

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКРАНЫ И ПУБЛИЧНЫЕ ПРОСТРАНСТВА В НОВОЕ И НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ

Е.В. Дуков

ЭКРАН: QUID EST NOS?.....7

Е.В. Николаева

ЭКРАН КАК ЗЕРКАЛО

МЕДИЙНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ.....39

М.И. Козьякова

ОТ РИТУАЛА ДО ЭКРАНА – ЭВОЛЮЦИЯ

ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА.....64

А.М. Яковлева

ПРОИЗВОДСТВО ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА

НА РОССИЙСКОМ ТВ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТОК-ШОУ.....94

Г. Л. Тульчинский

ИСТОРИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА.....110

О.А. Жукова

ОТ «ИСТОРИИ ГОСУДАРСТВА РОССИЙСКОГО»

К ТЕЛЕКАНАЛУ «ИСТОРИЯ»: КУЛЬТУРНОЕ

ПРЕДАНИЕ В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....128

Т.В. Скрипова

ПУБЛИЧНЫЕ ПРОСТРАНСТВА ОТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ

СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ.....145

Авторы.....166

CONTENTS

SCREENS AND PUBLIC SPACE IN MODERN AND CONTEMPORARY TIME

E.V. Dukov

SCREEN: QUID EST HOC?7

E.V. Nikolaeva

THE SCREEN AS A MIRROR39

M.I. Kosyakova

FROM THE RITUAL TO THE SCREEN –
EVOLUTION OF PUBLIC SPACE.....64

A.M. Yakovleva

THE PRODUCTION OF PUBLIC SPACE
ON RUSSIAN TV POLITICAL TALK-SHOW94

G.L. Tulchinsky

HISTORICAL CONSCIOUSNESS AND SCREEN CULTURE.....110

O. A. Zhukova

FROM “HISTORY OF THE RUSSIAN STATE”
TO THE CHANNEL “HISTORY”: A CULTURAL
TRADITION IN THE PUBLIC SPACE.....128

T.V. Skripova

PUBLIC SPACES OF THE HOTELS
IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY MEDIA CULTURE.....145

The Authors.....166

**ЭКРАНЫ И ПУБЛИЧНЫЕ
ПРОСТРАНСТВА
В НОВОЕ
И НОВЕЙШЕЕ
ВРЕМЯ**

**SCREENS AND PUBLIC
SPACE
IN MODERN
AND CONTEMPORARY
TIME**

ЭКРАН: QUID EST НОС?

Е.В. ДУКОВ

Государственный институт искусствознания

Зеркально-экранные зрелища в городе – важные части сегодняшнего дискурса. Без них невозможен анализ городских процессов, сообществ, образа жизни. По их уровню можно судить о сложившемся городском сознании. Речь – об урбанистических процессах в России, специфических, по сравнению с развитым миром. В России не было, по существу, городов в европейском понимании, что в процессе развития не могло не сказаться на сегодняшней ситуации.

Ключевые слова: зеркало, экран, город, Россия, Европа, развитый мир, городское сознание.

За короткий промежуток времени экран из понятного предмета, имеющего определенную форму, материал, функции и т.д., превратился в один из символов нашей новой цивилизации. И это отразилось в словарях, и особенно в русских. В «Академик», современной электронной отечественной энциклопедии, термин «экран» и производные от него используется в 200 более или менее разных случаях. «Экран» можно рассматривать как элемент печи, тип проводов, компьютерные программы, дисплеи, виды искусства и т.д.. Экран тихо завоевал значительную часть окружающего мира, и на него, как когда-то на культуру, нет-нет стали сваливать все сегодняшние беды. «Что вы удивляетесь? Этому учит экран!», «А на экране разве что-то другое?», «Эта жуткая экран-

ная цивилизация...», «А на экране все так замечательно...». Ну а экран и социальный герой вообще неразделимы – нельзя стать публичной личностью, не пройдя через экран. Он, как котел с кипящей жидкостью из русской народной сказки: может разом преобразить человека и вознести его на небывалую высоту, а может уничтожить, превратить в ничто.

Значит ли это, что экран, как это ни парадоксально, в предложенном понимании – живой? С кавычками или без них, как кому нравится. Может быть, он только кажется индифферентным? На самом деле он имеет свою волю, «отстаивает» свои представления. У него нет, конечно, эмоций, во всяком случае, человеческих. Но зато у него есть четкое видение, что пойдет на публике, а что нет. Недаром, он все время смотрит на зрителя. Наверное, оживление изначально неживого – одна из особенностей искусства. Глыба мрамора, например, тоже кажется куском камня, до тех пор, пока ни попадет к художнику. А когда начинается творчество – «диалог» глыбы с мастером, она оживает. Где-то мрамор поддается, где-то нет. Он может вдруг расколоться, как бы не желая дальше вести разговор, а может вдруг засиять, обнажая прежде скрытые линии. А что такое «экранизация литературного произведения»? Не процесс ли это «уговаривания» экрана наилучшим образом принять литературные идеи? Также и монтаж. Это хорошо знают «киношники» и «телевизионщики». Но экран – это последняя стадия процесса диалога этих разных сущностей. Сам такой диалог в истории культуры начинается со старшего брата экрана – с зеркала.

Зеркало, наверное, самый старый и самый личностный медиатор. С ним связано огромное количество легенд и преданий, а в наше время – еще и научных работ. Человеку издревле оно открывало тайны грядущего, помогало заглядывать в тридцатое царство, позволяло перенестись в давно прошедшее и подняться в бесконечную глубину неба. И до сих пор человечество открыва-

ет с его помощью новое. Двойники дополнились аватарами, авто-портрет – селфи. Психолог Ж.Лакан в 1936 году закончил работу под названием: «Стадии зеркала». Она посвящена отношению живого организма с реальностью – Innenwelt с Umwelt. С тех пор его идеи проросли не только в разных областях психологии, но и в культурологии, социологии, семиотики и других гуманитарных науках. Математики пользуются зеркалами со времени «изобретения» этой науки. Наконец, в физике около 50 лет назад возникла теория «зеркальной материи», которая уточнила картину мира. А несколько лет назад психофизиологами были открыты «зеркальные нейроны», которые обеспечивают эмпатию, научение у всех живых существ. Наконец, зеркала сегодня используются практически во всех областях техники. Словом, зеркально-экранные зрелища (будем пользоваться этим термином за неимением другого) очень важны и для истории, и для современной культуры. Мы сосредоточимся только на урбанологическом аспекте экрана.

Зеркально-экранные зрелища в городе – важная часть сегодняшнего дискурса. Традиционной деревне он не нужен, во всяком случае, он не входит в число по важности потребностей. Напротив, современный город без разнообразных экранов и зеркал – не город. Он насыщен и даже перенасыщен ими, они такие же градообразующие факторы как разделение труда, улицы, площади, агломерации, автомашины, гостиницы и т.д. По Р. Парку, крупный город имеет 509 родов занятий, еще 116 классифицировались там как профессии [22, с.11]. Поэтому город, как часто говорят, «кипит». Анализ городских процессов, городских сообществ, городского образа жизни не возможен без зеркально-экранных зрелищ, как и городское сознание. Они динамично отражают друг друга. По уровню развитости зеркально-экранных зрелищ можно судить о ситуации со сложившимся городским сознанием.

Экономисты в последнее время ввели такой термин, как объем производственных знаний, накопленных отдельной страной.

Ученые из Гарварда Ricardo Hausmann и César A. Hidalgo сконструировали в ходе исследования инструмент, который назвали «Атлас экономической сложности. Картографирование путей к процветанию» («The atlas of economic complexity. Mapping paths to prosperity»). В Атласе они зафиксировали взаимосвязь между тем, насколько разнообразные и сложные промышленные товары производит та или другая страна, и уровнем ее благосостояния. Впервые это исследование было проведено в 2011 году и с тех пор проводится ежегодно. Этот показатель не всем известный ВВП, а более сложный. Он рассчитывается на основании числа промышленных товаров, которые экспортирует страна, и степени сложности их производства, что, в конечном счете, отражает уровень развития экономики. Знания и возможности роста производительности были стянуты в один узел и получили название «экономическая сложность».

На основании этого показателя составляются рейтинги уровня развития отдельных стран. Как отмечают ученые, объем производственных знаний, накопленных страной, является не просто выражением уровня благосостояния, но ее драйвером. Этот показатель не только объясняет различия в уровне жизни между отдельными странами, но дает возможность предсказывать динамику их экономики: чем больше продуктивных знаний, тем больше разнообразие продуктов возрастающей сложности, чем больше сложных продуктов, тем выше уровень благосостояния страны и тем быстрее она развивается. Наблюдения экономистов показывают, что страны приходят к тому уровню благосостояния и, я бы добавил, к уровню художественной культуры, который соответствует развитию их производственного знания (productive knowledge)¹. Но, по сути, мы имеем дело также с показателем уровня развитости городской культуры.

¹ URL: <http://atlas.cid.harvard.edu/>.

Урбанистические процессы в России имеют по сравнению с развитым миром много специфического. У нас есть 13 крупных многофункциональных городов, где сосредоточено 25% всего населения, и огромное количество монофункциональных промышленных центров, какими в большинстве своем являются и старые, и новые города. Это города, построенные для рабочих и служащих одного предприятия. Они имеют специфическую инфраструктуру и нацелены на воспроизводство его рабочей силы. Долгое время нормой там были «рабочие династии» – семьи, служившие на одном предприятии поколениями. И если в многофункциональных городах династии были поощряющим фактором, а человек мог пойти работать куда угодно, то в монофункциональных городах деваться было некуда: человек либо оставался со своей семьей и встраивался в знакомый трудовой процесс, либо в поисках работы уезжал в другой город, часто меняя профессию и т.п. Но можно ли наши малые и монофункциональные населенные пункты отнести к разряду действительно европейских городов?

Попытки переносить на отечественную почву отдельные западные урбанистические теории в подавляющем числе случаев редко оказываются удачными. В истории России не было, по существу, городов в западно-европейском понимании, кроме разве Петербурга. Сначала их роль выполняли монастыри и остроги-крепости, потом они росли за счет окружающих слобод. В XIX веке в уездных и даже в губернских городах держали скот – коров, коз, другую живность, служили молебны в день первого выгона скота в поле [12, с.447], на городской территории были частные сады и огороды [34]. Часты случаи, когда промышленные предприятия закрывались на время сельскохозяйственных работ [23, с.126].

Все это в России объединялось понятием «старого городского образа жизни» и сопровождалось резко отрицательным отношением горожан к дворянскому сословию и вообще образованным людям как к чуждому для русской культуры «элементу». Счита-

лось, что два класса для городского человека достаточно – человек должен уметь читать, расписываться и владеть четырьмя действиями арифметики. Обучение письму проходило за дополнительную плату.

В известной степени, то же касается и зеркал. Они были распространены в основном в дворянских домах. И чем богаче был хозяин, тем большее зеркал у него было. Обладание зеркалом было своеобразным социально-дифференцирующим признаком. Даже у зажиточных купцов в рамы, в которых должно быть зеркало, часто вставлялись гобелены и тому подобные украшения. Традиционный русский город, как и деревня, экраны недолюбливал. Даже эти частные примеры показывает, как мало русский город в ХУШ и до середины Х1Х века напоминал западноевропейский.

Ситуация стала меняться в ходе реформ Александра II. Одной из завершающих среди них была городская реформа 1870 года. Но началась она сверху, при том же составе губернаторов. И понятно, что они и отвечали за российскую урбанизацию. Губернаторы контролировали земства, списки избирателей, все местные уложения, которые они имели право в семидневный срок отменить², они могли предложить городской думе на обсуждение любой вопрос и добиваться его положительного решения. Городская реформа проводилась вскоре после покушения на Александра II народовольца Д. Каракозова, когда в земствах стали усматривать рассадники вольнодумства и угрозу самодержавию.

Уже по одному этому обстоятельству законы не могли быть городскими, полными и всеобъемлющими. Да и доля городского населения России оставалась низкой. К началу 1914 года в них проживало всего 15,3% всего населения России, и опережающим ростом отличались, прежде всего, столицы. Многие официальные

² При этом управа как исполнительный орган была обязана внести опротестованное губернатором решение на рассмотрение земского собрания. Если же губернатор после этого вторично не соглашался, то дело передавалось для разрешения в высшую инстанцию – Сенат

города имели ничтожное число жителей и не играли какой-либо роли в экономике страны. Наоборот, некоторые сельские населенные пункты de facto брали на себя часть городских функций. П. Семенов-Тянь-Шанский по отношению к России ввел термин «истинные (позже – экономические) города» – это те, которые имели не менее 1 тыс. чел. постоянных жителей и обороты их торгово-промышленных заведений были не менее 10 тыс. руб. в год [27, с.168-172]. Таких населенных пунктов в европейской России к концу XIX века было 1237, но из этого числа официальных городов оказывается меньше половины – только 534. И с этой точки зрения, процесс урбанизации затягивался. К тому же, «царско-сельская» экономика тянула страну в сторону, противоположную той, в которую двигалась остальная, железная и механизированная индустрия Европы.

Так, в 1790 году на Россию приходилось 30-35% мирового производства железа, а в 1891 – всего 2,5-3,5% [32]. И дело не в том, что российские рудники истончились, а в том, что некому и не у кого было заказать металл – императорскому дому и армии его хватало, а потребность в промышленных масштабах была мизерной. Даже плуги вплоть до начала XX века делались не из металла, а, по старинке, из дерева.

Но если промышленность и сельское хозяйство в России отставало от Запада, то после эпохи Петра I, как ни парадоксально, креативность в разных формах шло в ногу и даже иногда опережала Запад. Можно до бесконечности перечислять имена русских «левшей», которые открыли человечеству будущее. Ломоносов, Менделеев, Мосин, Лоран, Коротков, Попов, Яблочков... Все они отличились гениальными открытиями, которые почти сразу легли в основу западных технологий, правда, чаще под западными именами. Экономика России была не приспособлена к модернизации. Но аура императорской России от этого не зависела. Надо было попасть в точку ожиданий узкого круга «своих» или понра-

виться монарху, а дальше, хоть трава не расти. Конечно, были и исключения. Но они лишь подтверждали это правило.

Художественная деятельность была одним из редких исключений. XIX век включил Россию в число государств, оказавших глубокое влияние на новую европейскую идентичность. Литература, музыка, танец, изобразительные искусства, театр, фотография, кино – в каждом из этих искусств можно встретить российские имена с мировой известностью. И рядом с художниками – организаторы художественной жизни, как бы мы сейчас сказали – менеджмент, тоже с мировой известностью. Казалось бы нонсенс – страна с отсталой экономикой, с патриархальным образом жизни и с выдающимся современным искусством! Но если вспомнить историю, то придется признать, что именно так в европейском Средневековье и в восточных деспотиях – в сословных государствах – все и было: экономика и плебс владели жалкое существование, а высшие слои соревновались друг с другом в военном деле и в искусстве – театре, музыке, живописи, подчас продавая и закладывая все, лишь бы быть на уровне своего сословия. Во всем этом нужно было разбираться, всему надо было учиться, и знать училась, часто с очень раннего возраста. История Людовика XIII, освоившего, едва научившись говорить, премудрости игры на скрипке, барабана, танцеванию, в четыре года писавшего пьесы, которые потом исполнялись придворными, довольно показательный пример [2]. То же самое наблюдалось во дворцах ханов. Но это опыт Западной Европы и Востока.

В России в первой половине XIX века сложилась уникальная ситуация. Наличие крепостной интеллигенции в центре страны, ссыльные дворяне в Сибири и на Дальнем Востоке, которые приносили с собой столичность, развитие высшего образования в губерниях, где ведущую роль играли западные ученые, – образовывали гремучую смесь, настоящую на современной западно-европейской культуре. Впрочем, самого главного, чего не было в

России, – публики [34, с.31]. И если в Англии первые публичные театры вмещали под 3000 зрителей, то российские Большой и Мариинский – в три раза меньше³. Интересно, что и большие балаганы тоже вмещали до 1000 зрителей. Правда, считалось, что залы большей вместимости в России были невозможны по пожарным соображениям. Но и в Англии тоже бывали пожары. Может быть, причина была в ином?

Известно, что граф Ф.В. Растопчин, московский генерал-губернатор и известный остро слов, после постройки Большого театра писал в контору Императорских театров: «Театр построили, это хорошо, но не достаточно. Надо еще прикупить деревню в 2000 душ, приписать их к театру и обязать подушною повинностью каждый вечер высылать по очереди народ в театральную залу: на одну публику надеяться нельзя» [19, с.344]. На Западе в залах, где давались представления или концерты, господствовали довольно строгие нормы поведения публики. В России аналогичных норм не было. В середине XIX века с Запада Н.Г. Рубинштейном была перенесена идея слушать музыку на концерте. Журналисты удивлялись: «Принято за странное правило, в то время, когда играется или поется, не входить в концертную залу» [21, с.302]. Дирекция Русского музыкального общества писала на программках конца XIX века, что в зале во время концерта не нужно разговаривать, а дамам сидеть в шляпках. При этом в программах могли быть одни из лучших в своем жанре произведений в Европе. В некоторых богатых провинциальных городах (Иркутск, Самара и некоторые другие) здания театров были просто роскошными. Но это было все поверхностно. Настоящей публики не было.

На рубеже XX века в Россию было импортировано новое зрелище. Оно сначала проникло в концертные программы французского антрепренера и ресторатора Ш. Омона как номер-чудо, но

³ Речь идет именно о театрах. Бальные помещения в России (залы антрепренеров под 4000 человек.

быстро отпочковалось и стало вести самостоятельную жизнь, изыскивать партнеров, вырабатывать новые жанры, искать свой язык. Зрелище это в России сначала не имело устойчивого названия. Его называли «электро-театр», иллюзион, движущиеся картины... Во Франции, откуда оно пришло, для его обозначения использовался термин «синематограф» или «кинематограф», то есть – «описывать движение», от греческого «кинэма, кинэмос» («движение») и «графо» («пишу»). Кинематограф – слово длинное, и все чаще в обиходном русском языке замещалось термином «кино». Правда, словом «кино» в XIX веке медики обозначали затвердевший сок различных экзотических растений, который рекомендовалось употреблять, в частности, как возбуждающее средство [28, с.389]. Трудно сказать, насколько случайно произошла встреча этих разных значений. Во всяком случае, история слов содержит и этот парадокс.

Первые кинопоказы были организованы в апреле 1896 года в столицах Москве и Санкт-Петербурге, в мае 1896 года в столице появился первый стационарный кинотеатр, и почти тогда же со Всероссийской ярмарки в Нижнем Новгороде вездесущий Ш. Омон начал завоевывать провинцию. И вслед за ним – много предпринимателей и просто предприимчивых горожан. В 1913 году в России насчитывалось уже свыше 1400 кинотеатров, из них 134 находилось в Петербурге и 67 – в Москве [20]. Много 1400 для России или мало? Это примерно по два кинотеатра или киноустановки на каждый населенный пункт, имеющий городской статус, часто работающих без перерыва с 13-14 часов и до вечера, как в балаганах. Казалось бы, все это не так отличается от Западной Европы. Но, во-первых, далеко не все города имели киноустановки, и, во-вторых, надо учесть наши просторы, когда города отстояли друг от друга на несколько дней пути, и культурная аура нередко была совсем другой. Поэтому не все города принимали искусство экранов с восторгом. Академик М.К. Любавский писал в начале XX

века: «Разбросанность населения России была и продолжает быть сильным тормозом в ее культурном развитии, в экономическом, умственном и гражданском преуспевании». [15, с. 24]. Действительно, среди кинотеатров были залы большой вместимости – 800 и даже 2000 зрителей⁴. Но в основном – 300-400 мест, да и те нет-нет да кончались экономическим крахом. Словом, статистика статистикой, а кинопроцессу еще долго пришлось охватывать население России.

Как известно, кино поначалу было немым, почему и называлось «silent movie». Функцию человеческой речи выполняли изображение действия на экране и титры, а вне экрана – музыка. Ясно, что титры были рассчитаны на грамотных горожан, причем на людей, которые умели быстро читать, а не складывать в слоги отдельные буквы. В этом смысле кинематограф предъявлял определенные требования к образовательному уровню зрителей, тем более что часть зарубежных фильмов шла с оригинальными титрами.

Музыка была также очень важной составной частью кинематографа, связывая зал и экран. Картины сопровождали оркестры, ансамбли, фортепьяно, которые специально покупали владельцы залов, и даже электропианино. В зависимости от контингента зрителей в различных кинотеатрах играла разная музыка и разные составы. В одних кинотеатрах – электропианино или рояли, в других – оркестр, который иногда назывался «симфоническим», или джаз, где-то – оркестр военной музыки. Но там, где собиралась публика попроще, – пианино. Среди многообразия составов не было только народного жанра. Музыка своими средствами отсекала негородское население. Да и посещение кинотеатра для этой категории публики было проблематично – билеты для нее были слишком дорогими. Цена за место доходила почти до 2 рублей, тогда как максимальный дневной заработок рабочего

⁴ На Серпуховской площади в Москве в 1913 году работал кинотеатр «Великан», вмещавший 2000 человек.

составлял 1,7 руб. [30, с.170-173]. Внутри ряд дореволюционных кинотеатров были зачастую очень богато оформлены – интерьер, музыка, буфеты, фонтаны, оригинальные кресла⁵. Ясно, что эти пространства не предназначались для простой публики.

Очень важной фигурой был тапер. Он должен был подобрать покадрово музыку, связать ее в «произведение» и часто исполнять ее без перерыва много часов подряд, не сбиваясь с темпа. Часть таперов обменивалась музыкальным материалом. Стали выходить сборники, где печатались фрагменты произведений разных стилей, объединенных сюжетом и темами, например: «страстное объяснение», «восторг», «грусть» и т.д. Тапер выбирал что-то такое, что должно было понравиться публике конкретного кинотеатра, где он работал. Некоторые сборники имели жанровую направленность, как например, спортивные, цирковые. Часть таперов импровизировала, часть сочиняла что-то свое.

Отдельные таперы приглашались в другие города для «озвучивания» определенных кинофильмов. Получалось, что кинолента ехала вместе «со звуком», а тапер, кроме озвучивания киноленты, мог давать концерты. Среди таперов-гастролеров, например, – дама, фигурировавшая под именем «баронессы А.И. Ордо». Провинциальная пресса писала, что она прославилась игрой «в иллюзиях Москвы, Петербурга и даже за границей» [12, с.3]. Для провинциальных городов это был хороший маркетинговый ход. Ясно также, что владельцы дорогих кинотеатров обращали внимание не только на экран, но и на музыку, и готовы были пригласить музыкантов даже из другого города, лишь бы угодить своей публике. Экран боялся своего молчания, он искал коммуникативные средства, чтобы преодолеть свою ущербность.

⁵ Например. “Художественный электро-театр” , открытый в Москве на Арбате в 1909 году, был украшен фонтаном с подсветкой, а большой экран был погружен в светящийся грот. При этом в зале было только 400 мест. Это был своего рода клуб для элиты.

Киноэкран предложил зрителю расширяющийся выбор жанров, сюжетов, человеческих типов. Кинохроника с царствующими особами, виды различных интересных мест России и в других странах, фильмы о научных открытиях, спортивных состязаниях, цирковые фильмы и художественные ленты, поначалу с использованием материала классической литературы, – все это составляло материал первых кинофильмов. Поклонники кино радовались – какой замечательный пропагандист культуры появился! Благодаря ему можно было без труда расширять свой кругозор, «воочию» видеть легендарных людей, перечитывать с экрана классику, любоваться красотами природы, рассматривать архитектуру... Б. Матушевский, а с 1900 года А. К. Ягельский, получили высочайшее разрешение документировать на киноленту жизнь царской семьи. Они снимали не только императора при исполнении государственных дел, но и в семье, а членов его семьи во время игр, учебы и т.д. Кино увековечивает русского гения Л.Н. Толстого. В 1911 году при киноателе А.А. Ханжонкова появился «Научный отдел», в задачу которого входило производство научных, видовых и этнографических картин на темы географии России, сельского хозяйства, фабрично-заводской промышленности, зоологии и ботаники, физики и химии, медицины и так далее.

И столицы, и провинция благодаря экрану смотрели на моды, столичную и заграничную пластику, удивлялись открытиям ученых, рассматривали виды мест, в которых не бывали и не могли быть, людей, с которыми хотелось, но не удалось познакомиться. Уходили в прошлое «страшилки» – рассказы странников, как выглядят и чем питаются «немцы»⁶. Но киноэкран оказался всеядным. Он был готов показывать все. Как зеркало! Недаром на

⁶ Так на Руси называли всех иностранцев, не говоривших по-русски. Странники – люди, бродившие по городам и весям (или выдававшие себя за них). А.Островский едко описал одну из странниц в пьесе «На всякого мудреца довольно простоты». Она рассказывает местной барыне, что была везде, даже там, где «люди с песьими головами».

импортное средство почти сразу были наложены цензурные ограничения. Одними из первых под цензуру попали «парижские сцены» из кварталов «красных фонарей». Экран незаметно «подравнивал» действующих лиц, реальных и вымышленных, превращая их в сопоставимые персонажи. И император, и «Ванька-разбойник» на экране смотрелись схоже, степень свободы для кинозрителей была почти одинаковой. Более того, император, запечатленный на пленку, терял намного больше, чем мифологический «Ванька»: царь – наместник бога на земле, его подданный видел считанное число раз в жизни или вообще не видел, но когда в документальной ленте он выступал в роли любящего отца семейства в обыденной обстановке, и эти кадры можно было просмотреть несколько раз за собственные деньги, сакральность его фигуры резко снижалась. В сущности, так и закладывалось основание для экранной массовой культуры – одной из важных составляющих духа города.

Экран в России пытался вывести культуру на новый уровень. Запад, откуда импортировали кино, переживал расцвет урбанистических тенденций, и кино логично впаялось в его городскую культуру. Да, собственно, оно и было одним из порождений этих тенденций. В России к 1914 году города в ее европейской части и Сибири даже статистически составляли лишь 689 единиц, тогда как сельских поселений было 132497 [31, с.3], где проживало больше 75% населения. Сколько бы ни утверждали, что в империи началась урбанизация, до нее было очень далеко. Россия делала вид, что она «как вся Европа». Она вступила в первую мировую войну «из союзнических соображений». И если крупнейшие державы готовились к войне не только технически, но и выстроили соответственно всю пропаганду, то Россия вела себя индифферентно. Да и не могла иначе – русский двор был связан с Германией родственными узами, да и многое в промышленности также было связано с нею.

Когда началась война, Запад мобилизовал все, и искусство также. Были созданы государственные институции типа «кинопропаганды», на государственные деньги сочинялись литературные произведения, оперетты, ставились спектакли [26, с.129-131]. В России ничего похожего по размаху не было. Правда, исполнение музыкальных произведений немецких композиторов считалось непатриотическим поступком. Хотя было ясно, что представить музыкальную культуру без немецкой музыки просто невозможно. Прекратился поток немецких фильмов. Населенные пункты, носившие немецкие названия, по предложению министра земледелия А. В. Кривошеина, пытались переименовать. Это нововведение было реализовано лишь отчасти. В столицах и нескольких крупных городах в течение 2-3 дней были погромы немцев, где большую роль сыграла черносотенная пресса. Но и они быстро сошли на нет. Вместе с антрепренером Н. М. Корсаковым известный актер М.В. Дальский написал пьесу «Позор Германии» («Культурные звери»). Поставил ее режиссер П. А. Анчаров-Муртовский на сцене Никитского театра в Москве летом 1914 года. Рецензенты дружно ругали и пьесу, и постановку [7, с.94]. Пожалуй, батальная живопись и только отдельные художники (очень ярко, например, Н. Рерих) откликнулись на первую мировую. А в главном, как будто ничего не было. В конце 1914 года Таиров открыл театр. Это был театр «эмоционально-насыщенных форм» или «театр неореализма» [29, с.317]. Вот это было событие!

