

УДК 008 + 7.01
ББК 71.0 + 87.815

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.2-23-41
received 31.05.2020, accepted 26.06.2020

ГРИГОРИЙ ЛЬВОВИЧ ТУЛЬЧИНСКИЙ

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» — Санкт-Петербург,
Санкт-Петербург, Россия
ResearcherID: B-8509-2016
ORCID: 0000-0002-5820-7333
e-mail: gtul@mail.ru

ЭСТЕТИКА [НЕ]ИСЧЕЗАЮЩИХ ПЕРЕЖИВАНИЙ: ГЛУБОКАЯ СЕМИОТИКА СОВРЕМЕННЫХ ЭКРАННЫХ АТТРАКЦИОНОВ¹

Аннотация. Эстетизация — суть концепция теории и практики осмысления действительности посредством неутилитарного восприятия и переживания, которые выводят за рамки обыденного опыта. На этом основана привлекательность как артефактов художественного творчества, так и искусства в целом — как социально-культурной практики. XX столетие принесло расширение эстетизации на сферу повседневного опыта — вплоть до массового потребления и публичной политики. Однако в наши дни ситуация радикально изменилась — сама повседневная практика предстала остранным на экранах мониторов компьютеров и гаджетов. Современная экранная культура в немалой степени способствует дальнейшей радикальной трансформации эстетизации. Речь идет о двух взаимосвязанных процессах. Первый процесс связан со сменой акцентуации в трансляции содержания артефактов: от трансляции устойчивого социального значения к фиксации и трансляции текучих личностных смыслов (эмоций и переживаний).

¹ Данная работа выполнена в рамках исследования «Механизмы смыслообразования и текстуализации в социальных нарративных и перформативных дискурсах и практиках» при поддержке гранта РНФ № 18-18-00442 в БФУ им. И. Канта.

Второй процесс связан с ускорением таких трансляций, мало доступных для осмысления и рефлексии. В результате презентация социального жизненного опыта, его понимание и осмысление редуцируется к потоку обработки оцифрованных данных. Тем самым, трактовка эстетизации в наши дни испытывает серьезный вызов. Либо сам этот поток данных, «остраняющих» реальность представляемых на экранах мониторов и гаджетов, буквально и есть эстетизация. Либо фактическая десубъективация этого потока элиминирует эстетизацию. Тем самым, с одной стороны, актуальной становится задача комплексной гуманитарной экспертизы упомянутых процессов. С другой стороны, если весь мир есть поле художественного осмысления, то нынешние технологии экранной презентации этого поля позволяют ставить вопрос о возрождении практики и института парресии как личной ответственности за участие в этом потоке презентаций.

Ключевые слова: аттрактивность, глубокая семиотика, неутилитарное восприятие, парресия, переживания, цифровизация, экранная культура, эстетизация

GRIGORII L. TULCHINSKII

National Research University Higher School of Economics,

St. Petersburg, Russia

ResearcherID: B-8509-2016

ORCID: 0000-0002-5820-7333

e-mail: gtul@mail.ru

AESTHETICS OF [NON-] VANISHING EXPERIENCES: DEEP SEMIOTICS OF MODERN SCREEN ATTRACTIONS²

Abstract. Aesthetization is the concept of the theory and practice for understanding reality through non-utilitarian perceptions and experiences that go beyond ordinary experience. This is what the attractiveness of artifacts of both artis-

² This work was carried out as part of the study “Mechanisms of semantic formation and textualization in social narrative and performative discourses and practices” supported by the Russian Science Foundation grant No. 18-18-00442 in the Immanuel Kant Baltic Federal University.

tic creation and art as a whole—as a socio-cultural practice—is based on. The twentieth century has brought the expansion of aesthetization into the sphere of everyday experience—up to mass consumption and public policy. However, today the situation has changed radically: the everyday practice itself has appeared defamiliarized on the screens of computers and gadgets. Contemporary screen culture contributes heavily to a further radical transformation of aesthetization. This involves two interconnected processes. The first process is associated with a changing emphasis in the translation of the artifacts content: from translating a stable social significance to fixation and translation of fluctuating personal emotions and experiences. The second process is related to the acceleration of such translations, which are hard to be comprehended and reflected. As a result, the presentation of social life experience, its understanding and comprehension is reduced to processing of digitized data streams. Therefore, the interpretation of aesthetization is a real challenge today: it is either these data streams on the screens of computers and gadgets that make our reality “defamiliarized” is aesthetization; or de-subjectification of such data streams eliminates aesthetization. Thus, on the one hand, a complex humanitarian expertise becomes urgent for analyzing these processes. On the other hand, if the whole world is a field for artistic comprehension, then the current life presentation technologies allow us to raise the question about the revival of the parrhesia institution as a personal responsibility for participating in such a stream of presentations.

