меллона, Питсбург (штат Пенсильвания), утверждает, что контент непрерывно меняется, а получатели информации находятся каждый в своих уникальных условиях. Поэтому методология проектирования «сверху вниз», являвшаяся основой массовой культуры на протяжении более столетия, уже неприменима. Чтобы успеть за непрерывно меняющейся действительностью, истинному художнику необходимо вырабатывать все новые и новые приемы деятельности, перенимая способность к импровизации у танцоров и музыкантов. Не исключено, что завтра кто-то, проснувшись, захочет прочитать накопившиеся за ночь почтовые сообщения, прогнозы погоды и биржевые сводки на стене или на доньшке чашки утреннего кофе. Эта мысль не менее интересно развивается Биллом Хиллом (Bill Hill), одним из руководителей компании MetaDesign из Сан-Франциско (штат Калифорния): задача дизайнеров заключается в том, чтобы заглядывать за границу нынешней культуры и осваивать опыт принципиально иного бытия, проистекающего в эмоциональном измерении [\[2, с.13\]](#).