А в кино тема войны занимала относительно скромное место, уступая салонным драмам, бытовым и уголовно-приключенческим картинам [4; 14]. Пока было можно, страна жила своей обычной жизнью. Скорее, для России первая мировая была негласной войной части двора за новые земли, замаскированную под союзническую акцию. Но очень быстро эйфория прошла. Режим дал трещину, и Россия покатила под откос. С.Ю.Витте говорил, что «драма России кроется в том, что нашу могущественную импе-

рию возглавляет монарх с мировоззрением рядового обывателя и духовным багажом пехотного полкового командира» [1, с.10]. Россия всегда зависела от первого лица. Впрочем, данный факт скорее ускорил темп перестройки главного социального мифа. А документальный экран дал возможность оценить справедливость оценки царедворца.

В 1917 году власть дважды лихорадочно сменилась. И в стране с традиционно малоподвижным населением вдруг обнаружилось «охота к перемене мест». Это не была миграция части населения под натиском врага, как во время войны [3]. Люди с окраин городов переезжали в центральные районы, меняли столичные и крупные города на небольшие, позже возвращались обратно или ехали на стройки, которые разворачивались в новых безлюдных районах. Начался рост городов. Правда, часть приезжавших в города была прежними их жителями, уехавшими в начале голодных 1920-е годов в село. Весомый процент составляли также так называемые «отходники» – деревенские жители, лишь временно, в обмен на определенные льготы, перебиравшиеся в города. Однако и при этом число закреплявшихся в городе лиц негородского происхождения было весьма значительным. Урбанистическая тенденция стала более отчетливой, чем в XIX веке.

Но урбанизация урбанизации рознь. Академик Ю.Л. Пивоваров очень точно описал сложившуюся ситуацию: «После 1917 года в течение нескольких лет в городах, по существу, произошла смена населения: практически были уничтожены дворянство и старое купечество, вытеснено, растворено и исчезло мещанство, мало что осталось и от квалифицированного, особенно потомственного, рабочего класса. На смену этим основным социальным слоям, составлявшим основу дореволюционного развития города, пришли покинувшие родные места крестьяне. Процесс «крестьянизации» города принял огромные масштабы и имел далеко идущие последствия. Однородная масса крестьян, хлынувшая в города,

превратилась там в не менее однородную массу государственных рабочих и служащих, лишенную внутреннего разнообразия, а главное характерных черт средних слоев населения. Отсутствие последних – важное следствие особого пути советской урбанизации, основной показатель ее незавершенности и один из факторов, приведших российские города к кризису в конце XX века» [23, с.106-107].

В тот период и вплоть до середины 1950-х годов, как известно, у нас в городах господствовала своеобразная концепция публичного человека, которая кардинально отличалась от западных концепций публичной сферы. Человек по-советски должен быть всегда и везде с коллективом и под надзором коллектива. И в этом одна из характернейших примет советского времени. Она проходила под поднятым знаменем «Мы», и каждый тогда существовал как его частичка, неотъемлемая, слитная. «Мы» рождалось, чтоб «сказку сделать былью». «Нас» прохладой встречало утро. И понятно, что «Я», например, «шагающее по Москве» (из известной песни А. Петрова 60-х годов), прозвучало бы в те годы диссонансом – жизнь была построена совсем по-другому. Таков был новый миф. За границами мифа оставалась жизнь. В нее не вписывались зеркала, хотя в небольшом количестве она были – в гостиницах для иностранцев и приравненных к ним командированных, а также в домах АУП и партийной бюрократии. Но и экран тоже не очень вписывался – недаром карты и спиртное были основным времяпрепровождением рабочих [14, с. 251].

Коллективный образ жизни представлялся тогда органичным и естественным, что одно время даже – на рубеже 1930-х годов – переносился в «светлое завтра». Путь в будущее виделся как переход от бараков и коммуналок к «Домам нового быта» – многоэтажным домам-спальням с обширными холлами, коридорами, библиотекой, кинозалом, баней и обязательной общественно-столовой. Лишь сон здесь предполагался индивидуальным. Впро-

чем, в те же годы была выдвинута и идея «социального сна» в особых «сонных павильонах» на несколько сот мест, который, по замыслу автора, должен был проходить в сопровождении специальных оркестров, заглушающих храп. Но в любом случае все «неспальное» время человек должен был проводить в окружении соседей, то есть, как и на производстве, в коллективе и с коллективом [8]. Игнорирование индивидуального быта – характерная примета тех лет – переносилось и в будущее.

Многие архитектурные изыски этого времени исходили именно из такой проектируемой жизни. Была разработана новая концепция клуба, где не было места сцене, а все пространство напоминало площадь и было отдано свободному общению собравшихся⁷. Публичные пространства конструировались с огромными залами до 3000 и больше мест⁸. Мы жили «миром», своеобразным, городским, хотя в чем-то глубинном, не многим отличавшимся от традиционного сельского. «Миром» мы возводили новые города, заводы-гиганты, закладывали основу энергетики страны, учились, сдавали экзамены (вспомним известный бригадный метод) и отдыхали. В ходу у нас были публичные читки книг, коллективные посещения зрелищ. И симптоматично, что на месте недавнего «БОРЗа» («Бюро по организации зрителя») было так называемое «БОРО» («Бюро обслуживания рабочих организаций») – отдельный зритель как объект обслуживания культурой плохо вписывался в систему представлений тех лет.

Быт также нес тогда приметы времени, да и не мог не нести их. «Мы» жили в бараках и перенаселенных коммуналках, жили тес-

⁷ На первой Всероссийской конференции пролетарских культурно-просветительских организаций выступила Н.Крупская. Она считала, что «рабочий нуждается в тишине», должна быть комната, «куда человек может уйти с чаем, чтобы просто посидеть, помолчать, отойти от дневной суеты, посмотреть альбомы репродукций с лучших картин»...[22] Но эта концепция была отвергнута.

⁸ В Ростове-на-Дону Дворец труда, например, должен был вмещать театр на 3500 мест, большой концертный зал на 1000 мест, малый концертный зал на 500 мест и др.

но, иногда дружно и весело. Огороженные заборами дома, дворники, не допускавшие на «свою» территорию «чужих», лифтеры, неперенные «красные уголки» в домах или бараках – все это способствовало сплочению домовых коллективов. Большую роль играли староста или домоуправ. Это сегодня с иронической улыбкой наблюдают за действиями «собирающей» фигуры подобного домоуправа, выведенного в кинофильме «Бриллиантовая рука». А тогда... Очень многое зависело от руководителя дома – моральный и психологический климат, надзор за детьми, пока работали родители, техническое состояние дома, его подъездов, двора.

А что же кино – «самое массовое из искусств»? Киноустановок в городских поселениях РСФСР стало в 1927 году 4,9 тыс., в 1940 – 8,5 тыс. [20, с. 127]. Но постоянных кинотеатров в 1940 году были почти столько же, сколько в 1913 году – 1327 [20, с.128]. На территории РСФСР некинофицированными было около 50 из примерно 877 городов (15%) и 300 населенных пунктов городского типа [20, с.126]. По результатам обследования 1930 года в месяц в среднем горожане тратили на кино: мужчины 4,9 часа, женщины – 2,9 часа [20, с.49]. То есть мужчины смотрели меньше 3 фильмов в месяц, женщины – 2. Почему же так мало? Ведь в развитых странах к концу 1930-х годов кино действительно стало одной из важных составляющих массовой индустрии городских развлечений. Почти все в западном мире ходили в кино и часто, минимум один раз в неделю. С 1900 по 1938 год прокат вырос в США, Великобритании и Франции и колебался от трех до одиннадцати процентов в год в течение почти сорока лет. В США время, затрачиваемое населением на кино, увеличилось в месяц с 2,45 часа в 1900 году до 34,879 часов в 1938-м. В Великобритании – с 16,404 до 37,537 часов, а во Франции – от 1575 до 8175 зрительских часов в год [35]. Эти данные не только нельзя сравнивать чисто количественно с российскими. В СССР даже в середине 1930 годов половина фильмов выпускалось немymi, как в конце XIX века.

А что ж сам экран? Несмотря на бодрые планы увеличить, повысить качество и т.д., жизнь шла против экрана. Кто в городе в 1920-1930 годы мог смотреть кино? Тот, кто не работал – дети и старики, ну и часть служащих. Остальные вкалывали: по 7-8 часов в рабочее время за зарплату, и по 4-6 часов без зарплаты в разнообразные фонды – в фонд голодающих, ОСОАВИАХИМа, Африки и т.д. По сравнению с селом, город представлял образец дисциплины. Но это не была дисциплина крепостных, та все же была временной – отработал на барина, остальное – свое. Это была дисциплина раба или заключенного, но часть из которых искренне верила в светлое будущее. И действительно, трудно было не поверить. Огромная территория, все главные в мире ископаемые, лес и т.д., – и все это наше, народное! Наши ученые, конструкторы, победители на различных международных музыкальных конкурсах и спортивных соревнованиях, блестящие исполнители и фантастические артисты цирка, – все это... Наше ли?

Узкий слой обслуживающей элиты, частью заимствованный у царского режима, жил в другом мире. Рабочие в 1937 году писали всесоюзному старосте М.И.Калинину: «Трудящиеся всего СССР, обижаемся на всех вас за такую сделанную дороговизну... Получая такую низкую мизерную ставку зарплаты по ставкам профсоюзов по их профсеткам, поясам 90, 100, 120. 130, 140, 150, 160, 180, 200 – это уже максимум, т.е. самое большое жалованье в месяц... а не по сдельным рабочим расчетам и не по соглашениям с нами, трудящимися... зато мы такие трудящиеся с мизерными зарплатами ходим около магазинов продуктовых и промтоварных, гастрономов-универмагов, да облизываемся... а ничего не покупаем, так как мизерные заработки все проешь, и никогда себе ничего из одежды и обуви не купишь... так как не на что покупать-то... Кто покупает-то все в этих универмагах и гастрономах? Это доктора да инженеры с их огромными заработками. Артисты-дармоеды еще хорошо у тебя зарабатывают по 3 – 4 тыс. руб. в месяц, вот они все

хорошие продукты – колбасу, сыры, масло, консервы и так далее все жрут, еще держат прислуг, собак в комнатах, да еще занимают по целым квартирам пианинами с их плясками и не голодуют. Где же тут равенство и братство-то... Пересмотрите все низкие зарплаты и увидите, что это все правда, а не ложное. Наше это письмо Вам, всем комиссарам мы написали, так как мы все ваши друзья. Пересмотрите зарплату почтальонов, кондукторов и проч. Трудящихся с низкими заработками. Зато все мы перезаложены, все наши вещи в ломбардах и все облигации госзаймов, все там у нас пропадает и не на что выкупить» [33, с.269-270].

Ясно, что экран отгораживал реальную жизнь от той, которая допускалась властью. И это тормозило (да и сейчас тормозит) движение страны вперед. Ю.Л. Пивоваров писал, что в России причины сегодняшних кризисов надо искать «в многовековом расхищении людских и природных ресурсов в ходе экстенсивного освоения огромных территорий вместо использования для подъема страны интенсивных факторов в ареалах преимущественного развития». И далее: «Вместо постепенного вызревания в очаги культуры, последние обычно превращались в большие общежития при военных предприятиях-гигантах, в военно-промышленные поселения» [24, с. 101, 106]. При этом, по статистике, рывками урбанизация в России все-таки шла. В 1961 году впервые численность горожан превысила число сельских жителей – в 1960-1970 годах сельская местность устойчиво обеспечивала около 60% прироста городского населения в год [18, с.14]. Понятно, опережающими темпами росли крупные города.

Об этом много писали, как правило, с восторгом и упоением. Но было существенное но. Как справедливо отмечал К. Маркс, «существование города как такового отличается от простой множественности независимых домов. Здесь целое не просто сумма своих частей. Это своего рода самостоятельный организм» [17, с.470]. Атака селян на организмы города, часть из которой была

организована предприятиями, а остальная – приехавшими по родственным связям или по знакомству, изменила их социальную конструкцию. Лишь небольшая часть жителей данного города может считать себя укорененными, усвоившими его традиции и нормы. Остальные – статистические горожане, жители такого-то места по прописке. А по существу – селяне.

Новые горожане несли с собой те представления и ту ауру, к которой они привыкли, которая вошла в их плоть и кровь и которая передавалась из поколения в поколение. Что такое село? Одно-двухэтажные дома, деревянная архитектура, загороженные пространства частных участков при полной внутренней открытости людей, проселочная дорога, нередко с лужей в середине. Российский «город» – многоэтажные дома, остатки асфальта, много луж и чужих друг другу людей⁹. Об этом фактически и писал М.К. Любавский. Сначала, чувствуя себя в городе чужими, селяне искали своих. И в крупных городах, где процент иногородних был большой, они без труда находили «своих» – по выговору, костюму, походке и т.д. А дальше – шел обмен информацией: где лучше, где хуже, какие перспективы...

Так образовывались «пяточки» – места сходимости иногородних¹⁰. Пяточки с 1970-годов располагались в окраинных парках, где по выходным собирались люди, работавшие на разных предприятиях, но по рождению принадлежавшие к одному региону. Со временем они вышли из зеленых окраинных зон и начали дик-

⁹ Профессор Л.Б.Коган, один из первых отечественных урбанистов, рассказывал, что как-то в Париже он оказался во время забастовки транспортников. Никакой транспорт не ходил, даже такси. Его раздумья прервал водитель частной машины, который спросил, нужна ли помощь. Узнав, что нужен транспорт, он предложил свои услуги. Доехали до места и на вопрос Л.Б.Когана, сколько он должен, он изумился. «Как, мы же с Вами парижане, мы должны помогать друг другу!». Западно-европейские независимые города возникали как «союз равных». И до сих пор реальное городское «Мы» действует.

¹⁰ Замечательный фильм об этом в 1986 году снял А.Ханютин: «Пятачок», Студия ЦСДФ (РЦСДФ), Режиссер: Ханютин А., Авторы сценария: Дегтева Н., Васильева И., Операторы: Зайцев А., Лобов А. Авторы текстов: Дегтева Н.

товать свои правила, оттесняя на периферию городской жизни настоящих горожан, «аборигенов». Не имея представления, что такое нормальный, даже не большой, а просто нормальный город, они рассматривают среду (в том числе, ее качество), в которой им довелось жить и в которой они теперь живут, как типично городскую. Центр города в этих условиях потерял свое обычное значение, движение идет не из центра, а в центр, отдельные районы обособляются и превращаются в подобие слобод. Идет децентрализация крупных населенных пунктов, многие из которых в 1960-1980 годы даже не успели стать по-настоящему городами. Хотя формально имеют больше 12 тысяч жителей, а следовательно имеют право называться городом.

Сознание таких горожан отчуждалось от городских ценностей. Они не воспринимают исторически неизбежное расширение мира городской культуры. Следствием этого является наблюдаемый в некоторых новых городах поворот (а для многих бывших крестьян просто возврат) к деревенско-поселковым ценностям. Массовое миграционное движение, продуцировало сложнейшие социальные, экономические и культурные проблемы, тормозившие развитие общества в самых различных сферах. Это было вызвано целенаправленным стремлением властей авторитарными методами “обновить”, “перемешать” социальные и культурные слои общества, блокировать развитие преемственности и традиций, что давало возможность сохранять в определенных временных рамках неизменность существующих структур власти. Поддерживалась ситуация постоянных “начинаний на новом месте”, логически вытекавших из лозунга “Отречемся от старого мира”. Если в 1920-1930 годы Сталин строил промышленность, опираясь на страх и ГУЛАГ, то, начиная с Хрущева, в дело включились экономические рычаги. Появляется «оплата за сверхурочную работу», которая в основном распространялась на рабочих. В результате уже к концу 1960 г.г. зарплата рабочих на крупных предприятиях

сравнялась с зарплатой основной части ИТР, а к 1989 г. начала ее превосходить [9, с.280]. И с мизерной зарплатой в магазин начала теперь ходить интеллигенция. Довоенная пирамида перевернулась.

Зеркально-экранные зрелища вошли в эту пирамиду на волне массового строительства знаменитых «хрущевок». Вошла сверху, как реализация решений партии. Массовое сознание к этому повороту никто не готовил. Сама по себе идея, обеспечить весь советский народ индивидуальным жильем, была замечательна. Она была импортирована из Франции, из мастерской знаменитого Ле Корбюзье. Но вот воплощение... Партия лучше знала, что нужно народу и как это сделать. Началось насильственное переселение из коммуналок, которые образовались в центрах больших городов в 1920 годы, в отдельные маленькие квартиры на окраинах. Разрушался центр. Попутно рушились только установившиеся «внутриквартирные» связи горожан в коммуналках – соседей хаотически разбрасывали по возникшим т.н. «Черемушкам». А часть бывших селян, не успев освоить и прочувствовать городское пространство, оказались прописанными на жилплощади в центре города. Все в очередной раз перемешалось. И в этот «домовый компот» влились невиданные для быта советского человека зеркала, которые вместе с новой мебелью оказывались в квартирах, телевизоры, затем видео и различные виды компьютеров и мобильных телефонов. Именно на них ложилась основная нагрузка по приобщению жителей к «новому городу». Но они были к этой роли не приспособлены – новые жители даже не понимали значение большей части слов [16].

Этот процесс шел до 1990 годов. После этого рубежа миграционные потоки внутри страны резко застопорились, но выросли эмиграционные и иммиграционные потоки. Всего за 1989-1999 годы, по российским данным, из страны в дальнее зарубежье выезжало на постоянное место жительства 90-100 тысяч человек

ежегодно [5]. Причем меняли место жительства ассы в менеджменте, в науке, в инженерии, в искусстве. Не даром около 20% уехавших сразу нашла себе высокооплачиваемую работу¹¹. Спад по миграционным процессам внутри страны являлся следствием ряда причин, среди которых самое важное значение имеет изменившаяся после крушения СССР практика обеспечения населения жильём. Началось фактически новое закрепощение населения. Человек не мог рассчитывать получить жилье, если он, как нуждающийся, много лет не стоял в очереди в своем городе. При переезде очередь он терял, если за него не вступалось предприятие. Но это происходило все реже и реже. Не в последнюю очередь это было связано с деиндустриализацией городов. Российские предприятия, кроме оборонных, не особенно нуждались в квалифицированной рабочей силе. Новая система тормозила, а зачастую и блокировала работу профессиональных коллективов высокого уровня. Европейская часть России, а потом и вся Россия начала наполняться мигрантами из среднеазиатских республик, вообще не знавших, что такое европейский город и часто не владевших русским языком.

Что мы имеем сегодня?

Гигантские спальные районы, где место удобных жилых домов занимают немногие переосмысленные гостиницы под названием «квартиры». И рядом с ними – замечательные комфортабельные строения, небольшие, в 2-3 этажа, в которых живут те, кто смог купить там современные апартаменты. Или огромные лофты на последних этажах, выходящие прямо на крышу и связанные с подземными гаражом отдельным лифтом. Их жители – особая каста. Примерно так же выглядели зажиточные деревенские хозяйства в конце XIX века: хозяева жили в огромных хоромах в окружении лачуг их работников. Так было спокойнее – меньше шансов

¹¹ URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2012/12/121128_russia_emigration_waves

сгореть. Так или иначе, в 1960-1970 годы когда-то разворачивающийся современный город начинал отступать. Как писал А. Вишневский, «потоки мигрантов сметали достижения урбанизации прошлого, заключающиеся в развитии очагов (впрочем, немногочисленных) урбанизированной культуры.» [4, с.66]. Произошла рурализация городов. В истории культуры, увы, нечто похожее уже было – достаточно вспомнить историю крушения Рима.

Экраны начали все сильнее отгораживать публику от окружающего большого мира. И делали это не только большие экраны, но и маленькие. Большие киноэкраны показывали по-старинке любовь, войну и будни милиции. Замечательные режиссеры с проблемными лентами довольствовались маленькими залами и небольшим числом копий. Их основной зритель находился за рубежом. Телеэкран дважды в начале 1960-х и в конце 1980 и начале 1990-х пытался показывать реальную жизнь, но быстро потерял к этому интерес. Все «неформатное» выдавливалось за границу. Кич начал господствовать везде и в огромных количествах.

При этом функционируют и появляются новые островки настоящего и экспериментального искусства. Успешно работают филармонии с академическим репертуаром и с выдающимися и молодыми солистами. И благодарная публика собирается чуть не круглый год не только в залах филармонии, но и в парках, в метро, библиотеках и др. Государство поддерживает гастроли больших коллективов, открылись виртуальные концертные залы с академическим репертуаром. По-прежнему, редкий международный конкурс проходит без призовых мест «филармонистов» и артистов цирка. Труднее стало попасть в театр на серьезный репертуар, нет билетов. Правда, резонанс не тот, как в 1930 годы, гораздо более скромный, но все же есть.

Растет число примеров преобразования старых промышленных пространств в художественные зоны: в центр современного искусства «Винзавод» превратился неработающий пивной завод

«Московская Бавария»; на территории прилегающего к нему бывшему заводу по производству арматуры «Арма» разместились магазины современной моды, в зданиях, принадлежавших заводу «манометр», обосновался архитектурно-дизайнерский центр «ArtPlay». Такой же проект – комплекс «Станиславского 11», выросший на месте фабрики Алексеева. В его основе – несколько старых жилых домов с фрагментами зданий XIX века, небольшой «бутик-отель», ресторан и небольшой театр, в котором начинал свою карьеру Станиславский. Очень интересно работает центр современного искусства «Гараж», расположившийся в бывшем Бахметьевском автобусном гараже.

Это неполный список только московских культурных кластеров. Но многие крупные города имеют подобные образования.

Этот принцип тоже импортирован из-за рубежа. «Джентрификация через культуру» можно обнаружить во многих городах во всем мире, и они достаточно эффективны. Они становятся центрами дальнейшего развития города, создают узнаваемый имидж, привлекают инвесторов и нужный слой потенциальных клиентов. Это также объясняет, почему за границей при реконструкции промышленных районов (перестраиваемых главным образом под офисы) сознательно используется стратегия, которую Шэрон Зуккин называет «капитализацией посредством культуры» [10, с.59]. В России вроде бы то же. Но в отличие от культуры городов Запада у нас пока все превращается в резервацию культуры города. Замечательную по содержанию. Но содержащуюся, как в резервации.

Это не очень видно. Однако все попытки выйти за границы этих резерваций в городское пространство, наталкиваются на сопротивление доминирующей поселковой среды. Это и есть деятельность разного рода активистов, люберов, некоторых депутатов, части представителей силовых структур. Они убеждены, что знают, как и что надо, и быстро навели бы полный «порядок», если бы в «Гараже» не обосновалась не только Д. Жукова, но и

Р. Абрамович, на Винзаводе – предприниматель, куратор шельфовых компаний «Роснефти» Р. Троценко, в ArtPlee – архитектор С. Десятов... Они и их единомышленники в других городах добились покровительства властей и выращивают новую среду, готовую к восприятию сложного репертуара ХХ1 века. Может быть, это будет новой городской элитой?

Может быть, настанет время, и российский экран раскроется навстречу миру – ведь он не только может загораживать наше пространство от того, к чему мы не готовы, но и способен пропускать нашу энергию, наши идеи во вне. И мы это делаем сейчас для небольшой группы своих людей, но главное, для мира. Правда, получается, что для нас мир – это заграница, большинство россиян мира пока сторонятся. Ну, а зеркально-экранные зрелища все плотнее нас прикрывают, как будто убаюкивают! Надолго ли?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ананьич Б.В. Витте и модернизация России // Россия в глобальном контексте. Цикл публичных дискуссий. В.43. М.: Никитский клуб, 2009. 64 с.

2. Арьес Ф. Ребенок и семейная жизнь при Старом порядке / пер. с франц. Я.Ю. Старцева при участии В.А. Бабинцева. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. 415 с.

3. Беженство 1915 года / Ред. В. Луба. Белосток, 2000. 416 с.

4. Великий Кино: Каталог сохранившихся игровых фильмов России (1908–1919): каталог / сост. В. Иванова, В. Мыльникова, С. Сквородникова, Ю. Цивьян, Р. Янгов. М.: Новое литературное обозрение, 2002. 564 с.

5. Вишневский А.Г. Серп и рубль. Консервативная модернизация в СССР. М.: ОГИ, 1998. 432 с.

6. Демографический ежегодник России. Статистический сборник. 1999 г. М., Росстат, 2000. 405 с.

7. Дмитриев Ю.А. Русские трагики конца XIX - начала XX вв.: Очерки. М.: ВТО, 1983. 144 с.
8. Дуков Е.В. Как в тереме живем? // Литературное обозрение. 1987. № 3.
9. Зезина М.Р. Советская художественная интеллигенция и власть в 1950-е - 60-е годы. М.: Диалог-МГУ, 1999. 396 с.
10. Зукин Ш. Культуры городов / пер. с англ. Д. Симановского. М.: Новое литературное обозрение, 2015. 419 с.
11. Козак Д. Первые вятские кинотеатры как вид прибыльного дела // Вятский наблюдатель. 23.11.2015. С. 3.
12. Куприянов А.И. Городская культура русской провинции. Конец XVIII - первая половина XIX века. М.: Новый Хронограф, 2007. 476 с.
13. Лебедев Н.А. Очерк истории кино СССР: Немое кино. [1918–1934 годы]. М.: Искусство, 1965. 583 с.
14. Левина Н.Б. Повседневность 1920—1930-х годов: «борьба с пережитками прошлого» // Советское общество: возникновение, развитие, исторический финал: в 2 т. Т. 1. От вооруженного восстания в Петрограде до второй сверхдержавы мира / Под общ. ред. Ю.Н. Афанасьева. – М.: Изд. центр Рос. гос. гуманит. ун-та, 1997. С. 244-291.
15. Любавский М.К. Историческая география России в связи с колонизацией. СПб.: Лань, 2000. 302 с.
16. Массовая информация в советском промышленном городе / Грушин Б.А., Капелюш Я.С., Федотова Л.Н. и др. М.: Политиздат, 1980. 446 с.
17. Маркс К. Экономические рукописи // К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения. 2-е изд. Т.46, ч.1. - М.: Политиздат, 1953. 496 с.
18. Межевич М.Н., Сигов И.И. К вопросу о концепции современного крупного города // Социологические исследования. 1984. №1
19. Михневич Вл. Исторические этюды русской жизни. Т. 1. Очерк истории музыки в России в культурно-общественном отно-

шении. СПб, 1879. 359 с.

20. Нейгольдберг В.Я. Функционирование искусства в зеркале статистики: в 2 кн. Кн. 2. М.: РИИ, 1993. 142 с.

21. Не Я. Жизнь в Москве // Зритель. 1862. №9.

22. Парк Р.Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социологическое обозрение. 2006. Т. 5. № 1. С. 11-18.

23. Пивоваров Ю.Л. Урбанизация России в XX веке: представления и реальность // Общественные науки и современность. 2001. № 6. С. 101-113.

24. Протоколы Первой Всероссийской конференции пролетарских культурно-просветительных организаций 15-20 сентября 1918 г. / Всероссийский совет пролеткульта; под ред. П.И. Лебедева-Полянского. М.: Пролетарская культура, 1918. - 128 с.

25. Рязанов В.Т. Экономическое развитие России: Реформы и рос. хоз-во в XIX-XX вв. СПб.: Наука: С.-Петерб. изд. фирма, 1998. – 796 с.

26. Селиверстов Д.М. Становление кинопропаганды в годы Первой мировой войны // Вестник Брянского государственного университета. Педагогика. Психология. История. Право. Литературоведение. Языкознание. Экономика. Точные и естественные науки. 2015. №3. С. 121-131.

27. Семенов-Тянь-Шанский В.П. Город и деревня в европейской России: очерк по экономической географии. СПб.: Б.и., 1910. 212 с.

28. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: Материалы для лексической разработки заимствованных слов в рус. лит. речи / Сост. под ред. А.Н. Чудинова. СПб: В.И. Губинский, 1894. 989 с.

29. Смолина К.А. Камерный театр // 100 великих театров мира. М.: Вече, 2010. С. 317-322.

30. Статистический ежегодник Московской губернии. М.: Т-во «Печатня С. П. Яковлева», 1911-1913, Вып. 4. 316 с. Загл. обл.: Ста-

тистический ежегодник города Москвы.