Keywords: anesthetization, attractivity, deep semiotics, digitalization, experiences, non-utilitarian perception, parrhesia, screen culture

ВВЕДЕНИЕ

Коронавирусная пандемия как будто специально пришла для того, чтобы человечество ускоренно «переселилось» в экранную действительность. Бизнес, наука, образование, политика, искусство, личная жизнь стали непрерывным экранным аттракционом. Работа, отдых, образование, наука, творчество, политика, личная жизнь предстали в едином универсальном формате сидения перед экраном.

Экран и его предтечи (доска, стена, скала, страница), на которые наносились знаки (рисунки, символы, надписи, тексты) — аттракционы в самом буквальном смысле слова, как артефакты, привлекательные (аттрактивные) опытом усиления чувств, переживаний. И все они, так или иначе, порождают свою эстетику. Каждая из таких эстетик предстает как

концепция теории и практики осмысления посредством обостренно не-утилитарного восприятия и переживания, выводящего за рамки обыденного опыта — вплоть до катарсиса, переживания сопричастности универсуму. Не случайно эстетика связывалась и связывается прежде всего с искусством и восприятием его артефактов художественного творчества. И главной отличительной чертой такого отношения к миру, согласно В. Лессингу и М. Кагану, Э. Берку и Ю. Бореvu, является именно возвышенная неутилитарность, выделенность из прагматичной функциональности — акцентированная бескорыстность, как отмечал И. Кант. Неутилитарность искусства — одна из аксиом эстетики с самого начала ее формирования, определяет суть эстетического. Как полушутливо заметил американский специалист по рекламе и PR Э. Райс, искусство — это то, что не имеет практического смысла и стоит неадекватно дорого.

С одной стороны, охотничий лук, пила, ложки и многие другие орудия труда, инструменты, предметы обихода могут использоваться не по «прямому назначению», а как украшения, а то и как музыкальные инструменты, предметы игр и трюков. С другой — они, оставаясь предметами, используемыми утилитарно, могут иметь различную стилистику изготовления, декора, дизайна, что придает им различной степени эстетическое значение — аттрактивность. Но в обоих случаях эстетизация (как привлекательность чувственного восприятия) обес-печивалась выделенностью из обыденности этого мира с помощью формы, стиля, образных ассоциаций и других художественных приемов.

В современной эстетике еще с конца прошлого столетия в работах Ж. Рансье, В. Велча, С. Лэша, М. Физерстоуна, Р. Шустермана, Ф. Анкерсмита и других авторов наметилась тенденция эстетической оценки повседневности [1; 2], массового потребления [3; 4], политической культуры [5; 6]. Однако в нынешней ситуации сама обыденная жизнь дисфункционально выделена в электронных сетях и представлена аттракционом на экранах компьютерных мониторов и гаджетов.

Об экранной культуре много важного было сказано в ряде выпусков данного журнала. Большой частью в этих публикациях речь шла об описании возможностей экранных технологий. Анализу коренной перестройки природы современного искусства — самого творчества, его продуктов, их восприятия и позиционирования посвящен ряд фундаментальных работ

Б. Гройса, показавшего радикальную перестройку в условиях цифровизации содержания, презентации и продвижения произведений искусства, музейного дела [7], Л. Мановича, раскрывшего роль современных медиа в этих процессах [8], Ю. Харари, развернувшего широкую перспективу динамики человеческого бытия с учетом действовавших и действующих трендов, возможностей их осмысления [9], других авторов. Однако развитие цифровизации, резко ускорившейся в 2020 году в связи с пандемией COVID-19, настолько резко поменяли формат всех сфер социально-культурной жизни, что требуются дополнительные усилия междисциплинарного осмысления этой ситуации, на которые можно опереться в решении уже перезревшей задачи гуманитарной экспертизы перспективы развития.

Данная работа — попытка внести посильный вклад в осмысление последствий для эстетики все ширящегося представления бытия современного человека в оцифрованном формате на экранах. В ней рассматриваются два вопроса. Во-первых, это фундаментальный сдвиг в эстетизации с социально значимой нормативности на оценочно-эмоциональное содержание индивидуальных переживаний. Во-вторых, последствия резкого ускорения процессов переработки данных таких личностных презентаций, в силу своей тотальной «цифровизованной выделенности», ставящих под вопрос эстетизацию как таковую. Поскольку в данном случае требуется междисциплинарный анализ, то методологической основой предлагаемого рассмотрения является семиотический подход, — включая концепцию «глубокой семиотики» (deep semiotics), — обладающий потенциалом междисциплинарной концептуальной платформы.

СЕМИОТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА АРТЕФАКТОВ КУЛЬТУРЫ

Прежде чем перейти к рассмотрению первой особенности привлекательности экранных аттракционов, связанной с радикальным сдвигом от социальной нормативности к личностной уникальности, стоит пояснить семиотическую природу артефактов современной культуры. Человек выделился из животного мира за счет использования окружающих предметов как средств фиксации, трансляции и регуляции связанного с ними социального опыта с помощью коммуникации. В этом плане, вещи, поступки, явления природы в контексте определенных культур носят знаковый характер, что, собственно, и составляет основную идею социаль-

ной семиотики, как она представлена в работах ее представителей от Ю.М. Лотмана (10) до Т. ван Левена (11) и А. Рандвира (12). Знаком, по словам Л.С. Выготского, оказывается «всякий искусственно созданный человеком условный стимул, являющийся средством овладения поведением — чужим или собственным» [13, с. 111–112].

В классических работах Г. Фреге, Ч.С. Пирса, В. Гумбольдта, В. Вундта, Ф. де Соссюра, Ч. Морриса, Г.Г. Шпета, П.А. Флоренского, А.Ф. Лосева, М.М. Бахтина, Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, Ю.М. Лотмана, Э. Бетти, Р. Халидея, У. Эко разработаны основные концепции и подходы анализа знаковых систем (семиотика, семиология), процессов семиозиса. Ранее автором было проведено обобщение и экстракция этого комплекса идей, что позволило выстроить общую структуру артефакта культуры как знака — носителя содержания социального опыта [14]. Исходным является различие означающего — собственно материальной формы знака, и означаемого, то есть содержания той деятельности, того опыта, с которым связан и к которому отсылает данный знак. В означаемом, в свою очередь, можно вычленить два основных компонента: социальное значение — собственно социально-культурную программу опыта, и личностный смысл, значение этого социального значения для конкретной личности.

Соотношение материальной формы знака, социального значения и личностного смысла можно пояснить с помощью метафоры, предложенной в несколько другом контексте П. Флоренским (Рис. 1.). Если взять два треугольника, образованные от пересечения двух отрезков прямых, то, при всех различиях в конфигурации и площади, эти треугольники будут иметь общую вершину в точке пересечения отрезков и общий одинаковый размер угла при этой вершине. Сами треугольники можно уподобить уникальным и неповторимым личностным смыслам, коммуникация между которыми возможна только при двух условиях: наличии материальной формы знака (общей вершины) и инвариантного социального значения (общей величины угла при общей вершине).

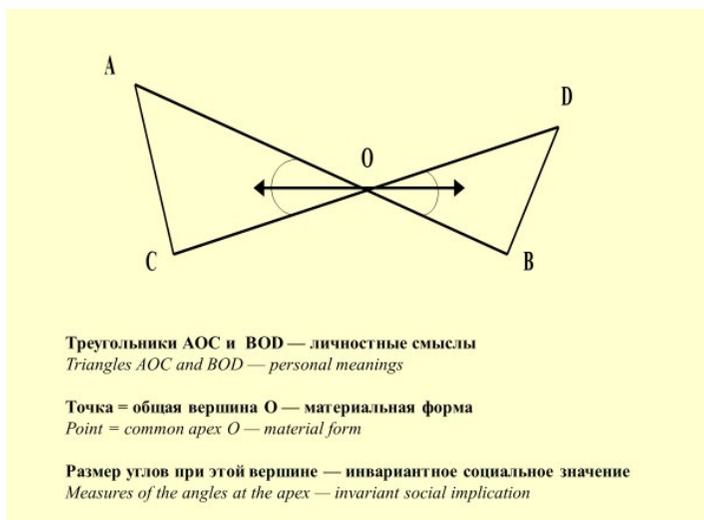


Рис. 1. Соотношение материальной формы знака, социального значения и личного смысла (метафора П.А. Флоренского)

Fig. 1. Correlation between the material form of sign, social implication and personal meaning (P.A. Florensky's metaphor)

В социальном значении можно вычленить также два аспекта: предметное значение — предметное содержание опыта, и функциональное социальное значение — собственно технологическое содержание программы деятельности. Социальное значение задается соответствующими видами нормативно-ценностных систем культуры: функционально-операционными, научно-техническими, художественными и идеологическими. Один и тот же элемент культуры может иметь функционально инвариантные смысловые характеристики (например, топор должен состоять из топорича и топора с лезвием и обухом), может иметь различные конструктивные исполнения (топор может быть металлический, каменный и т.д.), выполняться в различном стиле и иметь различные символические характеристики (например, обусловленные использованием в ритуалах).