31. Статистический ежегодник России. 1914 год / Центральный стат. ком. М. В. Д. Петроград: Центральный стат. ком. М. В. Д., 1916. [702] с.

32. Струмилин С.Г. История черной металлургии в СССР: Т. 1. М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1954.

33. Трагедия советской деревни. Документы и материалы: в 5 т. Т.5, 1937-1939. Кн. 1. 1937 / Гл. ред. совет: В. Данилов, Р. Маннинг, Л. Виола (гл. редакторы) и др.; РАН. Ин-т рос. истории и др. - М.: РОССПЭН, 2004. 675 с.

34. Чайковский П.И. Музыкально--критические статьи. [2-е изд.]. М.: Музгиз, 1953. 438 с.

35. Черный В.Д. Русские средневековые сады. Опыт классификации: монография. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2010. 174 с.

36. Bakker G. The Economic History of the International Film Industry // Economic History [website]. URL: <http://eh.net/encyclopedia/the-economic-history-of-the-international-film-industry/> (дата обращения 22.05.2017)

SCREEN:

QUID EST НОС?

E.V. DUKOV

State Institute for Art Studies

Mirror-screen spectacle in the city is an important part of today's discourse. Without them it is impossible to make

the analysis of urban processes, communities and the way of life. Their level can be judged on the current urban consciousness. It is about urban processes in Russia, specific, compared to the developed world. In Russia, in fact, there were no cities, in the European sense, that in the process of development could not but affect the current situation.

Keywords: mirror, screen, city, Russia, Europe, the developed world, urban consciousness.

ЭКРАН КАК ЗЕРКАЛО МЕДИЙНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ

Е.В. НИКОЛАЕВА

*Московский государственный университет
дизайна и технологии*

Статья посвящена эволюции «динамического» экрана, изменению его топологических свойств, онтологических характеристик и культурной семантики – от кинематографа до голографических проекций. Экран стал мобильным, объемным, выпуклым/вогнутым, гибким, прозрачным... и не мог не поддаться на жизнь человека. Автор убеждена, что медийные экраны производят переформатирование человеческой телесности. Благодаря экрану человек получил возможность синхронного проживания в разных реальностях, отличных от реальности физического мира.

Ключевые слова: экран, зеркало, топология, онтология, кинематограф, телевидение, смартфон, человек, телесность.

Новейшее Время – это эпоха медийных революций. На протяжении полутора последних столетий самые разные медиа – посредники между человеком и пространством, человеком и человеком, человеком и его сознанием – по очереди проходили все этапы от «взрыва сверхновой» до абсолютной обыденности. Некоторые медиа поглощались другими, некоторые стремительно эволюционировали или перерождались. При этом, несмотря на громадное значение медийных средств овладения физическим

пространством (паровоз, автомобиль, телефон, самолет), подлин- ные медийные революции связаны с овладением невеществен- ной реальностью, параллельным миром образов запечатленного сущего и осуществленного метафизического (фотография, кине- матограф, телевидение, Интернет). Мобильность образов в про- странстве и времени, в том числе историческом, на несколько порядков превышает мобильность человека в его физической те- лесности. Однако медийные образы пока еще не достигли полной автономности, им самим еще требуется посредник для вопло- щения в твердом мире, и это – Экран. Экран не только занял до- стойное место в истории искусств, но и стал неотъемлемой частью повседневности, радикально изменив технологические и экзи- стенциальные параметры человеческого бытия. Именно поэтому он превратился в символический репрезентант всей современной культуры, которую все чаще называют «экранной». Именно поэто- му экран сам по себе заслуживает отдельной философско-культу- рологической рефлексии.

Закономерным образом в рамках возникшей на рубеже XX и XXI веков научной дисциплины, получившей название «археоло- гии медиа» (Ф. Киттлер, Л. Манович, Э. Хухтамо, З. Цилински и др.) [7; 8; 9; 16; 17; 18; 19; 20], экран в его технологических и социо- культурных аспектах стал ключевым элементом многочисленных исследований новых и старых медиа. В первую очередь, изыска- ния по поводу экрана (по большей части, компьютерного) связа- ны с его «генеалогией», обнаружением его близких и дальних исторических предшественников – от живописных картин в рамках до радара, отслеживающего военные цели [1; 2]. Другой ракурс – социальные и культурные ландшафты и дискурсивные практики, возникающие в современной культуре благодаря экранам [11]. Из- вестный специалист по медиатеории и один из родоначальников медиаархеологии Эрkki Хухтамо предложил создать «отдельную отрасль наук о медиа, изучающую экраны как “информационные

поверхности”» [8, с. 119]. Эту новую область исследований, по его мнению, можно было бы назвать «экранологией». Помимо экранов как готовых артефактов, экранология должна «рассматривать практику их использования, интермедийные связи с другими культурными формами, а также дискурсы, которые окружали их в разных местах и в различные эпохи» [8, с.119].

Действительно, экран как артефакт визуальной культуры изучен уже достаточно детально, из-под напластований исторической памяти извлечены самые разные его аналоги и прототипы. Телевизионный экран и монитор компьютера проанализированы бесчисленное число раз в контексте социальной психологии, культуры повседневности, медиакommunikации, виртуальной реальности и т.п. Однако не меньший интерес представляют социокультурные смыслы, которые экран как технический объект в его особой предметности и материальности привносит в пространства культуры; физические параметры и характеристики экрана каждого нового «поколения», отражающие революционные технологические и социокультурные трансформации медиа, формируют и кодируют физическую и символическую топологию культурной среды и само существование человека в ней.

Настоящая статья посвящена некоторым значимым аспектам эволюции «динамического» экрана, изменению его топологических свойств, онтологических характеристик и культурной семантики – от кинематографа до голографических проекций. Отдавая дань всем экранам (для фантазмагорий, театров теней, стробоскопов, волшебных фонарей, кинетоскопов и т.п.), появившимся в культуре домедийной эры, укажем, что первой медийной революцией, давшей начало экранной культуре как таковой, было появление и широкое распространение кинематографа и, соответственно, киноэкрана. В связи с этим отправной точкой настоящего исследования будет именно кинематографический экран.

Еще одно пояснение касается определения экрана. К катего-

рии экрана как медийного артефакта ныне неоправданно причисляют все плоские формы изобразительного искусства, включая каминные ширмы, произведения станковой живописи и даже фрески. В целом наше понимание экрана близко к определению Е.В. Сальниковой, которая предлагает понимать «под экраном некую плоскость, существующую для того, чтобы располагать на ней, вдоль нее, с опорой на нее, какие-либо изображения, которые могут быть от нее отчуждены, перемещены, изменены» [6, с. 66]. Уточним, однако, что такая плоскость сама по себе может изначально существовать не для проекций и иметь основное назначение, не связанное с визуализацией образов (например, стена дома), но при этом активно использоваться в качестве медийного экрана. Кроме того, медийный экран сегодня уже не обязательно должен быть плоскостью – в более общем случае, это может быть сложная поверхность переменной пространственной кривизны, например, фасад здания, на который проецируют самые разные изображения во время фестивалей светового искусства.

Топология экрана

Стационарность/мобильность. Экран для проекций визуальных образов – неподвижных или динамических – изначально предполагал его собственную неподвижность, фиксированность в пространстве, будь то кинозал или домашний интерьер. Домашний экран, конечно, обладал некоторой весьма ограниченной мобильностью. Разумеется, телевизор в квартире можно переставлять точно так же, как любую другую мебель, но, во-первых, это делается очень и очень редко, столь же нечасто, как, например, гардероб или диван передвигаются в другой угол. Экран для проекции диафильмов или слайдов тоже можно вешать на разные стены комнаты, однако, только до или после сеанса. Иными словами, условная мобильность стационарного экрана возможна

только тогда, когда экран выключен, то есть находится в нерабочем состоянии. Демонстрация визуальных образов и одновременное движение такого экрана просто невозможны.

Появление мобильных гаджетов и беспроводной связи представляет собой одну из главных медийных революций конца XX века, которая освободила домашний экран от жесткой детерминированности пространством, от соотношенности с предметной средой домашнего интерьера, его встроенности в довольно строго регламентированную топологическую структуру домашней обстановки. Сначала ноутбук дал человеку возможность свободного движения по дому, кардинально изменив номенклатуру связанных с ним техник тела: с таким экраном стало можно не только сидеть за столом, но и стоять, ходить, лежать на кровати, сидеть на полу или на подоконнике, его брать с собой на кухню или даже в туалетную комнату. Мобильный телефон, а затем планшет, вывел малый экран из закрытых пространств под открытое небо, что до этого было привилегией только больших экранов – в летних кинотеатрах и на рекламных конструкциях. Более того, экран стал свободно двигаться (не переставая при этом работать!) по городским улицам, пересекать вместе со своим владельцем страны и континенты.

Локализация/ растворенность. В ходе медийных революций сам экран перешел от постоянной локализации на специальной поверхности (экран для проекций в кинотеатре или монитор компьютера) к ситуативной локализации на «случайной» поверхности (стены зданий или кроны деревьев¹), а затем и к исчезновению экрана как такового, к отсутствию экранной поверхности. К при-

¹ Работы художника К. Бриена (Clement Briend) «Journées du Patrimoine» Domaine de Saint-Cloud (Наследиедней, Париж, ПаркСен-Клу); московская команды ViewMaker и др. См.: <http://art-assorty.ru/2647-clement-briend.html>; <http://photo-drive.ru/wordpress/caricynofestival-krug-sveta-2013/?=FFFFFF&b=E8DFDC&f=63E833&plc=all&png=1&pngi=1&psn=Akerman24>.

меру, разрабатываемая компанией Sony технология «LifeSpace UX» скоро позволит компьютеру обходиться вообще без дисплея как отдельного устройства и создавать четкое и контрастное изображение размером 147 дюймов по диагонали всего с нескольких сантиметров от поверхности, на которую оно проецируется². В некоторых случаях экран просто «растворяется» в трехмерном пространстве, приобретает виртуальную глубину, в которой «размещаются» голографические проекции ценных музейных экспонатов или даже фигуры «живых» людей.

Однако, все эти типы экрана не только сосуществуют, но и концептуально воспроизводятся на новом уровне: так для мультимедийного проектора сегодня используется специальный полихлорвиниловый экран, который – как встарь – вешают на стене или на специальный треножник.

Размер: большой экран, малый экран, мегаэкран, лэптоп, палттоп. Первые публичные киноэкраны в своих размерах соотносились с пространственностью витрувианского человека. Телевизионная революция открыла человеку сначала небольшое окошечко в параллельную реальность, создаваемую массмедиа. Примечательно, что в качестве параметра, характеризующего размер телевизионного, а затем компьютерного экрана, стала выступать диагональ, которая содержит символические коннотации растяжения. Действительно, экран телевизора и компьютерный дисплей начали активно расти, постепенно нарушая традиционные пропорции «канонического» формата (4:3) и в предельных случаях превращались в весьма вытянутые прямоугольники (16:9). Порой такие экраны трансформируют изображенных на нем людей в толстых коротышек, как это делает кривое зеркало в комнате смеха.

² SonyLifeSpace UX – гигантский монитор без монитора. URL: <http://www.novate.ru/blogs/260714/27123/>.

Довольно быстро революционные сдвиги в телекоммуникационных технологиях привели к тому, что изменение размеров медийного экрана стало происходить одновременно в противоположных направлениях: в сторону удлинения и расширения, пока он не овладел не только стенами домашних гостиных и спален, но стенами многоэтажных зданий, и в сторону уменьшения: так, чтобы помещаться на коленях и на ладонях. В этих изменениях «рамки» экрана – от малого к большому и наоборот – обнаруживается сложный колебательный ритм. В то время как экран айфона с каждым новым поколением наращивает на своей диагонали дюйм-другой, экран планшета стремится к канонам смартфона, публичный рекламный экран заполняет огромные поверхности, а персональный экран осваивается на циферблате наручных часов (smart-watch).

В любом случае, медийный экран от соразмерности человеку пришел, с одной стороны, к форматам, совместимым с отдельными частями человеческого тела, а с другой – со всем окружающим человека урбанистическим ландшафтом.

Форма: плоский (2D)/ объемный(3D). С начала XX века медийный экран дважды прошел путь от плоских форм, описываемых длиной и шириной, к объемным формам, имеющим дополнительное пространственное измерение – глубину. Кинематографический экран, появившийся в культуре на рубеже XIX и XX веков, представлял собой плоский (сначала тканый, затем пластиковый) холст. Экран первых телевизоров (вторая треть XX века), заключенный в массивный корпус-«ящик», приобрел объем из-за выпуклого стекла электронно-лучевой трубки, таким же был и экран первых персональных компьютеров. В конце XX века им на смену снова пришел плоский экран в виде плоских жидкокристаллических или плазменных панелей телевизора и компьютерного дисплея. В начале XXI века объемный экран возрождается вновь в голографических проекциях – в художественных и рекламных инсталляциях.

Форма (плоский /выпуклый/вогнутый). Сама поверхность экрана также изменялась в ходе медийных революций. За плоским киноэкраном последовал выпуклый экран телевизора с ЭЛТ и первых персональных компьютеров, затем с появлением ЖК-панелей экран вернулся в «исходное положение», и, двигаясь дальше, вглубь самого себя, приобрел отрицательную кривизну, когда появились вогнутые экраны мультимедийных инсталляций и телевизоров нового поколения. И как-то вдруг изящный изгиб перешел в такую степень кривизны, что экран оказался полноценной сферой – в купольных кинотеатрах, таких как, например, «Зыркус» (Москва) или «Atmosfera 360» (СПб). Примечательно, что пространственная деформация киноэкрана символически отразилась в искаженных орфографических формах, образованных семиотической рябью кривого зеркала медиареальности. Конечно, сферический экран впервые возник гораздо раньше – в начале 1920-х годов в виде куполов планетариев для проекций звездного неба. Однако купол планетария использовался исключительно для свето-механических проекций звездного неба, собственно для имитации небесной сферы, и не был в полном смысле слова медийным экраном, поскольку на нем, помимо движения звезд и планет, невозможно было показать, например, гонку паровозных локомотивов³. Современный экраный купол – это мультимедийное пространство, в котором разворачиваются вполне земные кинематографические и даже мультипликационные сюжеты. Сферический экран купольного кинотеатра XXI века образует своего рода виртуальный кокон, обволакивающий человека медийной реальностью. Наконец сегодня медийный экран может быть поверхностью самой разной кривизны и «рифлености»: изображение может встраиваться в портик с колоннами или оборачивать собой телевизионную башню, как это происходит на многочисленных «фестивалях света» по всему миру.

³ Сюжет немого фильма «TheGeneral» (1926, реж.К. Брукман и Б. Китон).

Жесткость (постоянство формы)/ гибкость (сворачиваемость). Еще один топологический сдвиг, касающийся формы экрана, связан с технологической возможностью экрана уйти от изначально заданной постоянной (в большинстве случаев достаточно жесткой) формы к гибкой. Сворачивающийся экран появился вместе с первыми практиками «освобождения» экрана от конкретного места в пространстве – домашние экраны для диапроектора хранились в свернутом виде. Точно также сегодня сворачиваются переносные экраны для мультимедийных презентаций. В начале XXI века появились прототипы по-настоящему гибких OLED-дисплеев, которые можно изгибать в разные стороны, сворачивать в рулон и убирать в шкаф или дорожную сумку, как любую другую вещь. Когда телевизор или смартфон с гибким экраном перейдет из категории прототипа в категорию серийного гаджета, это будет означать не только еще одну «степень свободы» и мобильности, но и окончательную десакрализацию экрана, его оповседневнивание, аналогично газете или постеру.

Ориентация в пространстве (вертикальность / горизонтальность). Классический кино-, теле- и компьютерный экран имеет «пейзажную» ориентацию (в терминологии, принятой в зарубежном дискурсе IT). Л. Манович выводит эту особенность современных экранов из их генетической связи с «горизонтальной» рамой пейзажной живописи [17, с. 95]. Э. Хухтамо резонно выражает, приводя контраргумент о не меньшей распространенности в классической живописи «вертикальных» парадных портретов, к тому же довольно много картин помещалось и в круглые/овальные рамы [8, с. 122]. Тем не менее, именно «альбомная» (в российской терминологии) ориентация экрана оказалась «канонической». Объяснение этому ищут и в традиционном для западной культуры способе письменности и чтения слева направо. Действительно, несмотря на то, что вертикальные экраны имеют ряд преимуществ [3], вертикальные мониторы для персональных

компьютеров используются довольно редко, хотя некоторые модели ПК позволяют инверсивный разворот дисплея – в отличие от мультимедийных инсталляций (где благодаря вертикальным экранам увеличивается пространство эстетического и эмоционального воздействия) и, разумеется, смартфонов. Легким движением руки экран мобильного гаджета в одно мгновение переворачивается в книжный/альбомный вид. Для смартфона обычной оказывается именно «портретная» ориентация. Причиной этого является не только максимальная эргономичность информации на малом экране при его вертикальном развороте, не только распространенность практик самопортретирования (селфи), но, в первую очередь, биомеханическая соотнесенность гаджета с тактильным опытом человека [13], его ладони. Именно поэтому планшет, который своими размерами соответствует кинестетической конфигурации двух ладоней, естественным образом принимает альбомную ориентацию.

Кроме того, медийный экран осваивает все возможные плоскости нашего трехмерного пространства X-Y-Z. Помимо того, что экран, как это сложилось исторически, располагается вертикально – на стенах внутри и снаружи зданий, на рекламных панелях и в рамке компьютерного дисплея, теперь он может «растекаться» по стенам и полу (мультимедиа проекты Vision («От Моне до Сезанна» и т.п., «Калейдоскоп» в проекте-аттракционе «Opticon» Ф. Декуфле). Проекционные плоскости могут возникать везде, в т.ч. на телезрителя («Земное эхо солнечных бурь» Ч. Сэндисон (Ch.Sandison, 2013, Москва).

Медийный экран нависаетверху, как небо (ТЦ «ThePlace», Пекин), или стелется, как ковер, под ногами («DigitalArabesques» MiguelChevalier, 2014, Шарджа, ОАЭ). При этом экран, который находитсяверху над головой, соотносится с небесами, и разворачивание на нем образов и виртуальных миров не противоречит семантике неба как эфемерного, ирреального, трансцендентного.

Более того, «небесный экран» [5; 14] с давних пор и поныне воспринимается как носитель особой визуальной образности, которой присущ если несакральный, то «неземной» способ существования и трансляции знаков (звезды, салют, пиротехнические шоу). Однако, если экран располагается внизу под ногами, то есть материальная физическая поверхность превращается в экран, тогда экран соотносится с землей, и происходит диффузия твердой материальной и ирреальной визуальной основы, по которой люди ходят и на которой стоят, растворение реального в нереальном, и земля уже не твердая опора материального мира, но тоже иная реальность.

Разумеется, медийный экран, начиная с первых дней кинематографа, имел сильные коннотации с инореальностью, но сегодня инореальность возникает не только благодаря тем образам, которые транслирует экран, но даже из его топологических свойств. В этом смысле примечательно появление смартфона (Yota), у которого не один, а два экрана (что вообще говоря, не слишком функционально оправданно), которые располагаются с двух сторон, обращенные соответственно к пользователю, внутрь его личного пространства, и наружу, в публичное пространство. Так возникает своего рода технократическая аллюзия метафизической двуликой сущности, наподобие Януса.

Онтология экрана

Проекции извне/изнутри. Один из революционных «поворотов» в истории экрана связан с изменением направления проекции образов. Первые медийные экраны отображали проекции, попадавшие на экран извне: через камеру-обскуру, из волшебного фонаря, кино- или диапроектора. Однако начиная с телевизора образы стали появляться на экране изнутри, из глубины не замечаемой во время просмотра (и, следовательно, несуществующей

для зрителя) аппаратной части, спрятавшейся за экраном, а затем эти материальные улики внешней генерации образов и вовсе исчезли в новых поколениях телевизоров и компьютеров с плоскими тонкими дисплеями. Собственно, с этого момента сам экран по-настоящему превратился в «волшебный фонарь» или даже «магический кристалл», показывающий «что было, что есть и что будет» и транслирующий «живые» картинки прошлого, настоящего и будущего как бы сам из себя, безо всяких очевидных посредников и медиумов. В этом магическом акте воспроизведения образов, происхождение которых невозможно объяснить с позиций обыденного опыта, экран превратился в самодостаточную сущность, обладающую особой хаотически-фрактальной структурой смыслопорождения. «Проецирование» образов на экран превращается в мистический акт, их появление и исчезновение уже не обусловлено никакими зримыми или осязаемыми причинами, они возникают «ниоткуда», подобно творческим озарениям и божественным откровениям.

Не-/автономность экрана. Изначально экраны были автономны от тех устройств, для которых они служили проекционной поверхностью и от самого изображения. Строго говоря, экран был отдельным предметом, автономным элементом коммуникативной цепочки «генератор изображения – транслятор – изображение». Любой предмет белого цвета (разной интенсивности), обладающий свойством плоскости, мог в соответствующей ситуации исполнить роль экрана (простыня, большой кусок бумаги и т.п.). Однако в эпоху телевидения и далее, в эпоху компьютеров и мобильных телекоммуникационных устройств, происходит потеря автономности экрана. С одной стороны, экран выделяется в системе вещей в отдельный, весьма специфический класс предметов. С другой, – несмотря на чрезвычайную изменчивость, потенциальное визуальное содержание медийного экрана, становится его неотъемлемой частью. Это роднит медийный экран с класси-

ческой картиной в раме и одновременно воздвигает между ними непреодолимую пропасть. Изображения на медийном экране и отчуждены и неотчуждаемы от него. Но это не конец – как отмечалось выше, благодаря новейшим технологиям экранная культура стремится отменить устройство, которое составляет ее основу, – сам экран, так что вопрос о его автономности или неавтономности все время остается открытым.

Моно-/мультиэкранность. На заре электронных коммуникаций проектор в синематеатре посылал изображения на один единственный экран. «Телевизионная» революция изменила сущность экрана, отменив «уникальность» каждого экрана в плане его визуального содержания «здесь и сейчас». Во время телевизионных трансляций происходит воспроизведение одних и тех же образов на огромном количестве самых разных телеэкранов, расположенных в самых разных топологических и географических локусах. А изображения, «проецируемые» сегодня на дисплеи компьютеров, планшетов и смартфонов, в подавляющем большинстве своем разные на разных экранах: разные сайты, разные странички разных социальных сетей, разные фильмы, разные видеоигры и т.д. Когда-то концентрированный луч света из кинопроектора ныне «рассеялся» в пространстве, превратившись в невидимые электромагнитные импульсы, в которых закодированы мириады визуальных образов, нескончаемыми потоками летящих каждый на свой экран.

Хроматизм/прозрачность. Как известно, первые медийные экраны были белыми. Для экрана, на который проецируется изображение, важно ничем не выдавать свое присутствие, не искажать семантику света/цвета в разворачивающемся на экране визуальном нарративе и не привносить семиотический шум в транслируемое сообщение. Вслед за белым экраном кинотеатра появился серый экран телевизора, на смену которому в свою очередь пришел черный дисплей компьютера и ЖК-телевизоров.

Постепенно экранная культура движется к прозрачному экрану: в 2010-х годах ведущими представлены прототипы персональных компьютеров⁴, смартфонов⁵ и бортовых компьютеров для автомобилей⁶ с прозрачными OLED-дисплеями. Более того, уже выпускаются «умные стекла» (smart-glass) для рекламных панелей, на которых демонстрируются видеоролики, и для витрин в музеях и окон в помещениях, стекла которых выполняют некоторые функции информационных мониторов, например, отображают температуру воздуха внутри или снаружи. Возможно, недалеко то время, когда обычное окно в мир действительный, материальный одновременно будет окном в бесчисленные миры виртуальной реальности. Онтологически экран проходит путь от все-отражения белого через все-поглощение черного ко все-развоплощению прозрачного.

Трансцендентное/имманентное. Медийный экран, несмотря на свой статус, с одной стороны, высокотехнологичного гаджета, и, с другой стороны, обыденной вещи, во многом наследует семантику зеркала как медиума между миром имманентного и сущностями трансцендентного, ино-бытийного порядка. До сих пор большинство экранов, когда ими не пользуются, закрывают, как зеркало, за которым прячется мир призраков, inferнального или божественного. Долгое время экран в кинозале закрывался занавесом, который открывался только перед началом сеанса, а экран для домашнего проектора сразу после просмотра (диа)фильма сворачивался и убирался в тубус. Экран телевизора первых поколений во многих домах накрывался специальной салфет-

⁴Гибкий и прозрачный 18-дюймовый OLED-дисплей от LG. 24.07.2014. URL: <http://24gadget.ru/1161058789-gibkiy-i-prozrachnyy-18-dyuymovyy-oled-displey-ot-lg-2-video.html>.

⁵ Прозрачный дисплей – реальность или миф? 04.02.13. URL: http://www.fastestpc.ru/articles/00452/prozrachnyj_displej_realmyanostmya_ili_mif.html.

⁶Например: Прозрачный автомобильный монитор Exploride. URL: <http://goodsi.ru/prozrachnyj-avtomobilnyj-monitor-exploride/>.

кой (с материалистических позиций это объяснялось вредностью солнечных лучей для кинескопа). Рациональное объяснение имеют, конечно, и чехлы для мобильных телефонов, и «обложки» для планшетов. Однако даже для современных мониторов в Интернете предлагаются кружевные и вышитые салфетки – должно быть, чтобы защитить их от пыли. Все это не отменяет символических смыслов современного экрана как особого предмета, оказывающегося при случае порталом в трансцендентную, виртуальную реальность, которая то и дело просачивается в твердый, физический мир, интерферирует с ним и затягивает человеческое сознание в свои «черные дыры».

Мультипредметность. Как отмечалось выше, экраны для нецифровых изображений в принципе могли иметь другую основную или дополнительную предметную функцию. Ранние экраны могли иметь совсем иное основное назначение – быть простыней, скатертью, обоями на стене, дверью в коридор, чертежной доской и т.д. и служить экраном «по совместительству». Эта смежность предметных «ролей» обеспечивалась специфическими физическими свойствами указанных вещей – они были белыми (или близкими к белому) и плоскими. С развитием киноиндустрии, а затем телевидения, экран стал монопредметной сущностью, превратившись в специальный класс предметов, единственной функцией которых было демонстрировать изменяющиеся во времени визуальные образы. Этот тип предметности практически совпадает с предметностью классической картины в раме, если не принимать во внимание динамичность изображений на экране. Цифровая революция вновь вернула экрану потерянную было мультипредметность. Цифровой экран сегодня помимо трансляции визуальных образов может служить картиной или серией сменяющих друг друга фотографий, зеркалом, телевизором, часами, элементом одежды (т.н. wearables), интерактивным холстом, мультимедийным столом, на поверхности которого могут отобра-

жаться любые визуальные образы и комплексы медийного типа (цифровые фотографии, страницы сайтов и т.п.). Эта предметность имманентна экрану, часто переключение режимов даже не требует целенаправленных манипуляций со стороны человека, достаточно, например, чтобы человек приблизился к зеркалу на определенное расстояние, и оно мгновенно превратится в телевизор или рекламную панель. Более того, экранные гаджеты способны взаимодействовать друг с другом без помощи человека и без визуализированного интерфейса. Так, например, фотография с экрана смартфона, поставленного на интерактивный «кофейный столик», просто ложится на столешницу, как если бы она выпала из старинного картонного фотоальбома.

При этом современные социокультурные пространства, наполненные множеством разноформатных экранов, становятся мультиэкранными. Хаотически-рекурсивные ряды экранных изображений создают не только своего рода экранный интерфейс повседневности, но и особую «сеть» медийной визуальности из информационных «облаков» и «туманов»⁷, символически отсылающих к естественному, «природному» и тем самым приписывающих экранным технологиям свойства земных стихий.

Экранные форматы человеческой экзистенции

В доэкранный эпоху жизнь человека форматировалась текстовыми нарративами – священными писаниями и художественной литературой, именно там черпались и отдельные поведенческие паттерны, и целые сценарии жизни. Экраны, начиная с кинематографа, стали делать это с существенно большей интенсивностью, апеллируя не только к сознанию человека, но и кодируя его бессознательное. В этом смысле трудно не согласиться с философ-

⁷ «Облачные» и «туманные» технологии – это не метафоры, а конвенциональные термины информационно-коммуникативного дискурса.