В личном смысле также можно вычленить два аспекта: оценочное отношение личности к данному значению и переживание этого отношения, непосредственный опыт ощущений и восприятий. Эту систематизацию можно представить в виде схемы (Рис. 2):



Рис. 2. Семиотическая структура артефактов социального опыта

Fig. 2. Semiotic structure of social experience artifacts

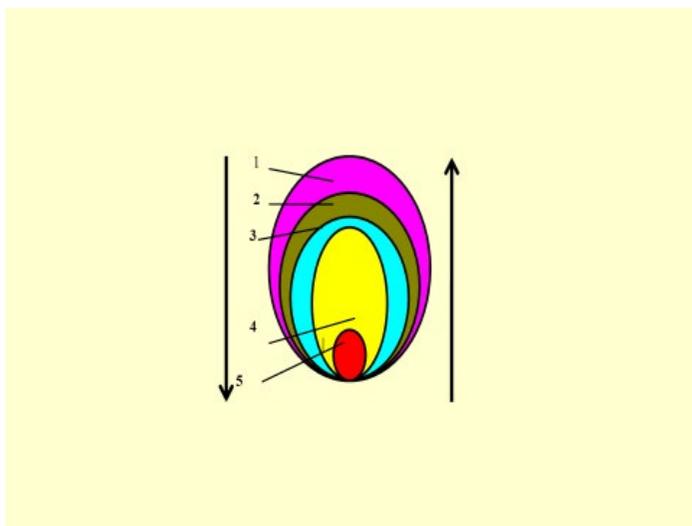


Рис. 3. Опредемчивание и распрעדмчивание содержания артефактов социального опыта

Fig. 3. Objectification and de-objectification of social experience artifacts (deep semiotics)

Выделенные аспекты фактически подчеркивают единую деятельностную природу смыслового содержания опыта: предмет деятельности (предметное значение), способ деятельности (функциональное смысловое значение), отношение к этой деятельности (оценка) и ее переживание. Эти компоненты могут быть выстроены в структуру, подобную детской «матрешке». Прохождение этого ряда сверху вниз демонстрирует процесс усвоения социального опыта, его субъективацию (распредмечивание, понимание). Прохождение же этого ряда снизу вверх — объективацию (опредмечивание, воплощение) опыта. Компоненты смысловой структуры предстают также уровнями осмысления (Рис. 3) — соответственно: идентификацией, референцией, интерпретацией, оценкой и эмпатией (сопереживанием, вчувствованием):

В зависимости от целей анализа могут строиться различные модели систематизации этой структуры с акцентом на роль ее компонентов. Так, с позиций социально-культурного анализа ключевую роль играют социальные значения. Однако личность не только и не столько пассивный реципиент «вращения» смысловых структур. В контексте анализа динамики этих структур центральным моментом становятся компоненты личностного смысла. Смысл принципиально суть порождение конечной системы, каковой является человек, постичь бесконечное разнообразие мира, и вынужденной делать это всегда с какой-то позиции, точки зрения, ракурса — в каком-то смысле. С особой очевидностью это выходит на первый план в современных условиях. И такое несколько затянувшееся отступление в семиотику позволяет понять суть происходящих изменений.

ОТ ТРАНСЛЯЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ К ПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИЧНОСТНЫХ СМЫСЛОВ

Ранее, бóльшую часть истории культуры и искусства, эстетизация была связана с выделением в текущем мире относительно устойчивых образцов, стилей, транслирующих ценностную культуральную нормативность — социальные значения. Вплоть до современной эпохи, и даже в ее начале, «... искусство, — как пишет Б. Гройс, — выступало как секулярный, материалистический эквивалент утраченной веры в вечные идеи и божественный дух» [7, с. 7]. Так, романтизм трактовал роль автора и его вдохновения как сопричастность этому духу. А признание (публикация,

попадание в музейные коллекции и т.п.) обеспечивало некое подобие духовного бессмертия.

Искусство прошлого века по нарастающей отходило от такой установки. Главным стало не само произведение, а его презентация, не столько вещь, сколько событие вокруг нее. Явным образом эта переакцентировка выражалась в практиках шоу, инсталляций, перформансов, хеппенингов. В связи с этим все более расширялось, распределялось и понимание авторства, которое включало уже и продюсера, маркетолога, дизайнера, куратора, копирайтера etc., etc.

В нынешней ситуации интеграции («компатибельности») искусства с Интернетом эти тенденции только усилились и воплотились технологически. Все более значимым становится не сам артефакт, сколько его «аура», со времен В. Беньямина превратившаяся из чего-то эфемерного в конкретные характеристики места и времени презентации, рецензий и дискуссий модных и авторитетных экспертов, слухи, легенды, скандалы, количество упоминаний и лайков в сети. И вся эта «аура» информации (данных) оторвалась от самого артефакта, стала самодостаточной, если не самоценной. В качестве оцифрованных данных она нивелирует, уравнивает времена, направления, школы, приводя их к общему знаменателю и возможности активирования в любой момент обращения к базам данных. Речь идет о презентации и трансляции в сети непосредственно самих уникальных личностных переживаний, иногда даже персонально не агрегируемых. Инстаграм, отчасти Фейсбук, нынешняя какофония в связи с коронавирусом обрушивают поток репрезентаций личностных смыслов от 1-го лица. Они направлены не столько на порождение некоего опыта сопереживания, сколько на презентацию самих переживаний и их распознавание.

В терминах «глубокой семиотики» речь идет о переносе акцента в коммуникации с социальных значений (предметных и ценностно-нормативных) на личностные смыслы, т.е. оценочно-эмоциональные компоненты представляемого и транслируемого смыслового содержания опыта. Именно личностные переживания, их эмоционально-оценочную окраску Р. Инглхарт и Ф. Анкерсмит считают первичной средой смыслообразования и осмысления [5; 15]. Однако в жизни социума впервые в истории они в столь массовом масштабе потеснили презентацию нормативных пред-

ставлений. Следствием этого являются новые формы самореализации, в том числе и творческой, о чем свидетельствуют карьеры музыкантов, певцов, поэтов, художников, приобретших начальную известность именно онлайн.

Пандемия COVID-19 этот тренд усилила: традиционно «неэкранные» виды и жанры — не только индустрии развлечений — резко шагнули в онлайн, а значит, и на экраны мониторов и гаджетов. Театральные, оперные и концертные премьеры пришли к пользователям Интернета и пришли крупным планом, с доступностью во время, удобное зрителям и слушателям. Уже освоенные ранее ТВ и YouTube квартирники превратились в сольные выступления прямо в домашнем или дачном интерьере. Артисты читают детские сказки и литературную классику. Выдающиеся танцовщики танцуют дома с бытовыми приборами. Более того, благодаря Zoom'у на экранах появились ансамбли, хоры и оркестры с отдельными видео или аватарками каждого исполнителя. Музеи — от всемирно известных до региональных и частных для всех желающих проводят не только презентации выставок и фондов, но и экскурсии, интерактивные лекции и дискуссии.

Благодаря YouTube, Instagram, Facebook, другим сетям общественная и обыденная жизнь — как публичных медийных персонажей, так и любого пользователя предстает частью всеобщего экранного аттракциона. Работа, отдых, образование, личная жизнь реализуются в одном формате и позе сидения перед экраном. Речь идет о тотальном переформатировании всего образа жизни, его остранении, почти буквально — эстетизации.

И хотя, вроде бы, психоэмоциональные проявления, вроде бы, те же: смех, гнев, страх, гордость, ликование, стыд, печаль, скорбь. Но они не просто переживаются от первого лица, будучи недоступными кому-то другому — они выражаются, фиксируются и презентуются часто в неотрелифированном виде. Более того, благодаря цифровым технологиям, они превращаются в «данные».

Вплоть до середины прошлого столетия художник выступал как античный парессор — избранник, утверждающий нечто, открывшееся ему, и несущий ответственность за это откровение. На этом основывалась привлекательность творчества — как свободной и ответственной сопричастности трансцендентному, вневременному, «вечному» (истине, красоте, гармонии), которая для закрепления в социуме в качестве социальной

ценности нуждалась в повторах: выставках, гастролях, репертуарах, музеефицировании.

В наше время, когда фактически любой может выступить «парресо-ром», не столько ответственно несущим правду «городу и миру», сколько таким «самоидентизванцем» [16], «несущим отсебятину», иногда еще и под ником, безответственно. Исторически выработанные практики себя, такие как покаяние, дневники, исповедь, письма, с помощью которых человек строил нарратив о себе и для себя, некоей устойчивой самости, сменяются рассказом и демонстрацией своих переживаний для других в общем информационном пространстве. Это не поиск себя устойчивого, а выворачивание своего потока переживаний на публику.

Если политик в публичных презентациях исходит из собственной идентичности, как исходной предпосылки, то презентации художника, автора — суть способ выстраивания, формирования своей идентичности. Но, если это парресия, то не в смысле ли отнюдь не демонстрации искренней публичной ответственности, а буквально «всеговорения» чего угодно, т.е. просто болтовня — безответственная и необязательная [17]. И не движет ли этим простое тщеславие, стремление к известности, иногда — стремление монетизировать публичный капитал (количество упоминаний, лайков)?

Пропущенный через цифровые форматы и представленный на экранах поток переживаний нивелирует все времена и контексты. Если это и устойчивость, то стабильно нарастающего потока данных «текущего человека» с «текучей идентичностью» чувственного опыта, сохраняющего следы этого опыта. Deer semiotics в и на потоке. И главным становится войти в этот поток, участвовать в его непрерывном течении.

Еще пару лет назад можно было коммерческий и политический маркетинг подталкивания (nudge) с использованием больших массивов данных (Big Data) снисходительно связывать с «фундаментальной ошибкой атрибуции», когда из факта поступка делает однозначный вывод о его мотивации. Действительно, из того, что я случайно зашел в книжный магазин, вряд ли следует, что я любитель книг и нуждаюсь в информации о книжных новинках. Однако с накоплением данных, вероятность такой ошибки существенно уменьшается. А благодаря гаджетам и электронным сетям каждый из нас уже оставляет данные практически о каждом своем шаге,

покупке, контакте, тематике этих контактов и т.д. И теперь первоначально эскизные профили каждого из нас убедительно дополняются эмоциональными презентациями. Субъект как носитель сознания — «нематериальной субъектности» от 1-го лица — становится просто эмпирическим существом, подлежащим описанию в 3-м лице.