ской максимой В. Савчука о том, что «новые медиа – внутри нас» [4, с. 104-118].

Изменения, вызванные экспансией экранов в пространство социокультурных коммуникаций, наиболее очевидны в области телесного/тактильного опыта повседневной жизни современного человека.

По существу, медийные экраны производят реформатирование человеческой телесности: как абсолютно точно отметил Э. Хухтамо, «медиа пытаются усовершенствовать и изменить наше тело через логику аппарата медиа» [10]. Житель мегаполиса сегодня все чаще не просто идет или едет по своему городу, руководствуясь рациональными или эмоциональными визуальными маркерами памяти, но следует за навигатором, прокладывающим линию, которая разматывается на экране мобильного гаджета, словно нить волшебного клубка. Именно экраны, а не человеческое сознание, формирует топологию движения. В новой телесности, отформатированной алгоритмами экранных устройств, экран превращается, по меткому выражению М. Ямпольского, в «антропологический протез» [12]. Малые экраны форматируют человека в его жестуальности: поворот ладони, держащей мобильный телефон, и голова, слегка наклоненная вниз, образуют иконографический знак, напоминающий молитвенный жест общения к божественной мудрости и благодати. И даже в отсутствии смартфона ладонь готова в любой момент, независимо от того, спит человек или бодрствует, воспроизвести знаковый жест, как это остроумно смоделировал американский фотограф Эрик Пикерсджил (Eric Pickersgill) в своем проекте «Removed»⁸.

Значительную роль в новой телесности человека сыграла замена обычного визуального контакта человека с экраном на тактильный. Технология touch-screen сделала общение человека с

⁸ Removed. URL: <http://www.removed.social/>.

образами не только непосредственным, но и в некотором смысле интимным. Экран стал подручным средством и прирученным, ручным существом, сообразительным и отзывчивым на легкое прикосновение и поглаживание.

Не вызывает удивления, что малый экран почти сразу превратился в нарциссическое зеркало человека, предложив последнему непрерывное самолюбование и самопортретирование (селфи). При этом медийный экран может, в отличие от волшебного зеркальца из известной сказки, слукавить, польстить своему хозяину: подправить и подкорректировать изображение так, чтобы владельцу смартфона казалось, что он/она действительно «на свете всех милее». С помощью мобильного экрана человек, как и все человечество, снова переживает «стадию зеркала», зеркала эпохи Новых медиа. Неслучайно рядом с американским университетом California State University недавно появилась в рост человека скульптура в виде смартфона с зеркалом вместо экрана («Screen Identity», дизайнер GabeFerreira)⁹. Сделать селфи второго порядка (сфотографировать свое изображение в экране-зеркале гигантского ай-фона) сразу стало новым развлечением студентов калифорнийского университета. Сегодня селфи – это индексальный знак не просто присутствия человека в некотором конкретном месте, но вообще его существования в этом мире. Медийная культура с постмодернистской непринужденностью вписывает экран-зеркало не только в настоящее, но и в прошлое: вот уже и Девушка с жемчужной сережкой, и Мона Лиза обзавелись смартфоном и готовы сделать селфи¹⁰.

Публичный/ приватный экран. В ходе медийных революций экран прочно обосновался во все типах социокультурных про-

⁹Ferguson J. 'Screen Identity' art installation is a commentary on our selfie society. 23.04.2014. URL: <http://www.dailydot.com/debug/screen-identity-selfies/>.

¹⁰Например: URL: <http://macintosh.ru/wp-content/uploads/2013/11/3-1.jpg>;
URL: <https://i1.sndcdn.com/avatars-000040052648-7lxmtr-t500x500.jpg>.

странств [15] – от концертной площадки и спортивной арены, конференц-зала и художественной галереи до салона микроавтобуса и студенческой аудитории, кабинета врача и центра мониторинга дорожного движения. Соответственно, экран освоил все типы коммуникативных дистанций: публичную – в кинотеатре, личную – в домашней гостиной, интимную – на мобильном телефоне. И что удивительно, экран сумел сплавить публичное и приватное в особый модус культуры, превращающий оксюморон приватной публичности в экстравагантный фьюжен (например, в тайском кинотеатре *ParagonCinplex* каждое место в кинозале представляет собой широкий диван с подушками и покрывалом, а в лондонском *HotTubCinema* зрители располагаются в надувных мини-бассейнах и т.п.), а публичной приватности – в обыденную практику (личная информация на экране портативного персонального компьютера или мобильного телефона доступна взгляду посторонних во многих общественных местах – на улице, в вагоне метро и т.д.).

Так или иначе, встреча с экраном из особого события начала/середины XX века давно превратилось в повседневную практику. Это уже не торжественный выход в театр визуальных иллюзий с роскошным занавесом, бархатными креслами и сверкающими люстрами. В начале XXI века общение с экранными образами является абсолютной рутинной: экран ноутбука или планшета открывается навстречу зрителю-пользователю в любой, самой что ни на есть обыденной обстановке – в закуской, в электричке и т.д. Кроме того, мобильность экрана конвертировалась в мобильность самого человека, который перестал быть «стационарным» в пространстве медиакоммуникаций, перестал быть привязанным к дому, к точкам общественного доступа в Интернет, к времени коммуникаций. А экранные реальности, которые ежесекундно изменяются, обладают, помимо внутренней динамичности, внешней мобильностью, двигаясь вместе с пешеходом, пассажиром автобуса или метро, с водителем автомобиля.

Но, самое главное, благодаря экрану человек получил возможность синхронного проживания в разных реальностях, отличных от реальности физического мира. Если в кинотеатре или около телевизора экранная реальность переживается как иная, то реальность на экране смартфона в большинстве случаев воспринимается как собственная параллельная реальность, в которой течет вторая (третья и так далее) социальная или игровая жизнь человека. По мановению руки эти экранные реальности удваиваются, умножаются, приближаются и удаляются, растворяясь в реальности первого порядка, а затем растворяя ее в себе.

С каждым новым поколением экранов реальность человека становится все более нелинейной и многослойной, и это, по видимому, будет продолжаться до тех пор, пока само пространство человеческой экзистенции полностью не превратится в хаотически-фрактальную (ир)реальность.

Очевидно, что разные типы экранов создают разные типы взаимодействующих «слоев» физической, социальной и виртуальной реальности. Так при просмотре фильма, демонстрируемого на экране в кинотеатре, в физической и социальной реальности каждый зритель находится по отдельности, но при этом люди в кинозале находятся все вместе в одной – коллективной – инореальности. А вот в компании друзей, сидящих в кафе вместе за одним столом, нередко каждый пребывает в своей собственной индивидуальной инореальности, в которую он попадает с помощью светящегося экрана своего личного мобильного гаджета.

Социальная реакция на экзистенциальный поворот в культуре экранной повседневности выразилась в появлении на улицах некоторых европейских и азиатских городов дорожных знаков с неформальным названием «Осторожно, зомби»¹¹. На этих предупреждающих водителях знаках нарисованные люди идут, уткнув-

¹¹Например, дорожный знак «Осторожно, люди с мобильными телефонами» в Стокгольме: URL: <http://mtdata.ru/u23/photo0055/20712858637-0/original.jpg>.

шись в экраны мобильных телефонов, а рядом точно также, не замечая ничего и никого в первой реальности, прямо по проезжей части идут пешеходы с экранами и экранчиками, затянувшими их в параллельную реальность. Водители автомобилей тоже не прочь пожить одновременно в двух реальностях, и тогда социальная реклама, на которой изображены авто-«всадники без головы», предупреждает уже их самих: «Whenyouusea mobilewhileyoudrive, yourheadis somewhereelse» (Fundación SegurosCaracas)¹². Фотопроект «SUR-FAKE» Антуана Гейже (AntoineGeiger)¹³ представляет собой художественную рефлексию о почти физическом уходе Человека Экранного в медийноеино-бытие: даже в Лувре многие посетители вместо созерцания шедевров мирового искусства в буквальном смысле с головой погрузились в параллельный мир экранных образов.

Интересно, тем не менее, что европейское сознание воспринимает такую трансгрессию физической и экранной экзистенций еще вполне оптимистично. В видеороликах про селфи – российском («На Интернет-зависимых не наживаемся», реклама TELE2)¹⁴ и британском (Mr.Selfie)¹⁵ – современный человек, находящийся сразу в двух реальностях, вопреки всей топологической сложности повседневного городского пространства, оказывается неуязвим в материальном мире: его физическое «я», словно астральное «тонкое тело», легко обходит все препятствия и ямы, уклоняется от случайных ударов и т.п. А вот японский мультфильм о смартфон-зависимости¹⁶ – это настоящая антиутопия: человек

¹² «Когда Вы используете мобильный телефон во время вождения, Ваша голова находится где-то в другом месте» (англ.).URL: http://adsoftheworld.com/sites/default/files/styles/media_retina/public/images/seguroshead.jpg?itok=Nc8er65r.

¹³ URL: <http://www.antoinegeiger.com/SUR-FAKE>.

¹⁴ URL: https://www.youtube.com/watch?v=D2n_jTEyRlw.

¹⁵ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0RjAx8lma80>.

¹⁶ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6Mwpmjf6cwE>.

со смартфоном уничтожает всю землю, но умирает от горя при виде своего безнадежно поврежденного смартфона. Японское общество, живущее в пространстве высоких технологий, гораздо сильнее ощущает разрушительную мощь малого экрана. И хотя до такого пессимистического финала человечества, скорее всего, дело не дойдет, малый экран весьма успешно возвращает человека в эпоху бесписьменной культуры. Каков экзистенциальный смысл все более привычного общения человека со своим экраном без тактильных контактов и графических символов, одним лишь голосом («о'кей, гугл!») или даже мыслью¹⁷, пока остается не вполне ясно: то ли это погружение в высокотехнологичный «первобытный синкретизм», то ли первые шаги человека в культуру будущего поколения «индиго». Однако, и в том, и в другом случае Экран безо всяких сомнений сохранит свою магическую способность форматировать и человеческую телесность, и всю человеческую экзистенцию.

Завершая, хотелось бы подчеркнуть, что разные типы экранов, когда-то появившиеся на исторической сцене, в большинстве своем продолжают существовать одновременно с экранами новейших конфигураций, технологических параметров и социокультурной семантики. Новое не отменяет старое, как кино в свое время не отменило театр, а телевизор – кино. Экран продолжает быть зеркалом все новых медийных революций, но при этом онтологический признак экранности объединяет и старые, и новые экранные медиа. Медийные революции влияют на общий ход медиа-истории, которая, однако, в силу своей сложной, нелиней-

¹⁷В рамках рекламной кампании S7 Airlines (апрель 2015 г.) был представлен инновационный проект ImaginationMachine, в котором участникам предлагалось одной силой мысли привести виртуальный самолет в страну своей мечты. Не сбиться с маршрута, отображавшегося на экране, участникам помогала концентрация на образах, связанных с желаемым местом – полет напрямую зависел от мозговых импульсов, которые считывались с помощью технологии электроэнцефалографии и, в свою очередь, транслировались на экран. URL: <http://monocler.ru/the-imagination-machine-novaya-reklama-s7/>.

ной динамики осуществляет и кумулятивно-революционное, и циклично-эволюционное движение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гир Ч. Генеалогия компьютерного экрана // Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / Росс. Ин-т культурологии, Мин. культ. РФ; отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб: Дмитрий Буланин, 2012. С. 38-54. [Ориг. на англ. яз.: Gere Ch. Genealogy of the computer screen. Visual Communications, 2006, Vol. 5 (2), pp. 141-152].

2. Манович Л. Археология компьютерного экрана // Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / Росс. Ин-т культурологии, Мин. культ. РФ; отв. ред. К.Э. Разлогов. – СПб: Дмитрий Буланин, 2012. С. 55-76.

3. Оборотов П.Б., Корчагина Т.А. Вертикальный экран. Неудачный эксперимент или неиспользованная возможность? // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 3-2 (34). С. 101-102.

4. Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во РХГА, 2014. 348 с.

5. Сальникова Е.В. Звездное небо как пространство визуальной информации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2011. № 4. С. 242-248.

6. Сальникова Е.В. К предыстории внутриэкранной мизансцены компьютера // Наука телевидения. 2016. № 12.2. С. 30-58.

7. Хухтамо Э. Заметки по поводу археологии медиа // Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / Росс. Ин-т культурологии, Мин. культ. РФ; отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб: Дмитрий Буланин, 2012. С. 95-106. [Ориг. на англ. яз.: Huhtamo E. From Kaleidoscomaniac to Cybernerd. Towards an Archeology of the Media. Leonardo, 1997, Vol.30, No 3, p. 221-224].

8. Хухтамо Э. Элементы экранологии: к проблеме археологии медиа // Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / Росс. Ин-т культурологии, Мин. культ. РФ; отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб: Дмитрий Буланин, 2012. С. 116-176. [Ориг. на англ. яз.: Huhtamo E. Elements of Screenology: Toward an Archeology of the Screen. ICONICS: International Studies of the Modern Image. 2004. Vol. 7, p. 31-82].

9. Цилински З. Набрасывать и выявлять. Аспекты генеалогии проекции. СПб.: Эйдос, 2013. 64 с.

10. Эволюция технологий: Эрки Хухтамо о том, чем занимаются археологи медиа [Электронный ресурс] // Теории и практики. 2015. 3 февраля. URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/10145> (дата обращения 23.05.2017).

11. Экранная культура в современном медиaprостранстве: методология, технологии, практики: сб. науч. статей / под ред. Н.Б. Кирилловой и др. М.; Екатеринбург: Российский институт культурологии; Уральский рабочий. 2006. 285 с.

12. Ямпольский М. Экран как антропологический протез // Новое литературное обозрение. 2012. № 2 (114). С. 61–74.

13. Cooley H. R. It's all about the Fit: The Hand, the Mobile Screenic Device and Tactile Vision // Journal of Visual Culture. 2004. Vol. 3(2). p. 133-155.

14. Huhtamo E. The Sky is (not) the Limit: Envisioning the Ultimate Public Media Display // Journal of Visual Culture. 2009. Vol. 8(3). pp. 329-348.

15. Jewitt C., Triggs T. Screens and the social landscape // Visual communications. 2006. Vol. 5(2). p. 131-140.

16. Kittler F. The History of Communication Media // URL: <http://ctheory.net/articles.aspx?id=45> (дата обращения 25.05.2017).

17. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press. 2001. 354 p.

18. Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications

/ Eds. E. Huhtamo & J. Parikka. Berkley, Los Angeles, London: Univ. of California Press. 2011. 368 p.

19. Parikka J. What Is Media Archaeology? Cambridge, Malden: Polity Press. 2012. 200 p.

20. Zielinski S. Media Archaeology / Kroker A. & M. (eds.). Montreal. 1997. p. 272-283

THE SCREEN AS A MIRROR OF THE MEDIA REVOLUTION

E.V. NIKOLAEVA

Moscow State University of Design and Technology

The article is devoted to the evolution of the "dynamic" screen, the change of its topological properties, ontological characteristics and cultural semantics – from cinematography to holographic projections. The screen has become mobile, three-dimensional, convex/concave, flexible, transparent... and could not but influence on a person's life. The author is convinced that the media screens produce a reformation of human physicality. Thanks to the screen people got the possibility of synchronous living in different realities, different from the reality of the physical world.

Keywords: screen, mirror, topology, ontology, film, TV, smartphone, people, physicality.

ОТ РИТУАЛА ДО ЭКРАНА – ЭВОЛЮЦИЯ ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА

М.И. КОЗЬЯКОВА

*Высшее театральное училище
им. М.С. Щепкина*

На взгляд автора, культурная среда служит естественной средой нашего обитания, постоянным фоном повседневной жизнедеятельности. Масштабные трансформации, наблюдаемые в различных областях жизни, нарушают органичность и целостность культурного универсума, ликвидируют его стабильность и предсказуемость. Публичное пространство становится динамично меняющейся, искусственной средой. Комфортная городская среда способна в значительной степени смягчать имущественное неравенство горожан, устранять жёсткую зависимость качества жизни людей от уровня их доходов.

Ключевые слова: публичное пространство, городская среда, универсум, стабильность, фрагментарность, актер, актор.

Для человека XXI века культурная среда служит естественной средой обитания, составляя постоянный фон его повседневной жизнедеятельности. Окружающий человека мир является его собственным творением, и потому в известной степени утрачи-

вается оппозиция искусственного и естественного, внешнего по отношению к нему – наступает так называемый «конец природы» (Э. Гидденс).

Масштабные трансформации, наблюдаемые в различных областях жизни, нарушают органичность и целостность культурного универсума, ликвидируют его стабильность и предсказуемость. Они отличаются скоростью протекания процессов, масштабом, радикальностью происходящих перемен. Последовательность традиционного, линейного типа развития уходит в прошлое, замененная сложными типами траекторий, в том числе цикличностью, возвратом и повторением, новыми принципами взаимодействия порядка и хаоса. Нестабильность, фрагментарность искусственно созданной среды превращается в настоящее время в ее важнейшую характеристику. Лабильность временного фактора меняет и пространственные характеристики – темпы социокультурной динамики настолько возросли, что мир становится «ускользающим». [8]

Потеря стабильности, переход от линейного к ризомному типу развития сопровождается накоплением непредвиденных последствий, формируется «общество риска», причем «риски, как и богатства, распределяются по классовой схеме, только в обратном порядке: богатства сосредотачиваются в верхних слоях, риски в низших». [6] «Побег и ускользание, легкость и переменчивость» доступны в данных условиях отнюдь не для всех слоев, но только для имущих классов, обеспечивая им некую экстерриториальную независимость. Для всех остальных «обесценение порядка», «неясность жизненного контекста», «зыбкость всех возможных точек отсчета» внушают опасения, сигнализируют, что «впереди же нас ждет лишь большая гибкость, большая рискованность и большая уязвимость», – отмечает З. Бауман [4, 51]. На какие основания опирается в таких условиях кристаллическая решетка социума, как моделируется и поддерживается дихотомия «приватного и публичного»?

Представляется интересным рассмотреть в этой связи публичное пространство как образец динамично меняющейся, искусственно созданной среды и связанных с ней социальных практик. Так ли нов этот феномен, принадлежащий, по первому впечатлению, периоду Нового и Новейшего времени, как в данной среде поддерживается «онтологическая безопасность»? У большинства авторов, занимавшихся данной проблематикой, публичное пространство интерпретируется в качестве феномена урбанизации. И в статье речь также будет идти о европейской городской среде, одной из старейших цивилизационных моделей, и, соответственно, о публичности европейской городской жизни, ее пространственных характеристиках.

Публичное пространство может рефлексироваться в качестве феномена культуры, который имеет как эмпирический, так и глубокий философский смысл, следовательно, подлежит рассмотрению в культурологическом и историческом плане. Предварить исследование необходимо дефинированием самого понятия, что позволило бы репрезентативно очертить границы анализа, поставить его в определенные рамки. Выполнение этой естественной процедуры сразу же наталкивается на известные затруднения, поскольку в современной гуманитарной науке нет не только четко фиксируемой, устоявшейся дефиниции публичного пространства, но и определения публичности. Среди социологов, философов, культурологов не существует единого понимания или единообразного подхода к этому явлению – публичность фактически не дефинируется. Имеются лишь отдельные представления, трактовки, которые не дают возможности метрической атрибуции или топографической локализации публичности. Более того, в российской официальной лексике, в документах практически не используется понятие «публичного пространства», его заменяет термин «открытое пространство», который имеет несколько иной смысловой контент.

Эта ситуация не является экстраординарной для постмодернистской гуманитарной науки: современность растворяет определенность практически любой формы, границы делаются текучими, она дрейфует, мутирует. Движение формообразования усложняется, смысл становится вариативным, движущимся, происходит расслоение, отслаивание смысловой фабулы. Это касается сложной процессуальности многих явлений, пластов культурной жизнедеятельности, Предметом дискуссий в настоящее время является, например, понятие нации, а также связанного с ним феномена национализма. Последние важны не только для политической сферы, но и для современных культурологических исследований, поскольку пространство культуры локализуется в национальных, этнических формах, имеет региональную специфику. Дискуссии, проходившие в научном сообществе, не позволили однозначно определить содержание категории «нация», что, однако, нисколько не препятствуют его функционированию в реальной жизни. Такова же может быть ситуация с публичным пространством.

В области «публичного» дефинируется лишь «публика» – «формально неорганизованная группа, члены которой имеют общие интересы, осознаваемые ими в качестве таковых при непрямом общении и контакте». Определение, данное в Энциклопедии социологии, отражает основные качества группы, не фиксируя иные характеристики, в том числе социальную принадлежность ее членов. В других словарях акцентируется нейтральный, пассивный статус данного контингента как объекта внешнего воздействия, как целевой аудитории – «зрители, слушатели, покупатели» и др. Такую трактовку дают современные словари. Социальный статус публики, однако, как и подобающие ей стандарты поведения, четко закреплялся в прошлом, в частности, в дореволюционной России. В Толковом словаре Даля оговаривалась эта специфика: публика – не только общество, народ, люди, люд – «у нас публикой зовут общество, кроме черни, простого народа» [15, с. 1863-1866].

Это прилично, т.е. по-европейски, одетые люди – «второй после высшего света многочисленный разряд состоит из людей среднего и даже ограниченного состояния».

Еще более резко, с уничижительными этическими коннотациями отделена была «чистая» публика от народа у славянофилов. Классическую характеристику дает К. Аксаков: «Публика – явление чисто западное и была заведена у нас вместе с разными нововведениями. Она образовалась очень просто: часть народа отказалась от русской жизни и одежды и составила публику... Разница между публикой и народом у нас очевидна ... Публика говорит по-французски, народ по-русски. Публика ходит в немецком платье, народ – в русском. У публики – парижские моды. У народа – свои русские обычаи. Публика спит, народ давно уже встал и работает... Публика презирует народ – народ прощает публике. Публике всего полтора года лет, а народу годов не сочтешь. Публика преходяща – народ вечен» [1, с.70].

Публичное пространство рассматривалось у «классиков» пост-модернизма Ханны Арент, Юргена Хабермаса, Джейн Джекобс, Ричарда Сеннета, в отдельных случаях специально исследовавших этот феномен, посвятивших ему отдельные работы. Различия в трактовках прежде всего относятся к принципиальному моменту: данный топос может обладать отличными друг от друга существенными характеристиками, интерпретироваться в форме как реального, так и виртуального пространства. Тем не менее, при всех различиях к концу XX века в гуманитарных науках сложился относительный консенсус в понимании «публичности». На первый план выдвинулись «течения», условно связанные с именами Х. Арент и Ю. Хабермаса: они имеют общие подходы, но делают акценты на разном временном и смысловом наполнении публичной жизни. Получила признание и концепция Р. Сеннета – К. Гиртца. Их можно считать «мейнстримом», к которому примыкают менее известные концепты.

Ханна Арендт трактует публичность как пространство встреч свободных граждан и выработки ими, в результате обсуждения, некоторой согласованной точки зрения на волнующие всех вопросы общественной жизни. Она рассматривает публичную сферу не как медийное, виртуальное пространство информационного обмена, а как реальную сферу непосредственного взаимодействия людей – «предстояние других, которые видят, что мы видим, и слышат, что мы слышим, удостоверяет нам реальность и нас самих». [2, с.66]

Х. Арендт, как и большинство исследователей публичности, связывает эту сферу с появлением демократии, и потому с публичной жизнью, по ее представлениям, ассоциируется античная греческая агора, римский форум. Действительно, греческая агора в максимальной степени удовлетворяла условиям «предстояния». Эклесию Афин, являвшуюся высшим органом полисной власти, характеризовала исключительная для Древнего мира суверенность: никто не мог ограничить ее компетенцию, так как единственным методом воздействия на собрание служило убеждение, и потому демагоги, владевшие ораторским искусством, становились народными вождями.

Полис интерпретируется Х. Арендт как дискурсивное пространство, а античный грек – как человек политический: сам полис конституируется непосредственно его свободными гражданами: «не Афины, а афиняне были полисом». На агоре античный грек проводил большую часть своего дня, заполняя это время привычными и потому будничными занятиями: торговлей, едой, общением, обсуждением насущных вопросов, получая и, в свою очередь, делясь информацией.

Публичное пространство античности, однако, носило весьма ограниченный характер: гражданами являлись только свободно-рожденные жители города, мужчины старше 20 лет. Таким образом, бесправными оставались женщины, иноземцы-метеки, рабы

– практически публичная сфера охватывала лишь восьмую часть населения.

В Риме публичным пространством являлся форум, т.е. рыночная площадь, сердце городской жизни. Она была центром политической и культурной жизни города – одновременно местом народных собраний, отправления правосудия, источником информации. Здесь же, как правило, находился главный храм. Люди направлялись в центр, чтобы сделать покупки, принять участие в общественной жизни, послушать известных ораторов или адвокатов, узнать новости, встретиться с деловыми партнерами, да и просто провести время, глаза по сторонам, играя в азартные игры, закусывая. Сюда же, в первую очередь, стремились попасть провинциалы, приехавшие в столицу.

Публика спешила на форум, особенно в утренние и дневные часы, и потому здесь всегда было очень многолюдно и шумно. Как писал Ювенал: «Мнет нам бока огромной толпою». Многотысячная толпа создавала давку, скученность, оглушительно галдела. Огромное количество людей занималось самыми разнообразными делами, зачастую не обращая друг на друга внимания и, по видимому, не мешая друг другу. Жизнь в толпе, публичность существования составляло одну из самых значимых черт римского образа жизни. [11, с.243] Теснота – в первую очередь порождение перенаселенности многих городов, и она же – привычная повседневность, проявление демократической тенденции полисного равенства.

С исчезновением античности исчезает потребность в непосредственной дискуссии, разрушается сфера публичного дискуссионного пространства. Упадок публичной сферы происходит одновременно с расширением гражданского контингента: при всем демократизме процедур физически вряд ли реально было обеспечить большому числу граждан возможность собираться вместе, непосредственно присутствовать, принимать личное участие в об-

суждении законов, в решении об их вступлении в действие. С возникновением печатной продукции, с развитием средств массовой информации отпадает потребность в непосредственном контакте для получения информации, в личном, «телесном» участии в дискуссии-предстоянии, и человек ограничивается информацией, получаемой посредством медийной продукции: «каждый загнан теперь в свою субъективность, как в изолятор, и эта субъективность не становится менее субъективной»[1, с. 76].

Иная модель свободной дискуссии с использованием публичного пространства описана у Ю. Хабермаса. Здесь публичная сфера представлена как неформальная сеть для обмена информацией. Она воспроизводится через коммуникативное действие, для которого достаточно владеть родным языком, то есть в основе ее функционирования лежат повседневные коммуникативные практики. Хабермас полагал, что именно в XVIII веке динамика развития капитализма, потребность в консолидации вновь складывающегося класса предпринимателей привели к осознанию необходимости максимально расширить ряды участников политических дискуссий, предоставить им свободу слова. Обсуждение в прессе предполагаемых реформ, парламентские дебаты отвечали тенденциям, которые формировали и динамично развивали рыночные отношения.

Абсолютистское государство «старого порядка» поддерживало и защищало сословные принципы, что соответствовало прежнему, дворянско-аристократическому, но никак не новому буржуазному укладу, и потому противодействовало ограничениям, борьба прессы за независимость, свободу слова, стремление сделать обсуждение публичным всячески поддерживались представителями буржуазного класса. С тех пор традиционным для западной прессы стало неременное подчеркивание своей независимости от государства, бравоирование оппозиционностью. В этих условиях рождалась политическая оппозиция, которая постоянно инициировала борьбу

мнений, практиковала дискуссии по широкому кругу вопросов, использовала газетные страницы для пропаганды своих идей.