Титульная для Нового времени картезианская формула «я мыслю, следовательно, существую» от 1-го лица в этом потоке данных уравнивается с алгоритмизированным от 3-го лица «он существует, следовательно, мыслит». Современный властитель дум Ю.Н. Харари называет это «датаизмом» — новой религией, приходящей на смену гуманизму, включая технугуманизм, как его последнюю фазу [9, с. 430–465].

Смещение в коммуникации акцента на личностные смыслы породило также и информационный шум сетевого экзгибиционизма, индустрию фейков, чему в немалой степени способствовало культивируемые последние два столетия права человека на свободу слова и выражения своего мнения.

Поэтому поток Больших Данных переживаний может рассматриваться как торжество свободной изменчивости, так и как Большой Аттракцион Тотального Фейка.

Однако социальная функция этих презентаций также меняется: культуральная эстетически выраженная смысловая нормативность транслируемых социальных значений смысловой картины мира трансформируется в технологически обеспеченный социальный контроль за всеми оставляемыми следами в сети следами. И китайский опыт выработки социального профиля отдельных граждан, позволяющий строить их социальный рейтинг, и внедряемые в Москве системы отслеживания поведения граждан с помощью приложения к смартфонам — все это показывает технологическую возможность такого мониторинга. Тем самым смысловой контент отдается личности, которая может «паррессить» сколько угодно и что угодно. А социальный контроль уходит в саму трансляцию. Total fake не только смыкается с тотальным контролем, но и, в конечном счете, оборачивается этим контролем по факту самой презентации.

ЭСТЕТИКА ТОТАЛЬНОГО ПОТОКА ДАННЫХ ИЛИ ЭЛИМИНАЦИЯ ЭСТЕТИКИ?

Развитием и продолжением первой особенности эстетики нынешних экранных аттракционов — смещения с презентации устойчивых значений (ценностей) на презентацию текучих личностных смыслов — является вторая особенность. Она связана со скоростями презентации и обработки этих презентуемых данных, и все большим ускорением этого потока иногда беспредметной оцифрованной «ауры».

Речь идет о скоростях, не всегда доступных человеческому мозгу, что просто не оставляет времени для осмысленной рефлексии. Следствием этого становятся два обстоятельства. Прежде всего, это «новая животность», «геймерское сознание», когда от человека требуется не размышление и осмысление, а реакция на поступающие сигналы, что в условиях «экранной жизни» означает нажатие правильных опций, реализующих заданные алгоритмы [18].

Скорость смыслообразования достигла такого уровня, что презентации смыслов не требуется оставлять следы такой презентации, как это происходит в популярном у молодежи формате snapchat. По данным Би-би-си, в феврале 2019 года приложение насчитывало 186 млн активных пользователей ежедневно, с более 10 млрд ежедневных просмотров материалов. Речь идет о мобильном приложении, позволяющем обмениваться короткими сообщениями с прикрепленным фото- или видеоматериалом, с заданным лимитом времени доступности от 1 секунды до 24 часов, после чего материалы становятся недоступными для адресатов, но сохраняются на сервере Snapchat. Им может быть предоставлена возможность повторного просмотра только один раз в 24 часа после получения. Однако вскоре оказалось, что протокол позволяет следить за пользователями приложения: контент исчезает только для пользователей, но остается технологически доступным [19].

С такими тенденциями эстетизация утрачивает предметность и становится гиперреалистичной одновременно. Означающие презентаций не нуждаются в означаемых. Собственно, презентуются только данные. Точнее — их перманентный изменчивый поток. От пользователя (зрителя, слушателя, читателя) требуются не какие-то рассуждения, аргументация, наррация, оценки, а реакции на ситуацию. При этом эмоциональное отно-

шение, его переживание редуцируется к непосредственной, желательной быстрой (автоматической) реакции. Новая животность как раз и заключается в том, что быстротечная череда таких реакций не оставляет места для памяти — эвфемизма сознания.

В силу скоростей информационных процессов под сомнение ставится необходимость самого существования артефакта данных о переживаниях, сроку жизни которых, как в технологии snapchat, могут отводиться считанные минуты. Более того, Интернет сохраняет следы созерцаний и переживаний без их носителя. Самоценным становится сам процесс обработки данных, в результате чего аттрактивная (точнее аттракционная) реальность явочным порядком вытесняет чувственный опыт, а с ним — осмысление.

Если вернуться к эстетизации, то, в некотором плане, речь идет о реализации вагнеровского понимания произведения искусства будущего, как целостности Gesamtkunstwerk (совокупного художественного творчества) — «великого универсального произведения искусства, которое должно включить в себя все виды искусств, используя каждый вид лишь как средство и уничтожая его во имя достижения общей цели» [20, с. 159].

Более того, эстетизация не сводима к дизайну, комфортному украшению настоящего. По меткому замечанию Б. Гройса, искусство не просто остраивает статус кво, оно его превращает «в мертвое прошлое..., принимает его как труп и преобразовывает в чистую форму» [7, с. 59]. Цифровые технологии буквально реализуют этот принцип: сначала жизнь заменяется демонстрацией жизни, ее следов, а затем сама демонстрация сводится к непрерывной обработке оцифрованных данных. Торжество эстетизации? Или ее собственной противоположности, ее отрицания и невозможности? Думается, что и то, и другое одновременно.

С точки зрения эстетизации упрощение и ускорение предъявления личностных смыслов в современном искусстве иногда трактуется как деградация стилистики. Думается, что речь идет о постановке под вопрос самой эстетизации, если таковой не считать непрерывный ускоренный процесс обработки данных. И нужен ли тогда (и кому?) экран для демонстрации этого процесса?

Ergo

Обе отмеченные особенности современных экранных аттракционов — смещение от социальной нормативности к текучей субъективности с трендом к ее элиминации — способствуют отнюдь не столько консолидации, сколько дивергенции социума, углубляющейся партикуляризации, сочетающей тотальную включенность в информационное пространство с аутичной самоизоляцией. При этом смещение акцента в эстетизации с социальной нормативности на эмоциональную субъективность дополняется трендом к технологической элиминации этой субъективности.

Тем самым чрезвычайно острой становится задача ответственной комплексной гуманитарной экспертизы этих процессов. Если весь мир есть поле художественного осмысления, то нынешние технологии экранной презентации этого поля позволяют ставить вопрос о личной ответственности за участие в этом потоке презентаций. Фактически речь идет о запросе на парресию — ответственное взятие слова перед миром и социумом — и парресоров. И придут они с экранов. И это будет отличный аттракцион — аттрактивный в буквальном смысле.

ЛИТЕРАТУРА

1. Welsch W. *Undoing aesthetics*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications Ltd., 1997. 224 p.
2. Shusterman R. The end of aesthetic experience // *The journal of aesthetics and art criticism*. 1997. Vol. 55. No 1. P. 29–41.
3. Lash S., Lury C. *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity, 2005. 250 p.
4. Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. N.-Y.: Sage Publications Ltd., 2007. 232 p.
5. Анкерсмит Ф. П. Эстетическая политика. Политическая философия по ту сторону факта и ценности. М.: ИД Высшей школы экономики, 2014. 432 с.
6. Rancière J. *Modern Times. Essays on Temporality in Art and Politics*. Zagreb: Multimedijalni institut, 2017. 163 p.
7. Гройс Б. В потоке. М.: Ад Маргинем, 2016. 208 с.
8. Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем Пресс, 2018. 400 с.
9. Харари Ю. Н. *Homo Deus. Краткая история будущего*. М.: Синдбад, 2019. 492 с.

10. Лотман Ю. М. К проблеме типологии культуры // Ученые записки Тартуского государственного университета. Труды по знаковым системам. Тарту: Тартуский государственный университет, 1967. С. 30–37.
11. Leeuwen T. van. *Introducing Social Semiotics*. N.-Y.: Routledge, 2005. 320 p.
12. Randviir A. *Mapping the World: Towards a Sociosemiotic Approach to Culture*. Tartu: Tartu University Press, 2004. 162 p.
13. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций. М.: Изд-во Акад. пед. наук, 1960. 500 с.
14. Тульчинский Г. Л. Тело свободы: ответственность и воплощение смысла. СПб: Алетейя, 2019. 470 с.
15. Тульчинский Г. Л. Расширение возможностей семиотического анализа: источники и содержание концепции «глубокой семиотики» // Вопросы философии. 2019. № 11. С. 115–125.
16. Инглхарт Р. Культурная эволюция. Как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М.: Мысль, 2018. 346 с.
17. Пригов Д. А. Само-идентификация // Место печати. Журнал интерпретационного искусства. 2001. № 13. С. 10–32.
18. Фуко М. Речь и истина. Лекции о парресии (1982–1983). М.: Дело, РАН-ХиГС, 2010. 384 с.
19. Тульчинский Г. Л. Экран и фактор скорости: от нарративов к перформативам // Наука телевидения. 2019. № 15.2. С. 29–40.
20. СМИ: сотрудники Snapchat шпионили за пользователями // ТАСС: информационное агентство.
URL: <https://tass.ru/obschestvo/6467089> (дата обращения: 29.05.2020).
21. Вагнер Р. Избранные работы. М.: Искусство, 1978. 695 с.