Этот период был благоприятен для развития медийного пространства: при относительной дешевизне печатной продукции создавались условия для роста тиражей, для обсуждения актуальных политических событий, назревавших социальных перемен. Требовалось непосредственное участие граждан в принятии социально значимых решений и одновременно им давалась эта возможность. Проявлялась специфика публичной сферы Нового времени: она охватывала уже не избранный круг гражданского населения античности, но апеллировала к массе людей, желавших участвовать в политическом процессе.

Ю. Хабермас разработал концептуальную идею «Öffentlichkeit» (нем. публичность), которая получила выражение в теории коммуникативного действия. Понятия «публичное пространство», «публичная сфера», «публичность» в этой концепции означает виртуально-медийное по форме пространство, в котором общественное мнение формируется в процессе активной оценочно-критичной дискуссионной деятельности. Ю. Хабермас связывает функционирование публичного пространства не с реальными контактами, а исключительно с печатными изданиями; соответственно участниками общественно значимой интеллектуальной дискуссии становятся, естественно, все грамотные, обращающиеся к прессе члены общества. На данном этапе публичная сфера оказывается некой виртуальной общностью, формат которой складывается с ростом печатных изданий и формируется как общность «тех, кто читает, пишет и интерпретирует».

Проблемы публичной сферы рассматриваются Ю. Хабермасом в связи с анализом коммуникационной тематики, а также в связи с исследованием процессов формирования демократического общественного мнения. Классик теории коммуникативного действия ставит вопрос об условиях функционирования публичной

информации и отвечает на него, описывая историю публичной сферы как некоего культурного феномена, который возникает на ниве политического расцвета либерализма. Публичная сфера, как она представлена в концепции Ю. Хабермаса, соответствует представлениям философа о свободной коммуникации [18]. Для нее необходимо выполнение некоторых условий: участники коммуникации должны быть равны и свободны от внешних принуждений, к которым могут относиться манипуляции, политический шантаж и т. п.; публичная дискуссия должна происходить по поводу значительных проблем, имеющих смысл для всех участников дебатов; не может быть запретов на ограничение дискуссии, каждый из ее участников обладает равными правами. В XIX веке, таким образом, сложились основные черты публичной деятельности: открытая дискуссия, критика властей, гласность, независимость медиаструктур от контроля государства.

Либеральная по своей сути модель, как полагали и Х. Арендт и Ю. Хабермас, органически присуща человеческому сообществу как форма коллективной рефлексии. С течением времени, однако, публичная сфера, обладавшая условиями свободной коммуникации, существенно трансформировалась, поскольку исчезла былая оппозиционность, а государство превратилось в институт управления в интересах нового класса, его отдельных влиятельных групп. Расцвел лоббизм, в парламенте, в массмедиа все наглядней проявлялись результаты лоббистской деятельности. Каждая партия пыталась оказать влияние на общественное мнение, эта деятельность рассматривалась как серьезный партийный проект, нуждавшийся в финансировании. Публичная сфера теряла свою независимость, она переставала соответствовать идеалу свободы, превращаясь из демократии в ее искусную имитацию. Такая тенденция явилась в известной степени возвратом к предшествующей эпохе, новой архаикой – «рефеодализацией» (Ю. Хабермас). Место открытой, честной конкуренции идей занимает борьба

внешних сил, давления и принуждения, финансируемая капиталом – некий аналог средневековых судебных ордалий.

С другой стороны, в XX веке стремительное распространение информационных технологий ведет к интенсификации информационных контактов. Технологический прогресс создает новые возможности по формированию массовой аудитории вследствие дальнейшего развития массмедиа – прессы, телевидения, Интернета. Социальные связи все более определяются и опосредуются информационными. Отличие информационного общества от предшествующей стадии развития выражается в многообразии информационных потоков, расширении медийного пространства, в формировании нового образа публичности – экрана.

Новейшие типы социальных связей осложняют существование дискуссионного пространства наличием множественности смыслов – установки и приоритеты различных масс-медийных структур взаимодействуют друг с другом, сталкиваются и резонируют, создавая в итоге фрагментарность, дискретность информационного дискурса. Механизм его производства не позволяет составить целостное впечатление об объективной реальности, но лишь дробит и искажает ее. Массовый потребитель информационной продукции получает портрет мозаичного, пестрого, лишенного жестких закономерностей мира. Как отмечал М. Маклюэн, «популярная пресса не предлагает ни индивидуального взгляда, ни точки зрения, а предлагает лишь мозаику позиций коллективного сознания...». Активируется характерный для современности способ «инклюзивного, или одновременного, восприятия всего множества фактов», при котором отсутствует отчетливо выраженная точка зрения или линейная последовательность [13, с.183] – диалог в его классическом смысле становится проблематичным.

Поздний капитализм, однако, оценивает важность общественной рефлексии и прилагает усилия к развитию пиар-технологий, которые делают возможным эффективное манипулирование

общественным мнением. Новые технические достижения, таким образом, не демократизируют публичное пространство, напротив, используются в прямо противоположных целях. Публичность редуцируется и постепенно сходит не нет вместе с закатом либерализма. Для Ю. Хабермаса идеалом *Öffentlichkeit* был просветительский рациональный дискурс, свободный от внешних влияний и потому достижение нужного результата за счет применения особых практик управления расценивалось им как свидетельство гибели публичной сферы – прогресс пиар-технологий стал крахом публичности. Иначе говоря, лишь ранний капитализм видится Ю. Хабермасу продуктивным в аспекте формирования действительно свободной коммуникации, в наличии публичности в ее подлинном смысле.

Подход Х. Арендт и Ю. Хабермаса связывает публичную сферу с политикой и выработкой политических решений, обосновывает доминирование политического плана, акцентирует внимание на необходимых условиях обеспечения демократических процедур. Но получил распространение и другой, неполитизированный подход к пониманию публичной сферы. Его связывают обычно с именами Ричарда Сеннета, Клиффорда Гиртца, Ирвинга Гофмана и некоторых других исследователей. Они рассматривают публичность как «социабельность» (*sociability*) – способность к осуществлению социального взаимодействия, как феномен социальной жизни. В данной интерпретации речь идет прежде всего о собраниях (*gathering*) людей в каком-либо реальном, топографически локализуемом месте. То есть публичное пространство как урбанистический концепт в привычном понимании, публичное место – это место, где люди собираются и находятся вместе какое-то время. Публичная сфера трактуется как пространство, где имеют место «множественные незапланированные взаимодействия», где незнакомые люди могут встречаться и наслаждаться компанией друг друга. Это реальные городские общедоступные места, приспособ-

бленные для пребывания публики, – в их пределах происходит подавляющее большинство социальных интеракций. В качестве таковых в больших и малых городах выступают места массового скопления людей – площади, улицы, парки, скверы, торговые дома.

Коммуникативным пространством становятся открытые городские пространства, там, где встречаются знакомые и незнакомые друг с другом жители данных мест, случайные прохожие, туристы. Эта территория позволяет людям найти точки соприкосновения, некий «общий язык тротуара» (Джейн Джейкобс). Фактически эти пространства выполняют роль наблюдательной площадки, на которой люди могут видеть друг друга, знакомиться с поведенческими паттернами, изучать поведение других членов общества, получать опыт общения. В плане социализации это особенно ценно для молодых людей, для которых публичные пространства служат полигоном в отработке коммуникационных навыков, являются своеобразной школой, одной из важных площадок социализации. Как отмечают исследователи публичных пространств, информационный эффект публичности универсален, люди в городе могут многое узнать об окружающих, «просто глядя друг на друга» (Л. Лофланд).

Контекст взаимной визуализации, «предстояния» в терминологии Х. Арендт имеет колоссальное значение для современного понимания публичности. Это не только публичное взаимодействие, сотрудничество или конфликт, но в первую очередь – опыт экспонирования, выставленности на всеобщее обозрение. В публичном пространстве на субъекта налагается обязательство презентации самого себя – обязательство стать открытым для взгляда других. Таким способом, открываясь в публичном пространстве, человек становится частью общества. В эссе «Исток художественного творчества» М. Хайдеггер определил задачу архитектора, которая состоит в создании поля открытости в повседневном мире. Разрыв,

просвет в текстуре мира позволит увидеть этот мир в его цельности и «несокрытости» – между тем как сокрытость мира создается рутиной частной повседневной жизни. И здесь, как и Х. Арендт, он обращается к античной Греции, но уже по другому поводу. Он приводит в качестве примера пространство древнегреческого храма, открытое для свободного доступа граждан.

Также у В. Беньямина публичное пространство – это пространство выставочное, пространство экспонирования (работа «Пассажи»), где вещи и люди подлежат взаимной демонстрации – товаров посетителям и посетителей друг другу. Современное понятие публичности тяготеет к концептуализации выставочной практики, а в ее организации задействована, в том числе, архитектура выставочных пространств. Впрочем, в сегодняшнем мире презентация, как и репрезентация, связаны более всего с Интернетом, с соцсетями, а также с бурно развивающейся сферой туризма.

Идеализированное представление о публичном пространстве предполагает, что именно оно позволяет выстраивать диалог, отвечает человеческой потребности быть вместе. Именно здесь берут начало процессы интеграции разрозненных, анонимных горожан в одно городское или же районное сообщество. Социализирующую роль пространства оказывает влияние на процессы личной и групповой идентификации: горожане наблюдают друг за другом, показывают себя – на публику выходят, чтобы «на других посмотреть и себя показать».

Существует, однако, и прямо противоположный тренд. Горожане, как правило, друг с другом не знакомы: мир города – по сути своей, анонимный. Незнание провоцирует высокие риски: в условиях динамичной городской жизни, находясь среди массы незнакомых людей, горожане могут опасаться массы вещей: чужих, криминала, всего незнакомого. Они могут испытывать стресс от огромного количества визуальных контактов. Еще в прошлом веке немецкий социолог Г. Зиммель описывал замкнутость образа жизни

ни жителей больших городов, их нервность, происходящую от быстрой смены впечатлений: «в глубине этой внешней замкнутости лежит не только безразличие, но и, – гораздо чаще, чем мы это сознаем, – некоторое отвращение, взаимная отчужденность и отдаленность, которые при первом более близком соприкосновении тотчас переходят в ненависть и борьбу. В самом деле, независимость индивидуума, являющаяся результатом взаимной замкнутости и безразличия, составляющих условия духовной жизни наших широких кругов, нигде не чувствуется так сильно, как в тесной сутолоке больших городов, потому что физическая близость и скученность только подчеркивают духовную отдаленность». [10]

Одной из важнейших характеристик публичного пространства является безопасность. Она во многом обеспечивается самими людьми, а не правоохранительными органами. Люди присматривают друг за другом и таким образом начинает работать социальный контроль публичного пространства. Дж. Джекобс, например, отмечает, что общественный порядок в городах в основном «обеспечивается не полицией, а сложным, почти бессознательным сообществом добровольного надзора и сдерживания, состоящим из простых людей...» [9, с.147]. Э. Гидденс, И. Гофман предлагают объяснять типологию взаимодействия городских жителей, используя понятие гражданского невнимания – особенности, присущей коротким контактам «на бегу». Проходящие мимо быстро обмениваются взглядами, а затем, подходя ближе, смотрят в сторону – таким образом они демонстрируют друг другу, что у них нет причины быть враждебными. При этом необходимо избегать любого жеста, который мог бы быть истолкован как навязчивый. Подобное поведение имеет основополагающее значение в обыденной жизни, создавая комфортный фон взаимодействий среди большого количества повседневных контактов.

Во второй половине XX века новейшие информационные технологии трансформируют само понятие «место». Место опре-

деляется через событийный трафик, то есть через то, что в нем происходит. Для современной городской среды, в том числе для публичного пространства, характерны тенденции, связанные с возрастающей мобильностью и виртуализацией, консюмеризмом. Мобильность в современном мире достигается во многом за счет феномена дистанционной коммуникации. Распространение таких технологий, как телефон и телевидение, делает наше местоположение амбивалентным: позволяет людям, находящимся в одной точке пространства, находиться одновременно в другой его точке. Это множественные формы «воображаемого присутствия» (Дж. Ури), которые реализуются благодаря различным объектам и изображениям, гаджетам и экранам, позволяющим взаимодействию осуществляться как сквозь, так и внутри социального пространства. Само местопребывание субъекта становится в ситуации виртуального контакта непринципиальным – данный момент обыгрывается в известной юмореске М. Задорнова – в разговоре по телефону: «Ты где?» – «Я здесь» местопребывание локализуется виртуально.

Другая, набирающая все большую силу тенденция – консюмеризм, превращение открытых пространств в пространства потребления, где доминируют потребительские практики. Пространства потребления, рассмотренные З. Бауманом [5], создают лишь иллюзию общности, и одновременно они избавляют от потребности во взаимодействии и общении. Потребители пользуются общими физическими пространствами сферы потребления, такими как концертные или выставочные залы, туристические курорты, места для занятий спортом, торговые пассажи, рестораны и кафетерии, которые по своей сущности могут позиционироваться как публичные пространства – здесь находится публика.

Тем не менее, данное пространство лишь в незначительной степени предназначено для коммуникации. Коммуникация обусловлена здесь «толщиной кошелька», она предназначена для тех, кто готов и может практиковать предлагаемый тип потребления.

Аннигилирует публичное пространство как пространство общения не только «тотальный консюмеризм». Разрушающе воздействуют на коммуникацию так называемые «высокомерные» (Р. Сеннет, З. Бауман), неприветливые пространства – слишком большие, официозные, предназначенные для официальных торжественных церемоний, парадов и т.п. Они кажутся пустыми и неприветливыми, вызывают эмоциональный дискомфорт, ощущение потерянности.

Важную роль в концептуализации публичного пространства как области сосредоточения публичной жизни играет разграничение сферы частного и публичного. Четко выраженную демаркацию границы можно найти как у Х. Арендт, так и у Р. Сеннета. Помимо обязательного наличия в публичном пространстве коммуникации между собравшимися, их концепты объединяет принципиальное определение публичного пространства через его противопоставление частному. Необходимым условием отделения частного от общественного служил закон, который «был действительно «стеной закона» и создавал как таковой пространство полиса; без этой стены мог стоять город в смысле скопления домов для совместной жизни людей, но только не город-государство как политическая общность» [2, с.82-83].

Закон и его «стены» гарантировали автономность сфер и делали возможным их существование, определяли правила и условия перехода из частной сферы в сферу публичности. Только здесь, становясь человеком политическим, индивид получает свое подлинное существование – может быть воспринят другими, делается увиденным и услышанным. Существенной отличительной характеристикой публичности, по Арендт, является реальность, вытекающая из всеобщей увиденности и услышанности, а также общность мира, которая интегрирует и одновременно дифференцирует собравшихся.

С рождением в публичности индивид включается в уже созданную сеть человеческих отношений: «Общее мира лежит вне нас

самих, мы вступаем в него, когда рождаемся и оставляем его, когда умираем. Оно превосходит длительность нашей жизни в прошлое, равно как и в будущее. Оно было тут прежде, чем были мы, и переживает наше краткое пребывание в нем. Мир мы имеем со-обща не только с теми, кто с нами живет, но также и с теми, кто был до нас, и с теми, кто придет после нас. Но такой мир способен пережить приход и уход поколений в нем только в той мере, в какой он публично открыт. В существе публичного заложено, что оно способно вобрать в себя, сбросить сквозь столетия и сохранить в сиянии то, что смертные ищут спасти от природной гибели времен» [2, с.72-73].

У Р. Сеннета в основе различения частного и публичного лежит особый тип поведения, «искусство поведения». «Социальная драматургия» и ее экспрессивная функция (И. Гофман) – манерность, направленная на аудиторию, – связана с исполнением выбранной роли, с желанием производить определенное впечатление. В основе такой трактовки поведения людей лежит «вера в условность»: представление не состоится, если не будет веры в то, что «весь мир лицедействует», – именно об этом возвещала знаменитая надпись на фронте шекспировского театра «Глобус». Театральность дружественна публичной жизни и враждебна интимной сфере. Однако в дальнейшем происходит смешение публичной и частной жизни, факт пребывания в частном делается самоцелью.

Р. Сеннет определяет главный симптом современной «болезни» – культ интимности, присущий современному западному обществу. Это проявляется в поведении публичного человека: в обособлении, в молчании в публичных местах, уверенности в существовании индивидуальной границы, в своем праве пребывать в одиночестве и др. Причину недуга Сеннет видит в разрушении публичного пространства под воздействием индустриального капитализма и секуляризации, которые сформировали новую свет-

скую городскую культуру. Идентичность публичного человека оказалась расколотой, осталась малочисленная группа актеров, рядом с ними появилось множество безмолвных актеров – зрителей, которые наблюдают, но не включаются в спектакль, вообще не нуждаются в актерах.

Отличительной чертой нового порядка Сеннет считает нарциссизм – способ существования, когда реальность представляет интерес лишь в случае, если затрагивает самого актора. Каждое мгновение воспринимается как опыт, в котором человек ищет собственное отражение, и опыт становится непрерывным и пустым: «мы слишком поглощены собой, нам крайне сложно понять принцип приватного». С Р. Сеннетом и Х. Арендт солидарны С. Бенхаbib и Р. Барт: причина редукции, либо полного отсутствия публичной сферы сегодня состоит в ее поглощении сферой приватного. Граница между интимностью и публичностью стерта и публичная сфера предстает как сфера нарциссической самопрезентации. Р.Барт называет эту «публичность приватного» «новой общественной ценностью».

Метафоры театра и полиса, используемые для анализа публичного пространства, поведенческая доминанта, положенная в основание анализа, представляются чрезвычайно интересными. Они имеют «выходы» исторического плана, которые в первую очередь ассоциируются с ритуалом, а также с публичным пространством светского общества. Можно продолжить рассмотрение публичной сферы, соотнеся ее с поведенческим модусом.

Как известно, поведение в публичном пространстве может определенным образом маркироваться, специально организовываться, а соответствующая сфера оцениваться как особо важная, предназначенная для конкретных целей. Выделенная в культурном семиозисе, она приобретает особые характеристики. Следовательно, сфера поведения будет детерминироваться как бинарная структура, поскольку она не только принципиально может, но

и «обычно делится на две части: семиотически маркированную и нейтральную. К первой относятся все виды общественного поведения, которые воспринимаются самими носителями данной культуры как специально организованные. Они выделяются на нейтральном фоне обыденного поведения как особо значимые, ритуальные и этикетные. Им приписывается высокая государственная, религиозная, сословная, эстетическая и проч. ценность» [12, с.293]. Таким образом, поведение может быть первоначально структурировано как два вида, противоположные по своему характеру и назначению; оно разделяется на социально немаркированное и потому «нейтральное» и на социально маркированное, оцениваемое, статусное.

Первый тип – «обычное», «домашнее», бытовое поведение, которое описывается феноменом рутины. Его смыслообразующее ядро составляет семантика тривиальности, некоего регулярно повторяющегося действия, бытовой вещественной формы, становящейся в силу этого привычной, заурядной, обыденной. Она принадлежит миру «естественной установки», «стихийности бытия» с его бесконечной вариабельностью мелочей, неуловимых и ускользающих от внимания наблюдателей. Такова, в первую очередь, эмпирика функционирования греческой агоры, римского форума, средневекового рынка, вообще разнообразных городских публичных пространств.

Эти повседневные практики создаются коллективной традицией, а творчество в данной сфере всегда безымянно. Единичное «Я» здесь растворяется в массовом, в господствующих стилях жизни и способах времяпрепровождения, стереотипах поведения или языковых клише. Повседневные практики не поддаются рефлексии, они потребляются в известной степени бессознательно: здесь жизнедеятельность предстает как нерефлектируемая очевидность, воспринимается как якобы ненормируемая и безоценочная. Это представление иллюзорно, что проявляется при нарушении соци-

альных и статусных норм: «на самом деле речь должна идти не о неорганизованности, а о нейтральности организации этой сферы, ее немаркированности» (Ю. Лотман).

Оппозицией к повседневному является церемония, ритуал. Искусственность, артифицированность ритуала позволяет охарактеризовать его как сложное символическое действие, которое не ориентировано на достижение какого-либо непосредственно практического результата. Оно приурочено к важным этапам общественной жизни: с помощью ритуала преодолевается сакральный барьер между различными сферами, периодами, состояниями бытия – между жизнью и смертью, между возрастными и статусными группами; также с помощью этого действия закрепляется статус, принадлежность к сакрально-значимой группе, культурному сообществу (Ю. Левада) [14].

Исторические истоки формирования публичного пространства, публичности в широком смысле – это архаический ритуал. Первобытный ритуал отличается от позднейших моделей отсутствием культа, отсутствием внятной идеологемы. профессиональных служителей – специалистов- жрецов. Обряды мог отправлять любой член племени, так же, как и участвовать в них. Стабильным ядром являлась обрядовая практика. В. Топоров отмечал, что ритуал, как и миф, в широком эволюционном контексте отражает важнейший момент перехода от природного и биологического к культурному и социальному. «Делание» и «говорение» («дело» и «слово») – именно те два завоевания, которые связывают «естественного» («природного») человека с человеком «социальным» («общественным», «культурным»)» [3, с.44]. Кроме того, топос здесь связан с антропосом, и сама эта связь жестко закреплена и неразрывна.

Разработанная в ритуале культурная форма коммуникации с природой служит моделью для отработки поведения в социуме, наведения порядка в социальных отношениях – с помощью ритуала балансируются социальные отношения, разрешаются конфлик-

ты. Именно он, указывал В.Тэрнер, служил механизмом регулирования социальных конфликтов, важным средством постоянного поддержания общих норм и ценностей социальной группы, для чего применялась сложная система ритуализированной коммуникации [16, 3]. В ритуале происходит конструирование идеального универсума, определяются модели социальных отношений и поведенческих стереотипов, задается установка на создание продуктивной психологической атмосферы.

Первоначально ритуальный комплекс практически полностью принадлежал религиозной, культовой сфере. По мере секуляризации общественной жизни соответствующие культовые практики теряют сакральное содержание, трансформируются в торжественные церемонии, имеющие важный государственный или социальный смысл. Это придворный церемониал, в том числе торжественный выход государя, прием послов и др. Светский ритуал наследует внешнюю форму культовых практик, ориентируясь на специальные приемы оформления знаковых событий, что можно наблюдать в церемонии вступления в брак, в ритуале похорон, принесения присяги, вступления в должность, инаугурации и др.

Промежуточную позицию, находясь в перекрестье обеих сфер, занимает этикет. Бытовое поведение, подчиненное этикетным нормам, становится семиотически выделенным, знаковым: это не ритуал, но ритуализированное поведение, предназначенное для публичной коммуникации. «Сфера бытового поведения также сделалась маркированной. Оставаясь именно бытовой и противопоставленной высоким формам государственного поведения, она начала восприниматься как семиотически насыщенная» (Ю. Лотман) [12]. Специальным образом регламентированное, эстетически и семантически оформленное поведение институализируется как этикетное – публичное, статусно маркированное поведение человека в обществе. Это – «социально и семиотически урегулированное поведение» (Д. Лихачев).

Этикет реализуется как «правильный» порядок действий в публичном пространстве, как поведение, которое должно соответствовать определенным правилам. И сразу возникает вопрос: какова степень его императивности? С одной стороны, выбор далеко не обязателен, он свободен, поскольку не влечет за собой юридических санкций. Следование этикетным нормам носит не принудительный, но добровольный, в известной степени игровой характер. Игра в этом плане аналогична игре в интерпретации Й. Хейзинги – как некой универсальности, присущей человеческому бытию, явлению, характеризующему культуру. В этикетной «игре», как и в других игровых сферах, устанавливается определенный порядок, маркируется игровое – публичное пространство, регламентируется время, состав участников.

При всей строгости и ответственности социальной игры, в ней в то же время наличествует свободная воля. С другой стороны, свобода в этом плане фиктивна, она предполагается лишь на абстрактном, теоретическом уровне. Практический выход за рамки этикетных норм всегда действует деструктивно, влечет за собой негативные последствия, спектр которых чрезвычайно широк: от репутационных издержек, упущенных возможностей и нереализованных амбиций – до личных, семейных, карьерных проблем, возможно, общественного остракизма.

Этикет как транзакция является публичным актом. Он не «разыгрывается» в одиночестве, но всегда подразумевает наличие постороннего наблюдателя, чужого «глаза», следящего за исполнением «партии». Подчеркивая открытость публичного пространства, необходимо отметить, вместе с тем, присутствие некоторого внешнего контроля. Эта «несвободность» связана с убеждением в необходимости соблюдения определенного негласного порядка поведения и, кроме того, с верой в присутствие контролера на выходе, также следящего за происходящим. Тем не менее, этикетная ситуация всегда предназначена для презентации, для обозначе-

ния себя и демонстрации собственного статуса. Она демонстративна и может быть сравнима с выступлением актера, чья роль оценивается публикой, находящейся в зале. Соло, монолог «исполнителя» не отвергает принципиальной диалогичности этикета: каждое действие всегда направлено на адресата коммуникации и требует обязательного ответа, хотя бы в степени «замечено», – отмечает Т. Цивьян.

Этикетные нормы наделяются смыслом. В своей совокупности они образуют «язык», смысловой код, который используется в общении. В этикетном общении невербальная коммуникация играет не менее важную роль, чем собственно речь, – она передает общий смысл, дублируя и поддерживая вербальную. Этикетная коммуникация осуществляется как речевыми, так и паралингвистическими (жест, мимика, тональность голоса), вещественно-знаковыми средствами (костюм, отдельные предметы, атрибуты).

В отдельных актах коммуникации реализуются различные функции, главной из которых для большинства этикетных ситуаций будет не информативная или экспрессивная, а фатическая, направленная на установление и поддержание контакта. Целью здесь является налаживание отношений, обмен эмоциями, достижение взаимного понимания. Вступая в диалог, организуя его, адресант имеет в своем распоряжении необходимый набор средств для создания собственного «текста». Произвольно komponуя, варьируя детали, меняя регистр или аранжировку, автор, то есть актер, субъект, создает собственное неповторимое «произведение», которое может быть оценено не только с позиции утилитарно-прагматической, как уровень освоения этикетной «грамоты», но и в эстетическом плане.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что по своему происхождению этикет является статусным, элитарным проектом. Эстетически осваивая окружающий мир, формируя эстетический идеал, «верхи» общества эстетизируют быт, художественно

оформляя повседневность. Они иницируют этикетные практики, утонченное искусство жить, преобразуя обычные формы жизненного уклада в художественные, предъявляя высокие требования к индивидуальному стилю жизни – занятие элитарное, на котором «лежит отпечаток аристократичности» (Й. Хейзинга).

Создавая рафинированную культуру, почитая необходимым строгое следование ритуалу, европейская аристократия старалась максимально дистанцироваться от массы населения: кастовость этикета призвана была отделять привилегированные сословия от простолюдинов. В обиходе предусматривались особые правила поведения для «благородных», которым необходимо было следовать, «дабы не прослыть варваром и мужланом». «Элитарность» этикета, как его атрибутивная историческая характеристика, постепенно исчерпывается, сходит на нет вместе с неуклонным расширением социальной базы.

Этикет «демократизируется»: в XX веке упрощаются его формы, он все больше воспринимается как практика вежливого обращения с окружающими, предназначенная «для всех», – имеется в виду воспитанная, образованная публика. В эпоху глобализации возникает тенденция к формированию единого культурного пространства, где доминирующая европейская модель предлагает остальному миру в качестве образца собственную систему социальных практик, паттерны поведения людей в различных ситуациях. Европейский этикет признается в качестве международного стандарта, принимается как должное – как подобающее, легитимированное поведение любого «общественного» (Ю. Лотман), «цивилизованного» (Т. Цивьян) человека.

Демократизация в обществе массовой культуры амбивалентна. «Общество спектакля», в трактовке Ги Дебора – мертвого, пустого спектакля, превращается в «общество экрана», подготовленное всем предыдущим развитием. Одни и те же немногочисленные «актеры» и огромная масса пассивной зрительской аудитории.

С возникновением электронных средств массовой коммуникации стремительно расширяется медийное пространство, одновременно вытесняя слово, текст на периферию публичной сферы. Оттесняется, редуцируется тот механизм, который заставлял читателя обращаться к рациональной рефлексии, к самостоятельному анализу, выявлению смысла и т. п. Как некогда в средневековом мире утрачено было ораторское искусство, уже непонятное и чуждое средневековой «публике», состоящей в своей массе из неграмотных простецов, так и в современных условиях утрачивается ценность слова.