REFERENCES

1. Welsch W. *Undoing aesthetics*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications Ltd., 1997. 224 p.
2. Shusterman R. The end of aesthetic experience. *The journal of aesthetics and art criticism*. 1997. 55(1), pp. 29–41.
3. Lash S., Lury C. *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity, 2005. 250 p.
4. Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. N.-Y.: Sage Publications Ltd., 2007. 232 p.
5. Ankersmit F. R. *Esteticheskaya politika: Politicheskaya filosofiya po tu storonu fakta i tsennosti* [Aesthetic politics: Political philosophy beyond fact and value aesthetic

- policy]. Moscow: Higher School of Economics, 2014. 432 p. (In Russ.)
6. Rancière J. *Modern Times. Essays on Temporality in Art and Politics*. Zagreb: Multimedijalni institut, 2017. 163 p.
 7. Groys B. *V potoke* [In the flow]. Moscow: Ad Marginem, 2016. 208 p. (In Russ.)
 8. Manovich L. *Yazyk novykh media* [The language of new media]. Moscow: Ad Marginem Press, 2018. 400 p. (In Russ.)
 9. Harari Y. N. *Homo Deus: Kratkaya istoriya budushchego* [Homo Deus: A brief history of tomorrow]. Moscow: Sindbad, 2019. 492 p. (In Russ.)
 10. Lotman Y. M. K probleme tipologii kul'tury [On the problem of cultural typology]. *Uchenye zapiski Tartuskogo universiteta: trudy po znakovym sistemam* [Scientific notes of the University of Tartu. Works on sign systems]. Tartu: University of Tartu, 1967, pp. 30–37. (In Russ.)
 11. Leeuwen T. van. *Introducing Social Semiotics*. N.-Y.: Routledge, 2005. 320 p.
 12. Randviir A. *Mapping the World: Towards a Sociosemiotic Approach to Culture*. Tartu: Tartu University Press, 2004. 162 p.
 13. Vygotsky L. S. *Razvitie vysshikh psikhicheskikh funktsii* [Development of higher mental functions]. Moscow: Izd-vo Akad. ped. nauk, 1960. 500 p. (In Russ.)
 14. Tulchinsky [Tulchinskii] G. L. *Telo svobody: Otvetstvennost' i voploshchenie smysla* [The body of freedom: Responsibility and meaning]. SPb: Aletheia, 2019. 470 p. (In Russ.)
 15. Tulchinsky [Tulchinskii] G. L. Rasshirenie vozmozhnostei semioticheskogo analiza: Istochniki i sodержanie kontseptsii "glubokoi semiotiki" [Expanding the capabilities of semiotic analysis: Sources and content of the "deep semiotics" concept]. *Voprosy filosofii* [Philosophy issues]. 2019. (11), pp. 115–125. (In Russ.)
 16. Inglehart R. *Kul'turnaya evolyutsiya: Kak izmenyayutsya chelovecheskie motivatsii i kak eto menyaet mir* [Cultural evolution: People's motivations are changing, and reshaping the world] (S. L. Lopatina, Trans.). Moscow: Mysl', 2018. (Original work published 2018). 346 p. (In Russ.)
 17. Prigov D. A. Samo-identi-zvanstvo [Self-identi-impersonification]. *Zhurnal interpretatsionnogo iskusstva "Mesto pečhati"* ["Place of printing" Journal of interpretative art]. 2001. (13), pp. 10–32. (In Russ.)
 18. Foucault M. *Rech' i istina: Lektsii o parresii (1982–1983)* [Discourse and truth and lectures on parrhesia (1982-1983)]. Moscow: Delo, RANHiGS, 2010. (Original work published 1983) 384 p. (In Russ.)
 19. Tulchinsky [Tulchinskii] G. L. Ekran i faktor skorosti: Ot narrativov k performativam [Screen and factor of speed: From narratives to performatives]. *Nauka televideniya* [The art and science of television]. 2019. 15(2), pp. 29–40. (In Russ.)

20. SMI: Sotrudniki Snapchat shpionili za pol'zovatel'nyami [Media: Snapchat employees spied on users]. *Informacionnoe agentstvo TASS [TASS news agency]*.

URL: <https://tass.ru/obschestvo/6467089> (accessed 29.05.2020) (In Russ.)

21. Wagner R. *Izbrannye raboty* [Selected works]. Moscow: Iskusstvo, 1978. 695 p. (In Russ.)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ГРИГОРИЙ ЛЬВОВИЧ ТУЛЬЧИНСКИЙ

доктор философских наук,
профессор Департамента прикладной политологии,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» — Санкт-Петербург,
198099, Санкт-Петербург, ул. Промышленная, 17а, к. 215

ResearcherID: B-8509-2016

ORCID: 0000-0002-5820-7333

e-mail: gtul@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

GRIGORII L. TULCHINSKII

D. Sc. in Philosophy,
Professor at the Department of Applied Political Science,
National Research University "Higher School of Economics",
Room 215, 17a, Promyshlennaya str., St. Petersburg, 198099,

ResearcherID: B-8509-2016

ORCID: 0000-0002-5820-7333

e-mail: gtul@mail.ru