Все больше утверждается значимость визуального образа, поскольку средства массовой коммуникации, особенно телевидение, оперируют образами и обращаются к эмоционально-чувственным переживаниям. Постмодернизм можно трактовать не только как критику элитарности высокого модерна, но и как движения в сторону «телевизионной культуры», культуры как «того, что показывают по телевизору». Специалисты бьют тревогу, отмечая кризис интеллектуальной сферы. Спустя почти полвека после пророчески диагностированного краха индивидуальности (М. Хоркхаймер), Ю. Хабермас говорит о «падении» интеллектуала, образно выразив свое отношение к этой печальной тенденции как «ритуальный плач».

В известной речи в Венском университете в 2006 году он обращается к теме места и роли интеллектуала в современном обществе, уменьшения его влияния как на медийной сцене, так и в общественном сознании, поскольку первая напрямую влияет на второе. Продолжая традиции Франкфуртской школы в критике капитализма, он рассматривает новые аспекты, связанные с развитием средств массовой коммуникации. Параллельно прогрессирующему процессу «падения» интеллектуала в современном медиатизированном обществе происходит и изменение роли общественности, прислушивавшейся ранее к мнению интеллектуала

ла. Самопрезентации ведущих как актеров неизбежно превращают публику, сидящую перед экранами, в зрителей. Аудитория не включается в обсуждение, а пассивно потребляет медийный продукт, что указывает на очевидный кризис пространства публичной дискуссии. В лучшем случае ей предложат голосовать, нажимая кнопки.

Телевидение предпочитает работать не только с «готовыми идеями», но и с «готовыми собеседниками» (П. Бурдые), постоянными участниками ток-шоу и других программ, оперируя при этом определенным, «национально этабличированным» типом публичности. Другой особенностью телевизионной подачи информации может являться способность «скрывать, показывая: либо показывая не то, что надо бы показать, если принять во внимание, что цель телевидения – информировать людей; либо показывая то, что нужно показать, но не показывая на самом деле, а делая так, что показываемые факты теряют всякое значение; либо показывая события таким образом, что они приобретают смысл, не соответствующий действительности»[7, с.31-32]. Независимость и свобода медийного публичного пространства ставится под вопрос.

Таким образом, в начале XXI века оказывается невозможным не диагностировать кризис публичной сферы, причем во всех ее аспектах: в медиа и в реальном городском пространстве; в плане политической дискуссии, интеллектуального общения, повседневных коммуникативных практик. Между тем, в современных условиях феномен публичной сферы оказывается чрезвычайно востребованным, более, чем полвека назад. Понятие публичной сферы содержит ценностно-ориентированный смысл, важный для современного общества, – и потому город должен быть не каменными джунглями, но «форумом, где возможно общение и единение с другими людьми», «местом конфликтов и интересов». Подобная постановка вопроса связана с концепцией «пра-

ва на город», как пространства, принадлежащего проживающим здесь людям, сформулированной Анри Лефевром.

Одной из важнейших социальных функций города как организованного пространства является необходимость гармонизации общественного организма, для чего необходимо создание комфортной среды обитания, в том числе формирование публичных пространств. Некомфортная среда обитания для горожан несет угрозу стабильности общества. И наоборот, дружелюбный ландшафт, позитивные визуальные и эмоциональные впечатления позволяют выстраивать диалог, служат целям «социального демпинга». Комфортная городская среда, которая создаётся внедрением специальных технологических, социальных, градостроительных решений, способна в значительной степени смягчать имущественное неравенство горожан, устранять жёсткую зависимость качества жизни людей от уровня их доходов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аксаков К. Публика и народ. Статья из альбома Софьи Александровны Аксаковой // Роман-газета XXI век. 1999. № 7. С. 70.
2. Арндт Х. *Vita activa, или О деятельной жизни* / пер. с нем. и англ. В.В. Библихина. СПб.: Алетей, 2000. 437 с.
3. Архаический ритуал в фольклорных и раннелитературных памятниках: [сб. статей] / [АН СССР; сост. Л.Ш. Рожанский]. М.: Наука, 1988. 329 с.
4. Бауман З. *Индивидуализированное общество* / пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева; Центр исследований постиндустриального общества; Журнал «Свободная мысль». М.: Логос, 2002. 390 с.
5. Бауман З. *Текучая современность* / [пер. с англ. С. А. Комаров]. М. [и др.]: Питер, 2008. 238 с.
6. Бек У. *Общество риска. На пути к другому модерну* / пер. с нем. В. Седелника и Н. Федоровой. М.: Прогресс-традиция, 2000.

381 с.

7. Бурдые П. О телевидении и журналистике / [пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой]. М.: Прагматика культуры: Ин-т эксперимент. социологии, 2002. 159 с.

8. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / [пер. с англ. М.Л. Коробочкина]. М.: Весь мир, 2004. 116 с.

9. Джекобс Д. Назначение тротуаров: безопасность / пер. с англ. А. Смирнова // Логос. 2008. № 3 (66). С.3-23

10. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. №3-4. С.1-

11. Кнабе Г.С. Древний Рим - история и повседневность: Очерки. М.: Искусство, 1986. 206 с.

12. Лотман Ю.М. Бытовое поведение и типология культуры в России XVIII в. // Культурное наследие Древней Руси: истоки, становление, традиции. М.: Наука, 1976. С. 292-297.

13. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / пер. с англ. И.О. Тюриной. М.: Акад. проект: Фонд «Мир», 2005. 495 с.

14. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии Российской акад. наук, Национальный общественно-научный фонд; науч.-ред. совет.: В. С. Степин - пред. совета и др. М.: Мысль, 2010.

15. Толковый словарь живого великорусского языка / [соч.] В.И. Даля. М.: О-во любителей рос. словесности, учр. при Имп. Моск. ун-те, 1863-1866.

16. Тэрнер В. Символ и ритуал / [пер. с англ.]. М.: Наука, 1983. 277 с.

17. Хабермас Ю. Вовлечение другого: очерки полит. теории / [пер. с нем. Ю.С. Медведева под ред. Д.В. Скляднева]. СПб.: Наука, 2001. 415 с.

18. Habermas J. Strukturwandel der Öffentlichkeit: Unters. zu einer Kategorie der bürgerlichen Ges.: Mit einem Vorw. zur Neuaufl. 1990. Frankfurt am Main: Suhrkamp, [1996]. 391 с.

FROM THE RITUAL TO THE SCREEN – EVOLUTION OF PUBLIC SPACE

M.I. KOSYAKOVA

Higher theatre school.

M. S. Shchepkin.

In the opinion of the author, the cultural environment is the natural environment we are living in, a permanent backdrop to everyday life. A major transformation observed in various areas of life, break the harmony and wholeness of the cultural universe, liquidate its stability and predictability. Public space becomes dynamically changing artificial environment. Comfortable urban environment can greatly mitigate the inequality of citizens, to eliminate the strict dependence of people on the quality of life of people according to their income level.

Key words: public space, urban environment, the universe, stability, fragmentation, actor.

ПРОИЗВОДСТВО ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА НА РОССИЙСКОМ ТВ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТОК-ШОУ

А.М. ЯКОВЛЕВА

Независимый исследователь

Насколько, казалось бы, естественное публичное пространство, порождаемое ТВ, на самом деле естественно? Автор констатирует, что реальное публичное пространство практически вытеснено виртуальным публичным пространством – в частности, телевизионным: со статистами вместо общества, с профессиональными выступающими. Представляется, что это такие «новые границы», которые, заменив старые, подменили модель публичного пространства на квазимодель, которая и транслируется теперь с экранов российского ТВ – чрезвычайно увлекающего СМИ.

Ключевые слова: реальное публичное пространство, виртуальное публичное пространство, ТВ, СМИ, статисты, выступающие.

I

Поскольку в работах исследователей, занимающихся темой публичных пространств, наблюдается терминологический разноречивостью, понятия этого кластера используются в разных смыслах, есть все основания начать именно с общих замечаний относительно исходных терминов.

В англоязычной литературе публичное пространство чаще всего определяется как разновидность пространства социального, обладающее признаками открытости и общедоступности: «A public space is a social space that is generally open and accessible to people» [9]. Социальное пространство определяется как «физическое или виртуальное пространство, как то: социальные центры, социальные медиа онлайн или иные места встреч, где люди собираются и вступают во взаимодействие. Некоторые социальные пространства, такие как городские площади или парки, являются публичными местами; другие, такие как пабы, вебсайты или торговые центры, являются частной собственностью, а их функционирование осуществляется в организованном порядке» [10].

Stéphane Tonnelat в статье «The sociology of urban public spaces» [11] подчеркивает, что исторически под «публичным пространством» подразумевали место на открытом воздухе (улицы, парки, зоны отдыха и пр. вне домов) в противоположность пространствам, находящимся в частном владении, – домам, и тем пространствам, где трудятся. Однако в политической философии акцент делается на том обстоятельстве, что публичным пространством может считаться место, подобное древнегреческой агоре или римскому форуму, где осуществляется возможность публичного высказывания разных мнений, и такое место может находиться в зале, салоне, любой частной гостиной или вовсе не занимать пространства, быть нуль-пространством, как Интернет. Социологи же при дефиниции публичного пространства акцентируют наличие физического пространства – места встреч и ежедневного взаимодействия граждан, и для них публичное пространство в большей мере определяется доступностью для людей, физической и/или психологической, чем возможностью проводить дискуссии.

Надо сказать, что терминологические проблемы в данном случае связаны со сложностью самого объекта изучения.

II

Публичное пространство должно быть, по определению, пространством как бы *естественным, стихийным, неорганизованным, со спонтанными действиями внутри него: «практика публичных коммуникаций начинается там, где заканчивается управление* (выделено автором. – А.Я.). То есть там, где начинается принципиальная “неуправляемость и неконтролируемость”» [8]. И *одновременно публичное пространство должно быть организованным, внутри него следует происходить неспонтанным действиям*: его приходится создавать, строить, поскольку «естественных» публичных пространств не существует, устанавливать там правила поведения. В связи с этим Борис Гройс отмечал: «Часто мы склонны полагать, что публичное пространство – это нечто уже существующее, нечто предзаданное, нечто, что существовало до того, как начался процесс приватизации этого пространства (как это, скажем, описано у Руссо), причем часть этого пространства оказалась обойдена процессом приватизации и осталась публичной: городские улицы и площади, или, может быть, воздух над этими городами, или пустоши вокруг этих городов. В этом смысле публичное пространство понимается как своего рода вакуум, открытое и пустое пространство <...>. Частные пространства, напротив, понимаются как пространства закрытые – выстроенные их владельцами и архитекторами внутри открытых публичных пространств» [4].

Однако тут возникает вопрос, может ли такое публичное пространство конституировать общественную жизнь, т.е. публичное взаимодействие, экспонирование собственного мнения и публикацию других – так, чтобы возникало ощущение, что все мы и составляем то самое гражданское общество. И тогда становится понятно, что обычная толпа на улице или пассажиры в одном поезде – это еще не общество, хотя они находятся в публичном пространстве. «Соответственно, если мы хотим, чтобы публичное

пространство <...> конституировалось как пространство, которое, в свою очередь, может конституировать общество, нам нужно это публичное пространство построить, то есть построить вакуум, пустоту, в которой общество может состояться: впустить в город вакуум, ничто, не-место, если хотите – у-топию» – отмечает исследователь [5]. Таким образом, будучи по определению неорганизованным пространством, публичное пространство строится как организованное.

Публичное пространство, по определению, должно быть открытым (доступным) для всех (бесплатно) – и оно же оказывается закрытым (недоступным) для определенных групп людей – тех, кто: не платит (за ТВ, Интернет, кафе, поезд, бумажные и многие сетевые СМИ и пр.), пришел с животными, не прошел фейс-контроль, не соблюдает дресс-код и т.п. «На практике для современного социального пространства также характерно “распространение границ, стен, оград, порогов, запретных зон, систем безопасности и пропускных пунктов, виртуальных рубежей, особых зон, защищенных и контролируемых территорий” <...>. “Дырявым” границам на одних уровнях противостоят новые формы трения и развитие новых механизмов надзора и пограничного контроля на других» [6, с. 28].

Публичное пространство оказывается одновременно и публичным, и приватным. Телеканалы и вебсайты принадлежат физическим и/или юридическим лицам. Пребывание в Сети или просмотр телепередач по большей части приватны, но они выводят человека в публичное пространство, раздвигая, так сказать, стены его дома, и к тому же увеличивают возможность отслеживания приватных действий индивида, контроля над его поведением в Сети. Персональный выход в Сеть или просмотр телепередач с мобильных устройств сделали возможным выход из реальных публичных или приватных пространств в виртуальное публичное пространство. Эксперты часто сетуют на то, что в публичное про-

странство выносятся коммунальные обсуждения абсолютно частных, личных проблем: «Современная телевизионная культура представляет собой поле для репрезентации частной жизни» [7]; «Частное колонизировало публичное медиапространство. Исследование этого процесса “приватизации публичного” и стало нашим главным исследовательским интересом» [1].

Публичное пространство в медиа оказывается и отчужденным («его в газетах печатают/в телевизоре показывают»), *и вовлекающим, своим, почти домашним*: «Такие устройства, как телефон, радио, телевизор и компьютер, внедренные в домашнее пространство, прорывают физический рубеж частного жилища. Проникновение внутрь жилища – это уже не столько физическое перемещение материального тела, этот процесс теперь все больше происходит за счет замыкания электрической цепи. Концепция дома как интерактивного узла, постоянно подключенного к мощному потоку информации, радикально меняет соотношение между общественным и частным пространством. Одним из результатов становится *глубокая детерриториализация (deterritorialization)* дома, поскольку то, что мы видим и переживаем в его стенах, теперь не ограничивается их пределами. Одновременно в результате воздействия тех же сил глубокие изменения происходят и в общественном пространстве, где различные формы удаленных действий все больше разрушают необходимость физического присутствия. Современные медиа и устройство города пересекаются, преобразуя связи между местом и опытом, известным и незнакомым, «я» и чужими» [6, с. 16]. И именно поэтому острее прежнего встает вопрос: что значит «быть дома»? Технологии обещают, что мы больше никогда не будем «там», но всегда «здесь». «С одной стороны, технологии вездесущи и соблазнительны, а с другой – возникает угроза технологического отчуждения, и это вызывает острую потребность выяснить, что же сегодня означают слова “быть у себя дома”. Связано ли понятие

дома, как и прежде, с конкретной местностью, объектом и территорией – или оно определяется теперь ощущением себя самим собой, пониманием, что ты на своем месте, чувством своей культурной принадлежности? Говоря точнее, как нам сегодня обозначить координаты и провести границы наших домов?» [6, с. 14]. М. Маклюэн, как известно, относил телевидение к «холодным» медиа, т.е. к медиа с высокой степенью вовлеченности. Поэтому эта характеристика выделяет его из ряда других медиа – т.н. «горячих». Тем не менее, неравновесная взаимодополнительность сохраняется и тут: ТВ – в высокой степени вовлекающее средство и в то же время реплика «его в телевизоре показывают» означает разделенность зрителей и персонажей на телеэкране.

Публичное пространство децентрализуется – однако вместо прежних центров образуются новые, изменчивые и текучие: «Полной и окончательной “утраты центра” в рамках детерриторизации современности не происходит. Здесь могут формироваться – и формируются – новые центры. Однако такие центры лишены ауры постоянства, присущей им в прошлом» [6, с. 28].

Публичное пространство стало одновременно «уличным» – со своей локализацией в реале – и медийным. Более того, после второй мировой войны функции публичного пространства в большинстве своем отошли к медиа.

Публичное пространство представляет собой одновременно и сферу свободы, и сферу подчинения. Это такое пространство, где в результате обмена мнениями при потенциальном участии всех граждан или, по крайней мере, их значительного большинства формируется и формулируется общественное мнение по общезначимым вопросам социальной жизни. Такой обмен мнениями может быть только свободным, но одновременно он должен подчиняться нормам, установленным в обществе для таких «трибун». В.М. Межуев напоминает, что «греки и входят в пространство политической, или публичной, жизни, в пространство поли-

са, которую они отличали от хозяйственной и домашней (частной) жизни – “ойкоса”. Первое и есть сфера свободы, за пределами которой человеческая жизнь подчинена довлеющей над всем живым необходимости биологического выживания и воспроизводства. Время “полиса” тем и отличается от времени “ойкоса”, что позволяет человеку заполнить его делами и поступками, способными обессмертить его имя, прославить в веках, сохранить в памяти потомков. Это время не физически конечной, а вечной жизни, пусть только духовно вечной, но могущей продолжиться в новых поколениях. Оно позволяет человеку жить если не вечно, то в вечности, причем не только на том, но и на этом свете» [7]. И таковая деятельность, разумеется, могла быть только свободной, осуществляемой свободными гражданами, при этом регулируемой достаточно жесткими правилами.

С полным основанием сложившуюся ситуацию можно назвать кризисом границ. Тем не менее публичное пространство существует в указанных противоположных координатах – нераздельных и неслиянных. «Заваливание» в какой-то один из полюсов будет означать его исчезновение.

III

Политические ток-шоу на ТВ создают модель публичного пространства: передачи проходят в студиях, обычно заполненных публикой, есть опинионмейкеры (акторы) и/или те, кто их представляет (чаще всего это разные лица), эксперты, группы поддержки, модератор(ы), на обсуждение выносятся злободневные вопросы общественной жизни. И здесь следует помнить гениальную формулу М. Маклюэна: *the medium is the message* (средство коммуникации само есть сообщение). Телевидение создает новую реальность, которую транслирует в реальность «старую», внешнюю, прежнюю. И тут надо сказать, что транслируются лишь знаки публичного пространства, но не оно само. При этом озна-

чающее и означаемое могут расходиться в пределе до полного разрыва, когда означаемое уже означает не то, на что притязает, а нечто совсем иное. Так, понятно, что в телемодели публичного пространства на ТВ нет кризиса границ, который отмечен выше для реального публичного пространства. Эта модель представляет собой организованное и контролируемое пространство, предполагающее регулируемые и хотя бы в общем (а порой и в деталях) известные действия и высказывания. Оно открыто взору каждого, имеющего телевизор или выход в Интернет, но не любой допускается к участию в нем, т.е. оно по разным причинам закрыто для определенных групп людей. Смешение публичного и частного в темах, манере подачи материала и пр. считаются сегодня «естественной» формой, свободным визуально-разговорным жанром. Телевидение, по М. Маклюэну, как уже упоминалось, – «холодное» СМИ, т.е. для него характерна высокая степень вовлеченности аудитории, посему при минимуме дистанцированности медийные телеперсонажи стали почти членами семьи и в быту фамильярно называются «Жирик», «папаша Зю» или «Ксюшадь». Публичные пространства политических ток-шоу вполне себе централизованы в совокупности определенных программ на разных каналах. Телевизионное публичное пространство медийно (трансляции телепрограмм на уличных экранах в России, как представляется, являются спорадическим и достаточно редким явлением; исключением бывают лишь рекламные ролики) и практически перехватило функции публичного пространства в реале. Поскольку ток-шоу – всегда организованная и контролируемая акция, постольку о свободе в смысле древнегреческой агоры или древнеримского форума тут говорить не приходится. И это уж не поминая о том, что практически все такие программы идут в записи, что дает возможность их редактировать самым безжалостным образом.

Таким образом, ТВ транслирует, строго говоря, не модель публичного пространства, а его знаки, которые означают не вполне

то, что претендуют означать, поскольку лишают означаемое диалектической сложности и уплощают его. Чем, однако, дело не исчерпывается.

Благодаря медиа «мы видим мир оттуда, где нас нет, где мы *ни разу не были*» (выделено автором. – А.Я.) [6, с. 15]. Медиа все больше не дополняют репрезентируемую ими реальность, а замещают ее: мы видим глазами другого и то, чего никогда не видели сами; слышим ушами другого и то, чего никогда не слышали сами, без ножниц редактора и каналов вещания. К тому же, с одной стороны, медиа пусть как-то отражают реальность, но, с другой – ее скрывают и лгут: «Эта амбивалентность лишь усилилась в “дивном новом мире” цифровых изображений. Когда мы увидели, как на наших глазах Майкл Джексон превращается в пантеру, а Сэм Нилл бежит от стада динозавров в “Парке Юрского периода”, вышедшем на экраны в 1993 году, – иначе говоря, когда мы смогли лицезреть реалистичные, как на фото, движущиеся изображения несуществующих вещей, – узел, связывающий технические изображения, реализм и восприятие, уже не может быть прежним» [6, с. 15].

Событие, основное содержание публичного пространства, теперь также претерпело радикальные изменения. Вследствие кризиса границ, нарушения координат тело как главное мерило человеческого опыта вытесняется. Поэтому «события, происходящие в одном месте, моментально воздействуют на другое место или места – потенциально даже в мировом масштабе. При наличии прямого телеэфира и сетевых медиа, работающих в реальном времени, классическое понимание “события” как отдельного происшествия все больше оказывается под вопросом. В этом контексте такие понятия, как расстояние, близость и локальность, а также внутреннее и внешнее, приобретают целый ряд новых смыслов» [6, с. 16]. ТВ и Сеть есть везде и нигде (география ограничена только технологическими рамками и капиталом). Среди телеканалов

и уж тем более в Сети нет центра и периферии, как бы и что бы ни назначали «главными», «федеральными» и пр.; вернее, при прочих равных условиях мы сами выбираем для себя центральные и периферийные, регулярно просматриваемые и маргинальные программы или сайты. «Публичное обязательно событийное: вытягивающее в себя, делающее хоть на мгновение причастным, меняющее представления, направления деятельности, знания и т.п., устраивающее для сознания “всплеск” на ровной глади жизни. Событие обязательно публично, потому что предполагает совместность, совместное участие, с одной стороны, и непременно последующее описание, хотя бы и для той микроверсии публичного пространства, где описание события сообщается самому себе.

В профессиональных технологиях публичного пространства события часто редуцируются до “информационного повода”. И это еще раз указывает на необходимость событийности в публичном пространстве. Ни о чем не может быть сказано публично, если для этого нет соответствующего событийного (публичного) повода». Следует специально отметить, что внимание тут фокусируется «не столько на собственно случившемся, происходящем событии, сколько на событии описанном. Все чаще не о случайно произошедшем событии сообщается в публичном пространстве, а событие создается для того, чтобы о нем сообщить. Событие становится поводом для сообщения о существовании людей, групп, организаций, для их вхождения в публичное пространство, для того, чтобы участники публичного пространства имели возможность выразить собственное отношение, позицию и были при этом услышанными» [8].

Бросается в глаза суперпассивная роль аудитории политических ток-шоу. Практически всегда это статисты, что-то вроде мебели. Аудитория, долженствующая изображать «глас народа», а также акторов, равноправных действующих лиц публичного простран-

ства, в студии обычно не освещена или освещена тускло или бегающими полосами, а ее аудиальное участие ограничено шумами типа «возмущенного/одобрительного выдоха аудитории», «удивленного возгласа аудитории», «вау», иногда аплодисментами, изредка допускается – но обычно не в политических шоу – «звонок другу» или некая «подсказка аудитории», роль которой, например, в «Поединке» Владимира Соловьева играют «секунданты» (именуемые также «экспертами»), т.е. группа поддержки того или другого из «дуэлянтов». Из тех политических шоу, которые удалось отсмотреть, только в программе «Большинство» на НТВ есть прямые высказывания зала. На канале «Культура» до лета 2015 года шла программа Владимира Хотиненко о документальном кино «Смотрим... Обсуждаем...», где приглашенные «простые» зрители (в основном студенты ВГИКа) высказывались «из зала», но теперь этой программы в эфире нет. Иногда на телевизионных политшоу предполагается голосование телезрителей при помощи телефонных звонков и SMS-сообщений. Напрашивается вывод, что для моделируемого на ТВ публичного пространства публика, собственно, и не нужна. Вернее, она нужна как зритель, потребитель тех взглядов, которые транслируются с экрана известными медиаперсонами, экспертами, но не как самостоятельный актер: выбор из закрытого списка вариантов – это вполне специфический выбор. Таким образом, народ в телемодели публичного пространства в общем и целом безмолвствует. Его физическое присутствие не нужно – вернее, практически обходятся лишь знаками его физического присутствия; его виртуальное присутствие вполне эфемерно: то есть рейтинги высчитать можно, но они никоим образом не свидетельствуют о взаимном обмене мнениями, об интерактивности.

Что касается «околообщественных» программ типа «Сегодня вечером с Андреем Малаховым» (Первый) или «Прямой эфир» с Борисом Корчевниковым (Россия-1), то там действительно очень

отчетливо проявляется манера коммунальной кухни игнорировать неприкосновенность личного пространства и выставлять интимные проблемы «звезд», обычных людей или персонажей, их изображающих, на всеобщее обозрение, дабы вынести коллективное решение, осудить одних и одобрить других. Прямо по Галичу: «Вот стою я перед вами, словно голенький... Я с племянницей гулял с тетипашиной и в кино ее водил, и в Сокольники». Очень точно писал Жан Бодрийяр о том, что в обществе установился «культ искренности», однако «в индустриальной культуре искренности потребляются только знаки искренности. Предположенная здесь искренность не является больше противоположностью цинизма или лицемерия, как это происходит на уровне подлинности и видимости. В области функциональных отношений цинизм и искренность *чередуются* друг с другом, не вступая в противоречие, в одной и той же манипуляции знаками. Конечно, моральная схема (искренность – благо, деланность – зло) действует всегда, но она не выражает больше реальные качества, а выражает только различие между *знаками* искренности и *знаками* деланности» [2]. И нагляднее всего этот процесс, пожалуй, виден именно на ТВ. Характерно, что широкая, «случайная» публика, как и в передачах других жанров, доступа к дискуссиям тут не имеет.

Есть основания констатировать, что реальное публичное пространство практически вытеснено виртуальным публичным пространством – в частности, телевизионным: со статистами вместо общества, с профессиональными выступающими. Представляется, что это такие «новые границы», которые, заменив старые, подменили модель публичного пространства на квазимодель, которая и транслируется теперь с экранов российского ТВ – чрезвычайно вовлекающего СМИ; в ином переводе формулы Маклюэна на русский язык с учетом контекста книги «Понимание медиа» она звучит так: медиа меняет реальность. Еще Ги Дебор в 1967 году писал, что в современных развитых обществах вся жизнь яв-

ляет собою нагромождение спектаклей. «Все, что раньше переживалось непосредственно, отныне оттеснено в представление. <...> Mass media являются наиболее ярким и поверхностным проявлением спектакля. <...> Отчуждение зрителя и подчинение его созерцаемому объекту (который является продуктом собственной бессознательной деятельности зрителя) выражается следующим образом: чем больше он созерцает, тем меньше он живет; чем с большей готовностью он узнает свои собственные потребности в тех образах, которые предлагает ему господствующая система, тем меньше он осознает свое собственное существование и свои собственные желания. Влияние спектакля на действующий субъект выражается в том, что поступки субъекта отныне не являются его собственными, но принадлежат тому, кто их ему предлагает. <...> Совокупная мощь безгранично искусственного повсеместно влечет за собой фальсификацию *общественной жизни*» (выделено автором. – А.Я.) [3].

IV

Публичное пространство – не вещь, не «места массового скопления», а прежде всего связи и отношения. Совокупность знаков телевизионного публичного пространства, выдающая себя за модель публичного пространства, претендует всякий раз на ситуативную уникальность, с которой все обстоит, мягко говоря, очень сложно, поскольку в серийных программах зачастую одни и те же медийные лица говорят одно и то же, причем нередко – одновременно по нескольким каналам сразу, а технология тиражирует эту «уникальность», демонстрируя ее на миллионах экранов и мониторов. То есть мы имеем дело с тройным симулякром: медийная совокупность знаков публичного пространства его моделью не является, иными словами – представляют копию, оригинала у которой нет; политические ток-шоу воспроизводят эти симулякры, делая их двойными; сети их распространяют, превращая в тройные симулякры.

Однако естественной потребностью человека является идентификация себя с группой, культурой, обществом. Квазипубличное телепространство создает для массы людей ощущение интегрированности, включенности в общественно значимые процессы – практически иллюзию существования и функционирования гражданского общества при реальной почти сплошной атомизированности и враждебной расколотости нынешнего российского социума. Идентификация с совокупностью тройных симулякров – не лучший тренд в нем, нуждающемся на самом деле в формировании гражданского общества и демократическом переустройстве уклада жизни.

Но в публичном пространстве не существует навечно заданных позиций, событий, экранов, технологий и персонажей. В повестке дня – понимание того обстоятельства, что вступление в публичное пространство – это не только и не столько экспонирование себя, любимого и избранного, взгляду других, сколько прежде всего открытие миру других субъектов. И это позволяет смотреть на ситуацию с осторожным оптимизмом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Близнина Е., Ним Е. Телевизионные ток-шоу: публичные дискуссии о приватном [Электронный ресурс] // Журналистика и медиарынок. 2013. №07-08. URL: http://www.jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=443:2013-08-12-07-10-43&catid=107:2013-01-29-07-14-09&Itemid=34 (дата обращения 22.05.2017).

2. Бодрийяр Ж.. Общество потребления [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии. 2008. 26 октября. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3464/3473> (дата обращения 22.05.2017).

3. Ги Д. Общество спектакля [Электронный ресурс] // Электронная библиотека ModernLib.Ru. URL: <http://modernlib.ru/>

books/debor_gi/obschestvo_spektaklya/read17 (дата обращения 24.05.2017).

4. Гройс Б. Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. Отрывок из эссе [Электронный ресурс] // Постнаука. 2013. 20 августа. URL: <http://postnauka.ru/books/16196> (дата обращения 23.05.2017).

5. Курова Е.Г. Телевидение в современной культуре: проблема доминирования частного пространства [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека. 2006. 1 ноября. URL: http://elibrary.lt/resursai/Uzsienio%20leidiniai/DGTU/2006-04/dgtu0604_14.pdf (дата обращения 24.05.2017).

6. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / [пер. с англ. М. Коробочкин]. М.: Стрелка, 2014. 388 с.

7. Межуев В.М. Философия и «публичное пространство» [Электронный ресурс] // Политическая концептология. 2012. №2. URL: http://iph.ras.ru/upfile/root/public_space/Mezhuev.pdf (дата обращения 24.05.2017).

8. Наумов Ст. Понятие «публичного пространства» [Электронный ресурс] // Заметки обществоведа. Блог Станислава Наумова. URL: <http://stanislavnaumov.ru/ch3/3-1> (дата обращения 24.05.2017).

9. Publicspace [Электронный ресурс] // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Public_space (дата обращения 24.05.2017).

10. Socialspace [Электронный ресурс] // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_space (дата обращения 24.05.2017).

11. Tonnelat St. The sociology of urban public spaces [Электронный ресурс] // Academia.edu. URL: http://www.academia.edu/313641/The_Sociology_of_Urban_Public_Spaces (дата обращения 24.05.2017)

THE PRODUCTION OF PUBLIC SPACE ON RUSSIAN TV POLITICAL TALK-SHOW

A.M. YAKOVLEVA

Independent Researcher

How seemingly natural public space generated by the TV, is really natural? The author states that the real public space is almost entirely supplanted by a virtual public space – in particular, television: with extras instead of society and professional speakers. It seems that these are the «new frontiers», which, having replaced the old ones, replaced the model of public space with quasimodel, being translated now by Russian TV channels of the extremely involving media.

Keywords: real public space, virtual public space, TV, media, extras, acting.

ИСТОРИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА

Г. Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ

*Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»*

Статья посвящена роли исторического сознания, которая родственна роли памяти в формировании и в существовании индивидуального сознания. Факт самосознания, свидетельство вменяемости личности выражается в способности вспомнить прошлое, имена и даты, собственную биографию, своих близких, отношения с ними, рассказывать об этом. На взгляд автора, конфликты таких «памятей» начинают принимать международный характер, активно формируется социально-культурная и технологическая платформа для смены политических реалий.

Ключевые слова: историческое сознание, память, самосознание, прошлое, невротическое сознание, акторы, политика.

Историческое сознание – некие общепринятые представления о прошлом страны, нации, ходе их развития, которые транслируются, обсуждаются в публичном пространстве, формируя социально-культурные идентичности, способствуя осознанию общих проблем, целей, консолидируя и мобилизуя представителей различных поколений на достижение этих целей. Роль исторического сознания сродни роли памяти в формировании и самом факте существования индивидуального сознания. Сам факт самосознания,

свидетельство вменяемости личности выражается в способности вспомнить далекое и недавнее прошлое, имена и даты, собственную биографию, своих близких, отношения с ними, рассказывать об этом...

Недаром подавляющее большинство практик самопознания – начиная с блаженного Августина и П. Абеляра и до наших дней (исповеди, дневники, автобиографии, воспоминания, «истории по жизни») – так или иначе, но связаны с практиками воспроизводства памяти, рефлексии над ее содержанием, в виде рассказов, дискурсивного развертывания. Аналогично и с историческим сознанием. «Чтобы сформировать... чувство единства с другими людьми, принадлежащими к той же нации, необходимо, чтобы индивид мог отождествлять себя с разворачивающимся во времени нарративом», в котором данной нации «отводится центральная и позитивная роль» [24, с.63-81].

Нарративы играют важнейшую роль в формировании обыденного сознания и традиционного знания. Сказки, легенды, хроники, былины, житийные истории, эпос, биографии известных людей – все они формируют и транслируют представления о происхождении данного социума (рода, племени, нации), о важнейших событиях, славят героев, внушают гордость за своих предков. Они задают образцы нравственного поведения, отличия от соседей и чужеземцев, позволяя позиционировать данный социум, его представителей в пространстве и времени. В этом плане нарративы символизируют действительность, наполняя ее смыслом, задают шаблоны и образцы интерпретации прошлого и настоящего, выступая эффективным средством формирования, даже конструирования идентичности социума и его членов [28, с. 606-649].

Ранее на материале кинотекста была показана система, как минимум, трех уровней нарративности как технологии понимания [16]:

(1) Демонстрация, череда образов и сцен, формирующая узнавание, идентификацию – типичная нарративность видового, домашнего, иногда – документального кино.

(2) Монтаж, агрегация этих сцен – то, что и порождает смысл, сюжет, как пазл, в котором могут обнаруживаться смысловые, каузальные нестыковки целого.

(3) Толкование этого целого, рефлексия над ним, в духе итогового рассказа Э. Пуаро, мисс Марпл в финале, достраивающего осмысление до выявления мотиваций. Иногда такую роль играет закадровый голос главного героя или автора. При отсутствии подобных вспомогательных средств роль такого толкователя выполняет сама публика (зрители, критики, журналисты).

Эта модель, легко применима к историческим нарративам, когда символическая презентация прошлого осуществляется на трех уровнях наррации: (1) фактологии, отбора событий, мест, персонажей; (2) объяснения этой фактологии (факторы, каузальность, «почему»), выстраивания, по возможности, целостной картины прошлого; (3) завершение осмысления в плане выстраивания направленности (мотивация, «зачем») развития социума[14]. Уровни семантически связаны между собой. Так 3-й уровень явно или неявно, но сказывается на формировании 1-го.

Содержание исторического сознания достаточно хорошо изучено и систематизировано. Это тематика истории происхождения народа, государства, откуда «есть пошла наша земля», славные события истории. С такими событиями связываются места, а также даты, позволяющие праздновать эти события, отмечать их юбилеи, приобщаться к ним. Главными персонажами при этом являются «отцы – основатели», исторические деятели, сыгравшие ключевую роль в формировании и развитии этноса. К ним примыкают герои, которым мы обязаны своим существованием, и которые являются образцами нравственного и поведенческого подражания. В «Пантеон» исторической наррации входят также деятели

культуры, искусства, замечательные труженики, спортсмены. Этот перечень дополняют изделия рук человеческих – как предмет особой гордости: от артефактов традиционных и этнографических искусств и ремесел – до достижений современной технологии.

Если в традиционном обществе историческая наррация осуществлялась в жанрах фольклора, ритуалах, других практиках, обеспечивающих презентацию мифологии и сопричастность ей, то в (индустриальном) обществе модерна на первый план вышли система образования, гуманитарные и социальные науки, литература, искусства, массовые мероприятия, СМИ. В современном (постиндустриальном) массовом информационном обществе все более важную роль играет экранная культура (кино, видео, телевидение, Интернет, компьютерные технологии, включая игры).

В экранной культуре презентация нарративов прошлого проявляет еще большую целостность и смысловую зависимость от 3-го уровня, определяемого иногда текущими политическими целями и проблемами – даже на уровне новостей и аналитики в медиа (ТВ, Интернет, социальные сети).

У «достоверности» представления о реальности в традиционном обществе была одна слабость – она оказывалась недоступной непосредственному физическому восприятию. Недаром сюжеты этой мифологической достоверности дополняли и украшали не только культовые объекты, но и домашнее жилище, бытовую утварь. В обществе модерна человек все меньше готов верить в подлинность того, что отличается от привычного ему, – это не убеждает его в реальности. Доверие собственным восприятиям (в том числе и благодаря науке) вытеснило доверие умозрительным концепциям, преданиям, легендам, религиозным текстам. Такое секуляристское «разволшебствление мира» рано или поздно порождает дефицит массового, мыслимого достоверным, потребность в обретении данного в восприятиях (прежде всего – визуализированных) доподлинно настоящего. И простых мимесиса и

предметности в искусстве, фактологических (протокольных) описаний в экспериментальной науке уже оказывается недостаточно.

Такие возможности открывают новые технологии запечатления окружающей действительности, прежде всего – экранные формы, вариации которых получили развитие начиная с фотографии и кино и формы которых множатся и множатся благодаря компьютерным технологиям, Интернету и мобильной связи: FaceBook, Instagram, YouTube, фотосессии, селфи... Полная и переполненная реальность, умноженная и преумноженная запечатленность реальности. Мир факторизирующейся и фрактализирующейся реальности, ее визуальных копий [7].

Тем самым создается документальная питательная среда для мифотворчества. Документальность понимается как собственно правда жизни и реальности, как гарант достоверности отображения действительности и истории. При этом произвольный монтаж этих осколков реальности предстает как погружение в историческую достоверность и углубление ее понимания [10]. Так открываются окна возможностей для произвольной манипуляции с исторической памятью.

Немаловажно и то, что массовое общество в сочетании с интенсификацией коммуникации имеет следствием глубокую вовлеченность практически всего населения Земли в происходящее на планете – если не непосредственно, то через СМИ. Войны, революции, перекраивание границ, катастрофы, массовые убийства, этнические чистки затронули миллионы людей. Такая массовая вовлеченность ведет к «историзации» массового сознания, к тому, что история становится значимой частью личного опыта миллионов, оседает в их памяти [29, с. 6-13]. Фотография, кино, медиа – особенно телевидение и Интернет – визуализируют происходящее в разных концах мира, позволяя чувствовать себя виртуальным участником. А массовое образование, социально-культурные практики от праздников до компьютерных игр закрепляют

этот опыт. Особую роль играют новые «мнемонические технологии», дополнившие обычные технологии музеефикации, мемориалов, книгопечатания широчайшими мультимедийными возможностями [26].

В ход идут фото- и видео-материалы неважно какого происхождения, компьютерное моделирование, костюмированные реконструкции. В этой стилистике создаются целые новостные блоки и документальные сериалы с широким спектром мифотворчества: от эстетских «Намедни» Л.Парфенова до хорроризирующей телезрителей «научной» документалистики, практикуемой НТВ: «Плесь», «Вода», «Анатомия протеста» и «Анатомия протеста-2».

В современных кино, ТВ, других традиционных СМИ, сетевых медиа с помощью документальных жанров создается немало мифов. Репортаж, хроника, интервью, документальное кино, документальная драма, историческая реконструкция, мокьюментори, семидокьюментори, реалити-шоу – перечень таких жанров можно продолжать и продолжать... Но самым мифологизированным явлением оказывается сама действительность: как настоящее, так и прошлое, и будущее.

Более того, мозаичное, клиповое, фрагментированное этими «образами реальности» сознание оказывается неглубоким, не способным на «длинные мысли». Череда образов без нарратива не удерживается в памяти. Такое сознание оказывается беспамятным, значит – не способным не только на выявление причинно-следственных связей, но и на простое прослеживание хроникальной последовательности событий. Прошлое, если возникает, то каждый раз перевоссоздается как новое – под сюминутное настоящее. При этом оно в своей ad hoc-мифологичности оказывается удивительно целостным. По своей целостности это нелинейное, дологическое мышление, вероятно, даже превосходит мышление линейное [23, с.221]. Прошлое и будущее в нем схлопываются в настоящее, меняющееся подобно цвету хамелеона. Личность же

превращается в беспамятного странника по этим разноцветным мирам. Ни о какой точке сборки свободы и ответственности такого странника говорить не приходится. А неспособное к рефлексии сознание оказывается идеальным объектом манипулирования.

Если человек, сформировавшийся в культуре выстраивания нарративов, прослеживания сюжетных линий, способен понимать достаточно сложные смысловые построения, то человек экранной цифровой культуры оперирует только смыслами «твиттерного» формата и не может работать со знаковыми и смысловыми структурами произвольной сложности. А источники информации воспринимаются ими как блюда на «шведском столе», с которого он набирает произвольные наборы по своему усмотрению.

Линейное рефлексивное сознание способно к сопереживанию, подкрепляемому логическими связями. Фрагментированное малосвязными образами «клиповое» сознание, имеющее дело с калейдоскопической реальностью в духе телевизионного *zapping'a*, если и способно к эмпатии, то непродолжительной, неустойчивой, вспышками приходящей и быстро уходящей, забываемой. Социализация заведомо оказывается неполной. Недаром в электронных социальных сетях образуются видимости сообществ, между которыми доминируют негативные агрессивные отношения. И в какой-то момент идеократия может оказаться неспособной далее управлять

Традиционная мифология дает устойчивые структуры миропонимания. В клиповом мозаичном сознании мифология менее устойчива. «Новый человек оказывается все более «текуч»...» [3, с.75]. Отдельного внимания заслуживает именно игровой характер такой символической практики. В одном сетевом комиксе [253] представлена возможность эволюции Дня Победы, атмосфера и восприятие которого с уходом поколения победителей неизбежно будут меняться: все меньше памяти и почтения, все больше развлечений и веселья, нарастание карнавальных эле-

ментов, ленточек, разрисованных машин и лиц... Апофеозом может стать персонализация праздника в виде Деда Победы, приносящего подарки.

Тенденции накопления различных интерпретаций усиливаются процессами демократизации, доступности информации, что делает возможным не только широкий диалог, но и артикуляцию различных версий прошлого, включая те, которые прежде по разным причинам замалчивались. Тем самым активируются, стимулируются процессы формирования этнического, расового, конфессионального, гендерного самосознания, которые, в свою очередь усиливают наращивание различных нарративов и интерпретаций прошлого и настоящего. Получается система с положительной обратной связью по дифференциации и дивергенции интерпретаций прошлого, соответствующих форм группового сознания, идентичностей. Культивирование эклектизма мультикультуральности и толерантности привело к созданию не столько некоего нового единства, сколько к нарастанию многовекторного конфликтного разнообразия – в Европе, Азии, Америке...

В этой связи небезосновательными выглядели характерные для начала XX столетия оценки происходящего как «конца идеологий», распада «больших нарративов», определявших политическую картину мира на протяжении XIX-XX столетий [5, с.57-93].

Нарративы символической политики при должной настойчивости и последовательности власти и элиты рано или поздно становятся частью актуальной картины мира. Пусть не нынешнего поколения, но следующего. Но при наличии политической воли и социальной базы в лице пассионарного меньшинства можно горы свернуть, а при нынешних средствах коммуникации это происходит стремительно, буквально на глазах [11]. Но такое впечатление довольно обманчиво.

Реалии общественного развития показывают необходимость более тонкого анализа. Анализ этих процессов выявляет два

важных проблемных кластера. Во-первых, это систематизация экранных презентаций прошлого. Так, немного модифицировав модель, предложенную Х. Уайтом, К. Берком и продолженную В. Цымбурским [22], можно говорить о четырех таких «жанрах»: (а) радость и восхищение победой над оказавшимся несостоятельным врагом; (b) сатира и фарс по поводу неизбежности расплаты за временный чужой успех; (с) скорбь, героизм мученичества, осмысленность жертвы «ради»; (d) трагизм перед лицом рока, бессмысленного распада и хаоса.

Во-вторых, это диахрония соотношения интенсивных динамичных медийных нарративов экранной культуры с долговременной культурной памятью (формируемой в семье и ближнем окружении) и с нарративами «среднего времени», транслируемыми в образовательных программах, сфере искусства.

Жанровая систематизация выявляет достаточно нетривиальные проблемы. Обычно в экранных нарративах преимущественное внимание уделяется успехам, героизму и другим предметам гордости в историческом прошлом. Однако историческая память не может не включать в себя и трагедии, пережитые социумом горе, беду, ужас. Речь идет о темах печали, возможно – стыда, а то и того, что хотелось бы забыть, не думая о плохом. Не будучи включенными в историческую память, не осмысленные ею, эти темы образуют незалеченные травмы общественного сознания, его «невротичность», обусловленную невозможностью дистанцироваться от прошлого, зафиксировать его, уверенно жить дальше. Такое прошлое постоянно присутствует, вызывая навязчивые повторы.

Ярким примером такой невротичности является современное российское общественное сознание с его патологией незалеченных исторических травм, неопределенностью отношения к прошлому – как давнему, так и новейшему. Это проявляется не только на уровне искусства и СМИ, в радикальных пересмотрах учебни-

ков и учебных программ, но и в переименованиях городов и улиц, разрушении памятников, охранных зон, даже на уровне вынужденно замалчиваемых тем семейной памяти. В не столь давнем советском прошлом дело доходило до уничтожения и фальсификации документов – например, дат и причин смерти репрессированных.

Люди живут рядом, на той же территории, но у них нет ясного отношения к прошлому, его понимания, нет памяти общего страдания и освобождения от него. Каждая этническая, конфессиональная, профессиональная, политическая социальная группа культивирует свои версии прошлого, что приводит к идеологическим «войнам памяти», которые, в свою очередь, порождают новые и новые интерпретации. В результате прошлое оказывается неизжитым. Оно длится в настоящем, порождая страх возвращения, страх перед будущим. Прошлое сливается с будущим, парализуя настоящее [1, с.66].

Ранее на материале армянского и еврейского народов была показана роль в их исторической памяти о Великой жертве, грандиозной трагедии, причиненной Страшным Врагом и сплотившей каждый из этих народов [12, с.130-132]. Речь идет о геноциде как мощном факторе формирования национального самосознания. Возможно, этот пример объясняет и некоторые проблемы с формированием российского самосознания и идентичности. Так, образ Великого Врага в отечественной истории носит «блуждающий», несфокусированный характер. Более того, вчерашний враг неоднократно становился другом, и – наоборот. В образе такого то ли друга, то ли врага» побывали Германия, Франция, Австрия, Англия, США, евреи, «лица кавказской национальности»... Проблема и с Великой Жертвой. Точнее, сама эта Жертва была, и неоднократно... Татаро-монгольское иго – это жертва, или это был опыт новой государственности? Великая Отечественная война – несомненно, великая жертва, великая Победа народа, присвоен-

ная режимом... Большевистская революция, гражданская война, советский эксперимент, сталинский террор – Великая жертва. Но и тут возникают проблемы с ее осмыслением: во имя чего и кому она принесена.

Однако парадоксальность исторической памяти еще и в том, что, будучи акцентированной и культивируемой, она становится опасной, способствуя росту конфликтов, их обострению. Овладевая общественным сознанием, память старых обид ведет к тому, что терпимость и нелегкая работа прощения у потомков заменяется разбереживанием застарелых ран, решимостью отомстить за реальные или домысливаемые травмы. В результате историческая память несет не мир, но войну – нередко еще более трагическую, создающую новые пласты ненависти у новых поколений.

Убедительными примерами деконструктивности культивируемой исторической памяти, стимулирующей новые и новые витки недоверия и насилия, могут служить не только большая часть стран Ближнего Востока, но и страны бывшей Югославии, Северная Ирландия, Шри-Ланка, Украина.

Память может быть союзником справедливости, но это не очень надежный путь к миру и согласию, в то время, как забвение способно открыть такой путь. Хорошим примером может служить *Racto dель olvido* (пакт забвения) в Испании 1970-х между сторонниками и противниками генерала Франко после его смерти. В результате испанское общество не только смогло достичь политического урегулирования, но и успешно пройти путь демократической модернизации. При этом показательно, что при переименовании проспектов и бульваров, названных именами генералиссимуса и его окружения, использовались имена не республиканских героев и мучеников, а деятелей более давнего королевского прошлого Испании.

В этой связи представляется важным различать в экранной мемориальной культуре две логики: (А) память гордости победами,

триумфами, и (В) память скорби, беды, жертв. Во втором случае речь может идти о различных практиках.

Это могут быть практики забвения, замалчивания, что, как уже говорилось выше, вряд ли может рассматриваться как решение конструктивное и дальновидное. С ходом истории, а то и в современности будут найдены артефакты, свидетельства, порождающие недоверие и конфликты.

Это могут быть исторические и социологические исследования, переводящие соответствующие темы в плоскость научного анализа, объяснения с последующим «архивированием» этой памяти, изживанием прошлого на уровне научного осмысления, что не исключает, а даже предполагает включение результатов такого осмысления в учебные программы достаточно высокого уровня. Наконец, это могут быть символические презентации этой памяти, связанные или с глубокой рефлексией (сознательной скорбью и печалью), или без такой рефлексии (как просто нечто, достойное сожаления) [8, с.40-42].

Не менее важна и аналитика диахронии исторического сознания. Так, Д. Белл предлагает избегать слишком общих квалификаций и, говоря о формировании «больших мифов нации», различать память как феномен исключительно индивидуального сознания, и пространство мифа (mythscape) – дискурсивную сферу динамичных подвижных нарративных конструкций [25, с.338-348]. О близком различии говорит и Д. Олик, предлагая две категории памяти – собирательной (collected) и коллективной (collective) [25, с.339]. Первая связана с социально-психологическими процессами (мотивацией, интересами индивидов), вторая – с общими идеями, институтами, от интересов, способностей или действий индивидов не зависящими. Однако, как представляется, простое различение социального и индивидуального аспектов исторической памяти как некоей технологии и ее результата недостаточно. Принципиальную роль имеет именно смысловое содержание,

мифологический контент, используемый и формируемый. Похоже, что слухи о его подвижности сильно преувеличены. Нельзя отрицать относительную устойчивость того, что К.Юнг называл «архетипическим» – мифическими фреймами, возникшими на заре антропогенеза. Дело даже не в психических пределах подвижности и дивергенции. Между архетипами и современными мифами лежит пласт традиционной культуральной мифологии, отражающей и выражающей исторический культурный опыт народов. Это не пресловутая ментальность, а именно ценностно-нормативное содержание исторического опыта, образующего культурный код с большой исторической инерцией воспроизводства. Именно он сказывается в проблемах класса «культура тоже имеет значение» [6] или «культура как ресурс и барьер модернизации». Этот же код играет стержневую роль (или сознательно культивируется) при формировании национальных государств [4].

Акторами символической политики, исторической политики, политического использования истории являются элиты, располагающие символическим и паблицитным капиталами, авторитеты общественного мнения, имеющие доступ к медийным ресурсам. Это политики, журналисты, религиозные деятели, публичные интеллектуалы, гуманитарии, деятели искусства – все те, кто участвуют в производстве и публичной презентации интерпретационных нарративов прошлого [4, с.14]. В воспроизводстве же ценностно-нормативного содержания конкретной культуры ключевую роль играют семья, родные, близкие, друзья – все те, кто участвует в формировании этнического и кланового самосознания, обладающего большей значимостью для базовой идентичности личности. И такая «культурная память» является более долговременной, устойчивой, инерционной, чем «историческая память», транслируемая нарративами символической политики.

Складывается впечатление, что постмодернистская тотальная деконструкция всего и вся исчерпала себя. Как известно, в про-

цессе осмысления [17, с.22] как социальной динамики [2, с.18] за стадией остранения (лиминальности) следует стадия нового монтажа остраненных смыслов (новой реакгрегации). Уже в последнее десятилетие XX столетия ситуация технологически (Интернет), политически (кризис либерализма), социально (расслоение и радикализация среднего класса), культурально (активизация фундаментализма) стала переформатироваться. Активно формируется социально-культурная и технологическая платформа для смены политических реалий.

Такие конфликты «памятей» начинают принимать международный характер. И дело уже не столько в «конфликте культур» в духе С. Хантингтона, который сам по себе стал опытом нарративной реконструкции, сколько в реалиях «проснувшегося ислама», довольно неожиданном всплеске православного фундаментализма в России, необъяснимого исключительно практикой пропагандистского манипулирования. Речь идет о нуждающемся в осмыслении запросе на наррацию третьего уровня, выходящую за пределы сиюминутного политического контекста.

Такое осмысление особенно важно применительно к странам ускоренной модернизации, когда изменения в долговременной культурной памяти не успевают за динамикой транслируемых нарративов символической политики. Всплески антимодернизационных настроений широкой общественности в таких странах, как Алжир, Мексика, Турция, Россия, где относительно малочисленная элита разделяет и транслирует новые смыслы и ценности постиндустриального общества, тогда как собственно многочисленное население руководствуется памятью культурной традиции, – наглядные тому примеры. Пример России в этом плане особенно замечателен. В стране за полтора столетия радикально, по историческим меркам – мгновенно менялась собственность. Каждый новый политический режим начинал с отрицания сделанного предыдущим, нарративы исторической памяти менялись

настолько быстро и радикально (с переписыванием учебников, переименованием улиц и городов, выносом трупов), что к их сменам выработался не только иммунитет, но уже, похоже, и идеосинкрзия.

Нельзя исключать, что сложившийся разрыв между целостным историческим сознанием, обеспеченным традиционным мифическим содержанием, и современной непрерывно меняющейся, склонной к дивергенции мифологией накопил критическую массу различий [18]. Похоже, эти различия перерастают в противоречие, а мы переживаем своеобразное «восстание памяти» или, по крайней мере – вступаем в разгорающийся конфликт между двумя типами мифологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ассман А. Новое недовольство мемориальной культурой. М.: Новое литературное обозрение, 2016. 223 с.
2. Геннеп А. ван. Обряды перехода: Систематическое изучение обрядов. М.: Вост. лит. РАН, 1999. 198 с.
3. Дуков Е.В. Компьютер и человек. // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2013. № 4.
4. Историческая политика в XXI веке: сб. статей / науч. ред. А. Миллер, М. Липман. М.: Новое литературное обозрение, 2012. 646 с.
5. Копосов Н.Е. Исторические понятия о мире без будущего // Как мы пишем историю? / отв. ред. Г. Гарета, Г. Дюфо, Л. Пименова. М.: РОССПЭН, 2013. С. 57-93
6. Культура имеет значение: Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. М.: Моск. шк. полит. исслед., 2002. 315 с.
7. Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. СПб: Страта, 2014. 260 с.
8. Рубцов А. Дым с огнем, или Поражение конспирологии [Элек-

тронный ресурс] // Ведомости. №3789. 2015. 13 марта. URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2015/03/12/metafizika-vlasti-dim-s-ognem> (дата обращения 06.04.2016)

9. Рубцова О.В. Триумфальное и травматическое внутри городских практик меморизации: анализ постсоветского опыта // Патриотизм, гражданственность, национализм: политические концепты в массовой культуре. Пермь, 2015.

10. Сальникова Е.В. «Докумиф», или Погони за реальностью // Наука телевидения. М., 2014. Вып. 11. С. 48-84.

11. Сидоров А. История в стиле лего. Зачем нам памятники и что с ними делать [Электронный ресурс] // Лента.ру. 2015. 4 июля. URL: <http://lenta.ru/columns/2015/07/04/monuments/> (дата обращения 06.04.2016).

12. Тульчинский Г.Л. Геноцид в национальном самосознании // От истоков к современности. 130 лет организации психологического общества при Московском университете. Сборник материалов юбилейной конференции: в 5 томах. Т. 1 / отв. ред. Д.Б. Богоявленская. М.: Когито-Центр: Московское психологическое о-во, 2015.

13. Тульчинский Г.Л. Историческая память: гордость, скорбь и забвение // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Ч. 1 / под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кашеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. М., 2016.

14. Тульчинский Г.Л. Историческая память и социально-культурная реальность: как настоящее управляет прошлым и будущим // Наследие. 2015. № 2 (7). С. 131-151.

15. Тульчинский Г.Л. Национальная идентичность и социально-культурные технологии ее формирования // Этнические процессы в глобальном мире: материалы ежегодной междисциплинарной научной конференции. СПб: Изд-во Политехнического ун-та, 2010.

16. Тульчинский Г.Л. Три уровня кинонарратива как понимания: метафора сна // Кинотекст. СПб, 2015.

17. Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. М.: Наука,

1977. 574 с.

18. Тэрнер В. Символ и ритуал / [пер. с англ.]. М.: Наука, 1983. 277 с.

19. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / [пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко, М. Колопотина]. М.: АСТ, 2008. 730 с.

20. Харрисон Л. Кто процветает? Как культурные ценности способствуют успеху в экономике и политике. М.: Новое издательство, 2008. 298 с.

21. Эткинд А. Кривое горе: память о непогребенных / авторизованный пер. с англ. В. Макарова. М.: Новое литературное обозрение, 2016. 323 с.

22. Цымбурский В. Конъюнктуры Земли и Времени: геополитические и хронополитические интеллектуальные расследования. М.: Европа, 2011. 370 с.

23. Яковлева А.М. Клиповое чтение: текст как изображение-симулякр // Наука телевидения. М., 2014. Вып. № 11. С. 197-228.

24. Bell Duncan S.A. Mythscapes: memory, mythology, and national identity // British Journal of Sociology. 2003. Vol.54, No.1.

25. Fastpic [Электронный ресурс] // URL: <http://i71.fastpic.ru/big/2015/0727/21/88189e97dcbf76bdf00d8572782e1e21.png> (дата обращения 06.04.2016).

26. Memory and power in post-war Europe: studies in the presence of the past / ed. by Jan-Werner Müller. Cambridge: Cambridge univ. press, 2002. 288 с.

27. Olick J. Collective Memory. Two Cultures // Sociological Theory. 199. Vol.17, No.3.

28. Sommers M.R. The Narrative Constitution of Identity: a Relational and Network Approach // Theory and Society. 1994. Vol. 23, No.5.

29. Winter J. Historical Remembrance in the Twenty-First Century // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. No. 617.

HISTORICAL CONSCIOUSNESS AND SCREEN CULTURE

G.L. TULCHINSKY

*National research University
«Higher school of Economics»*

The article focuses on the role of historical consciousness, which is related to the role of memory in the creation and the existence of individual consciousness. The fact of identity, evidence of the sanity of the individual is expressed in the ability to recall the past, names and dates, own biography, the loved ones, relationship with them and the ability to tell about it. In the author's opinion, conflicts with such «memories» are starting to adopt the international character and the socio-cultural and technological platform to change political realities is being actively formed.

Key words: historical consciousness, memory, identity, the past, the neurotic minds, actors, policy.

ОТ «ИСТОРИИ ГОСУДАРСТВА
РОССИЙСКОГО» К ТЕЛЕКАНАЛУ
«ИСТОРИЯ»: КУЛЬТУРНОЕ ПРЕДАНИЕ
В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

О.А. ЖУКОВА

*Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»*

Речь в статье идет об осмыслении отечественной истории в контексте истории всеобщей, начатом Карамзиным и продолженным Грановским и Ключевским. Автор убеждена: только с участием российского гражданского Общества можно создать новый нарратив истории, культурное предание – основу общественного договора, согласия Общества по поводу прошлого, настоящего и будущего России, что позволит изучать прошлое не ради прошлого, но как живую часть культурного опыта страны.

Ключевые слова: осмысление, прошлое, будущее, история, нарратив истории, гражданское Общество, культурное предание.

Обращаясь к теме культурного предания и реальности истории, отметим, что отечественная история сегодня становится своеобразным экраном, демонстрирующим причины «неустройства» общественного бытия и нерешенный вопрос – к какой цивилизации и культуре должна отнести себя Россия. Спор об интерпретации, спор о возможности единого учебника истории, спор о поли-

тики памяти и забвения обозначают болевые точки исторического самочувствия нации. Но это не снимает, а скорее подчеркивает главную проблему, которая заключается в том, что вне целостного нарратива истории нация существовать не может. Создавая образ будущего, общество необходимым образом обращается к опыту прошлого.

Живую диалектику сложения культурного предания Руси/России и историософской традиции, его толкующей, можно проследить от первых летописных свидетельств «Повести временных лет». Путь создания культурно-исторического нарратива, на основе которого создается национальный консенсус, от древнерусских авторов ведет к немецким историографам имперской России – Готлибу Байеру, Герхарду Миллеру, Августу Шлёцеру и далее к создателям национальной истории – Михаилу Ломоносову и Василию Татищеву. Но превратить труд, посвященный истории Отечества, в культурное событие общенационального масштаба и сделать его фактом общественного сознания, своего рода, новой интеллектуальной дискурсивной практикой, удалось именно Николаю Михайловичу Карамзину, проявившему имперскую лояльность и написавшему вслед за своими предшественниками, государственную и династическую историю. По мысли автора, историческим чувством и осознанным отношением к истории Отечества должно было проникнуться все русское общество.

Воспитанный на классических текстах древней и новой истории, в полной мере вобравший в себя дух и ценности европейского Просвещения, будущий автор «Истории государства Российского», Н.М. Карамзин еще в «Письмах русского путешественника» сокрушался об отсутствии литературно обработанной, философски промысленной и, вместе с тем, научно верифицированной отечественной истории. Всю силу своего таланта он отдал этой задаче, совершив работой историка и философа, в оценке Пушкина, «подвиг честного человека» [6, с. 287]. Карамзин кардинально изменил

статус литературы, создав, по словам Ю.М. Лотмана, «не только произведение, но и читателя». Как замечал автор книги «Сотворение Карамзина»: «У всякого, кто изучает читательскую аудиторию 1780-х и 1800-х годов, создается впечатление, что за эти двадцать лет произошло чудо – возник читатель как культурно значимая категория» [4, с. 221]. После Карамзина литература и история как художественное и идейно-смысловое начало культурной и политической жизни стали общественно значимыми явлениями.

Просветительские усилия Карамзина заложили «основу народной исторической образованности» [8, с.11]. С 1803 года он посвятил себя колоссальной работе, став главным Историографом имперской России. Взяв на себя эту миссию, сочетавшую функции исследователя, летописца, художника и философа, Карамзин, по меткому замечанию П.А. Вяземского, «постригся в историографы». Каковы бы не были оценки исторического творчества Карамзина, его научной состоятельности и философско-политической программы, данные последующими поколениями русских историков, можно смело утверждать, что труд Карамзина является гражданским и научным подвигом. Культурно значимая категория читателя, появившаяся благодаря Карамзину, о которой справедливо говорит Лотман, это новое читающее и думающее русское общество, пусть пока и ограниченное сословными рамками. Но это был важный шаг в сторону просвещения и интеллектуальной свободы, создающий большой задел для будущей совместной работы историков и общества, всей нации.

Карамзин коренным образом изменил отношение русских людей к истории своего Отечества. По существу Карамзиным отечественная история была заново открыта и предъявлена образованному обществу в многообразии событий, персонажей и характеров. После Карамзина русская история стала восприниматься как *национальное предание*, имеющее глубокий нравственный и гражданский смысл. Эстетика гражданственности, восходящая

к классицистской идее идеального гражданина, усиленная просветительским пафосом, придала необычайный моральный вес историческим изысканиям Карамзина и превратила чтение и обсуждение книг в *общее дело* – в публичное событие духовно-нравственного и политического порядка.

Начало публикациям было положено в 1816 году. В.А. Жуковский в письме к И. И. Дмитриеву от 18 февраля 1816 сообщал: «У нас здесь праздник за праздником. Для меня же лучший из праздников: присутствие здесь нашего почтенного Николая Михайловича <Карамзина>.... Недавно провел у него самый приятный вечер. Он читал мне описание взятия Казани! Какое совершенство! И какая эпоха для русского – появление этой Истории! Такое сокровище для языка, для поэзии, не говоря уже о той деятельности, которая должна будет родиться в умах. Эту Историю можно назвать воскресителем прошедших веков бытия нашего народа...», – прозорливо заключает Жуковский [5, с. 141.].

У Пушкина мы встречаем важнейшее свидетельство о воздействии, произведенном в русском обществе первыми публикациями «Истории государства Российского». «Это было в феврале 1818 года. Первые восемь томов «Русской истории» вышли в 1818 году. Я прочел их в моей постели с жадностью и со вниманием. Появление сей книги (так и быть надлежало) наделало много шума и произвело сильное впечатление, 3000 экземпляров разошлись в один месяц (чего никак не ожидал и сам Карамзин) – пример единственный в нашей земле. Все, даже светские женщины, бросились читать историю своего отечества, дотоле им неизвестную. Она была для них новым открытием. Древняя Русь, казалось, найдена Карамзиным, как Америка – Колумбом. Несколько времени ни о чем ином не говорили» [6, с. с. 286].

Для радикально настроенных «молодых якобинцев», по определению Пушкина, Карамзин стал апологетом самодержавия. Но Пушкин же справедливо отвечал таковым, что Историограф

был освобожден Царем от цензуры, чем «налагал на Карамзина обязанность всевозможной скромности и умеренности» [6, с.287].

Эту меру личной сдержанности при полной ответственности за высказывание и, в конечном итоге, отсутствие какой-либо политической конъюнктуры высоко оценил Гоголь, открыто восхищаясь внутренней свободой Карамзина-писателя, исследователя и мыслителя. «Карамзин первый показал, что писатель может быть у нас независим и почетен всеми равно, как именитейший гражданин в государстве. Он первый возвестил торжественно, что писателя не может стеснить цензура, и если уже он исполнился чистейшим желанием блага в такой мере, что желание это, занявши всю его душу, стало его плотью и пищей, тогда никакая цензура для него не строга, ему везде просторно. Он это сказал и доказал. Никто, кроме Карамзина, не говорил так смело и благородно, не скрывая никаких своих мнений и мыслей, хотя они и не соответствовали во всем тогдашнему правительству, и слышишь невольно, что он один имел на то право. Какой урок нашему брату писателю!» – восклицал Гоголь [2, с.233].

«История государства Российского», в первую очередь как произведение русской словесности, продолжало воспитывать гражданские чувства и вдохновлять на изучение и творческое переосмысление значимых событий и сюжетов культурного предания Отечества. Вершиной новой художественной интерпретации русской истории в духе моральной и политической философии Карамзина стали «Борис Годунов» Пушкина с посвящением автору «Истории Государства Российского» и «Жизнь за царя» Глинки, совершившие эстетический переворот в русском искусстве в отношении к традициям, артефактам и носителям национальной культуры. Без сформированной Карамзиным потребности знать и изучать отечественную историю, расширившей формат публичного дискурса и взрастившей вкус к истории, эти шедевры русской литературы и музыки появиться не могли.

Значим также тот факт, что процесс формирования общенационального исторического консенсуса, начатый Карамзиным был усилен военно-политическим успехом России, одержавшей победу над Наполеоном. Патриотический подъем на некоторое время объединил все сословия Российской империи, ее правящий класс, военно-аристократическую элиту и народ, горожан и крестьян. Этот момент единства придал колоссальный творческий импульс русскому обществу, побуждая задать исторический вопрос о самом себе. Не случайно А.И. Герцен, автор «Былого и дум», быть может, самых значительных литературно-философских мемуаров XIX века, начинает биографическое повествование, вплетая его в нарратив национальной памяти о войне с французами. Эмоционально переживая свою экзистенциальную и провиденциальную включенность в эпохальные для России события, незаконно рожденный отпрыск богатого и знатного рода Яковлевых, слушая в сотый раз рассказ няньки об эвакуации семьи с младенцем Сашей, «с гордостью улыбался, довольный, что принимал участие в войне» [1, с.10].

Патриотическое чувство, охватившее общество, побуждало художественную и научную мысль. Особенно чутким к нравственной составляющей отечественной истории оказалось молодое поколение. Так, окрашена в патриотические и романтические тона трагедия «Василий Шуйский» (1829), написанная юным Николаем Станкевичем. Используя пятистопный ямб, шестнадцатилетний автор стремится выразить свои патриотические чувства, заклеить «козни и крамолы» врагов отечества, которые «народ из низкой зависти и злобы развращают» [7, с.128]. К этому патриотическому роду сочинений относится и «Бородино», послужившее началом литературной известности Михаила Лермонтова. Как известно, в основу произведения были положены рассказы участников сражения, в том числе и родственников поэта. Напечатанное на страницах пушкинского «Современника», стихотворение мо-

лодого Лермонтова явно носило программный характер, словно продолжая историсофскую линию Пушкина.

Но это наметившееся было духовное единение и сплочение народа и власти, аристократии и податного сословия драматическим образом не состоялось. Герцен, испытав тяжелые «объятия» николаевского режима, уехал из России в 1847 году. Он принадлежал к поколению, которое было пробуждено духом великой победы. Но для молодых русских интеллектуалов, наследников этой славы, исторический консенсус после декабря 1825 года нужно было создавать заново. После трагедии декабристов, по мнению автора «Былого и дум», политическое развитие России было прервано, «все передовое, энергическое вычеркнуто из жизни» [1, с. 369–370]. Испуганное дворянство выслуживалось, народ продолжал молчать. И только дети, находясь, между «крышей и основой», подняли голову. По мнению Герцена, именно «этими детьми ошеломленная Россия начала приходить в себя» [1, с. 369–370].

Для Герцена, как и для большинства образованного общества, история и литература оставались пространством свободы. В отсутствие политических свобод почвой для возрастания гражданского самосознания стали литературные гостиные. По свидетельству Герцена, «Москва входила тогда в эпоху возбужденности умственных интересов, когда литературные вопросы, за невозможностью политических, становятся вопросами жизни. Появление замечательной книги («Мертвые души» Гоголя – О.Ж.) составляло событие; критики и антикритики читались и комментировались с тем вниманием, с которым, бывало, в Англии или во Франции следили за парламентскими прениями. Подавленность всех других сфер человеческой деятельности бросала образованную часть общества в книжный мир, и в нем одном действительно совершался, глухо и полусловами, протест против николаевского гнета, тот протест, который мы услышали открытее и громче на другой день после его смерти» [1, с. 473].

Ограниченность публичного пространства в России литературными салонами и интеллектуальными кружками свидетельствовало о том, что вопрос о русской истории был тесно связан с вопросом о русской власти и русской свободе. Эта кружковская форма идейного самоопределения русской молодежи стала ответом на политическое закручивание России. Николаевское правительство «разобралось» со студентами-смутьянами, среди которых оказался и Герцен, превратив их в политических заключенных и ссыльных. На этой драматической развилке пути русской молодежи в понимании прошлого, настоящего и будущего России стали расходиться. Размежевание отныне пошло по линии исторического самоопределения России, цивилизационного выбора путей ее развития в духе прославянского самобытничества Руси/России, с одной стороны, и универсализма западноевропейской культуры как основы русской цивилизации – с другой.

Однако в среде русских интеллектуалов середины XIX века проявила себя и другая линия историософии – линия русского европеизма, направленная на универсализирующий синтез ценностей национальной культуры и европейского Просвещения. Выдающийся представитель русского европеизма, историк Т.Н. Грановский наследовал ее от своего друга и учителя Н.В. Станкевича. Опираясь на историю, как на великую книгу народов, в чем он, безусловно, продолжал и главную мысль Карамзина, Грановский повлиял на жизнь целого поколения мыслящих людей, которые употребили свой труд на исправление застарелых болезней российского социума, благо для них реформами Царя-освободителя открылась такая возможность. Справедливо говорить, что своими публичными историческими лекциями профессор Московского Императорского университета Грановский занял место идейного лидера и коммуникатора эпохи. По сути, он оказался пионером нового типа общественной коммуникации, включаясь в работу по формированию публичного пространства в России, вынося идей-

ные споры за пределы салонов и дружеских кружков. В рамках образовательно-просветительской дискурсивной практики Грановский превратил университетскую кафедру в общественную трибуну, оставаясь верным своим внутренним принципам и клятве отдать все силы просвещению России, которую он вместе с Януарием Неверовым дал перед Станкевичем [3, с.653].

В логике просвещения как «залога освобождения русского народа» [3, с.653] роль исторической науки и роль историка-исследователя и преподавателя заключалась в том, чтобы приводить сознание человека и общества к уяснению исторических законов. Настоящая цель в полной мере была воспринята и творчески воплощена В.О. Ключевским, хорошо прочувствовавшим главную проблему национальной истории – расхождение русского просвещенного ума с действительностью национально-культурной жизни после радикальных петровских преобразований. Стремясь понять причину русской неустроенности, Ключевский сформулировал *религиозный и социально-политический вопрос русской истории*. Ученый рассматривал ее с точки зрения взаимосвязи трех важнейших культурологических концептов – *обращения к прошлому* (культурная память), *идентичности* (культурной, цивилизационной, политической) и *культурной преемственности* (формирование и передача традиции), что позволило Ключевскому прочесть и интерпретировать отечественную историю как целостное культурное предание. Он первый обратил внимание на проблему становления социальных институтов на фоне борьбы групповых интересов и влияния личностного фактора, отчетливо проявляющего себя в российской истории. По сути, Ключевский, обратившись к церковно-государственной истории Руси/России, предпринял попытку написать *историю зарождения русского гражданского общества* – историю полноправной европейской культурно-политической нации, имеющей общий христианский исток с Западной Европой. Именно эта историсофская концепция

Ключевского послужила источником развития социально-философской мысли и политических идей на рубеже столетий, повлияв на взгляды выдающихся русских философов, художников и политических деятелей от Милюкова до Федотова.

Становится понятным, почему разрушившие историческую Россию большевики, провозгласившие построение «нового мира» с чистого листа, историческое знание подвергли не столько радикальной ревизии, сколько выхолостили и оскопили его. К формированию нового исторического сознания оказалось причастно и искусство, встроенное в идеологический формат советского государства. При этом нельзя отрицать ни значимых научных достижений советской исторической школы, ни вершинных творений советской литературы и искусства, обращавшихся к исторической тематике. Гениальный союз Эйзенштейна и Прокофьева в «Алекサンドре Невском» и «Иване Грозном», сага Герасимова «Тихий Дон», эпохальная экранизация Бондарчука «Война и мир», как и психологический реализм фильмов о войне, снятых талантливой плеядой советских режиссеров, являются и сегодня мощным эстетическим средством воспитания исторического самосознания.

Постсоветский период также демонстрирует попытку создать новый канон истории с опорой на патриотическую риторику, переосмысляя, в том числе, достижения дореволюционной и советской исторической школы. Политически ангажированная битва за историю привлекает сегодня внимание общества к насущным социальным и духовным проблемам политической и духовной жизни страны, но, следует признать, вносит зерно раздора. Самой массовой площадкой в обсуждении сюжетов отечественной истории остается телевидение. Одним из наиболее показательных примеров публичной актуализации истории стал масштабный телевизионный проект 2008 года «Имя России» и будоражающая общественное мнение передача «Исторический процесс». Последняя была выпущена телеканалом «Россия» в 2011

году (ей предшествовала передача «Суд времени» на 5 канале в 2010 году). В телешоу в жанре открытого диспута «боролись за историческую правду» непримиримые идеологические оппоненты – историк Н. Сванидзе и политолог С. Кургинян, и попеременно выступающий в роли то адвоката, то обвинителя журналист Л. Млечин. Примечательно, что оба проекта – «Имя Россия» и «Исторический процесс» относятся к периоду президентства Д. Медведева, выступившего с идеей исторического проекта новой России, призванной совершить модернизационный рывок в будущее с опорой на национальную культуру и историю. Для реализации модернизационного проекта «четырёх и» – инновации, институты, инвестиции, инфраструктура – необходим был общенациональный консенсус как залог политической стабильности и экономического развития, используемый в качестве ресурса мобилизации. Обращение к духу истории можно расценивать как запрос на метафизическую составляющую этого инструментального по идеологии, целям и средствам реализации проекта. Историзация инструментального проекта была, безусловно, нужна для вживления в социальную ткань и общественное сознание идеи мобилизационного вхождения в актуальную современность.

Именно эту попытку согласовать метафизические и инструментальные ценности в новом проекте строительства государства и нации достаточно зримо и ярко продемонстрировал главный официальный канал страны, организовав телепроект «Имя Россия» с ведущим «фронтменом» А. Любимовым. Выбор ведущего весьма показателен и отнюдь неслучаен. Он отсылал зрителей к телевизионной эпохе гласности и перестройки, к опыту ускорения и бурному развитию общественной дискуссии на злободневные темы. В рамках проекта путем голосования из 500 имен выдающихся деятелей русской и советской истории и культуры были выбраны для телевизионного этапа 12 имен. Среди ведущей финальной тройки Александр Невский, Петр Столыпин, Иосиф Сталин и приближив-

шегося к ним Александра Пушкина, победил Александр Невский. Апелляция к святому воину, образ и подвиг которого представлял на суд зрителей и жюри (во главе с Н. Михалковым) Патриарх Кирилл, продемонстрировала стремление связать воедино все периоды жизни Руси/России и создать новый патриотический канон русско-советской истории. При этом полученный при голосовании результат, возможно, и принадлежит зрителям, но его «модерирование» явно входило в первоначальный замысел организаторов масштабного телевизионного шоу на тему исторической памяти и культурного самосознания нации. Напомним, что список менялся и даже «обнулялся» не один раз на предварительных этапах электронного голосования. Так, голосование по выходу в третий тур было начато заново по официально объявленной причине «войны машин», хакерских атак на сайт и флешмобов при голосовании.

Сегодня «Имя Россия» имеет продолжение в виде всероссийского Интернет-форума под названием «Имя России – Исторический выбор России», демонстрируя утверждающийся патриотический консенсус, об идеологическом доминировании которого заявляет власть. Его смысл и назначение авторы определяют как «открытый проект для всех, кому не безразлична история, традиция, вера и будущее своего Отечества. Сегодня слишком многие хотят сделать из России некое безликое объединение граждан, озабоченных лишь одной целью – целью личного обогащения. Поступая так, предатели своего народа, пытаются обезличить Россию. И помешать их планам, казалось бы, нет возможности. Но мы говорим – хватит! Имя России – Личность и Национальное самосознание»¹. Как можно заметить, патриотическая настроенность раскрывается через риторическую формулу противостояния «врагам Отечества», к которым отнесена часть общества, разде-

¹ См.: Электронный ресурс: <http://nameofrussia.org/> Дата обращения 11.04.2016.

ляющая буржуазные ценности, по определению авторов форума, философию обогащения. Не трудно сделать вывод, что данный дискурс присвоен левыми силами, охотно использующими патристическую тему.

Каковы бы не были цели и ценности, разделяемые авторами упомянутых выше телевизионных передач и многообразных Интернет-сайтов с исторической, социально-политической и религиозно-культурной тематикой, посвященной России, данные формы актуализации исторического предания в публичном пространстве отражают важнейший социальный и ментальный процесс – *процесс формирования культурно-политической нации*. В этом смысле любое общество, как и российское сегодня, нуждается в процедуре самообоснования. Вспомним, как «Энеида» Вергилия стала рукотворным культурным мифом имперского Рима, заложив основы его политической субъектности, и вместе с этим и претензии на неоспоримое право доминировать в культурной истории древнего мира. В реальном историческом процессе события прошлого и настоящего тесно переплетены. Прошлое, спроецированное на экран настоящего, выступает канвой культурного предания, на чьей основе составляется рисунок настоящего. Важнейшей интеллектуальной процедурой является реконструкция и запись культурного предания, которое в конкретный момент времени должна и способна актуализировать нация – заново прочитывать и понимать.

В 2000-е линия на восстановление исторической преемственности постепенно становится наиболее заметной, определяя основы культурной политики государства. Так, госзаказ возвращает большие исторические и военные сюжеты в кино. Озаботившись вопросом национально-культурной идентичности российского общества, власть также активно использует современный инструментарий мульти-медиа. Привлекая к историческим проектам лояльных ученых, российское государство ищет политического

союзника и партнера в Русской Православной Церкви. Музейно-выставочные пространства с развернутыми на них грандиозными выставками становятся лабораторными площадками по выработке общенациональной идеи. Примером являются две интерактивные выставки-форумы: «Православная Русь. Романовы», посвященная 400-летию дома Романовых (2013), и «Моя история. Юриковичи» (2014) в Центральном выставочном зале «Манеж». Успех выставок способствовал продолжению идеи тематической репрезентации Российской истории в мультимедийном выставочном формате. Проект увенчался открытием в начале 2016 года, в обновленном 57 павильоне на ВДНХ, исторического парка «Россия – моя история», вобрав в себя конструктивные и содержательные элементы ранее состоявшихся выставок.

Стоит отметить появление еще одного важного инструмента, участвующего в процессе актуализации истории. 9 мая 2013 года начал вещание специализированный телевизионный канал «История», дополнив серию цифровых каналов ВГТРК познавательного характера. Идея канала определяется девизом: «Телеканал “История” берется доказать: история – это ярко, интересно, интригующе и познавательно».² «Философия телеканала “История”, – сообщается на официальном сайте, – это самый широкий взгляд на эволюцию человечества: от древнейших цивилизаций и великих открытий прошлого до величайших загадок и тайн настоящего, а также великие войны и победы, великие люди, великая любовь и предательство – все то, что делает историю интересной и увлекательной. Программное наполнение телеканала состоит из продуктов собственного производства и лучших зарубежных форматов крупнейших мировых студий».³

² Электронный ресурс <http://istoriya.tv/index>. Дата обращения 11.04.2016.

³ Электронный ресурс <http://istoriya.tv/index>. Дата обращения 11.04.2016.

Обращает на себя внимание, что в линейке канала 4 специальных цикла, посвященных истории России. Среди них – цикл «Символы России», рассказывающий о достижениях российской цивилизации, «История России в орденах», «История СССР. Как это было» и программа «Русский мир» – о вкладе наших соотечественников в культуру и историю. Заметно стремление авторского коллектива канала интегрировать советский период в большое время истории Руси/России, найти ценностные и идейно-политические основания для стягивания различных историко-культурных эпох в единый нарратив. Тем самым, телеканал, помимо познавательных и научно-просветительских задач, выполняет и общественно-политический заказ на формирование исторического канона, апробируя подходы и методологию историко-культурного стандарта, предлагаемого в качестве основы единого учебника истории.

Безусловно, выставочные и телевизионные опыты реконструкции отечественной истории, о которых шла речь, можно оценить положительно, принимая во внимание и творческий потенциал современных медиа, и охват аудитории, которой предлагается просветительский и познавательный контент. Немаловажно и то, что мультимедийный, электронный формат становится неотъемлемой частью новых учебных пособий. В этом смысле интерактивные формы репрезентации отечественной истории в музейно-выставочных проектах отвечают задаче создания учебных пособий нового типа, и работа здесь идет в одном направлении. Однако главной задачей в процессе создания актуальной версии культурного предания по-прежнему является задача неангажированного изучения духовно-культурного и политического опыта России. В условиях «приватизации» публичного пространства доминантной группой властных элит она становится еще более насущной, в первую очередь для профессиональных кругов и гражданского общества.

Только с их активным участием новый нарратив истории сможет взять на себя роль культурного предания, вокруг которого должен выстраиваться общественный договор – согласие нации по поводу прошлого, настоящего и будущего России. Работа по осмыслению отечественной истории в контексте всеобщей, начатая Карамзиным и продолженная Грановским и Ключевским, должна стать актом самопознания и интеллектуальной рефлексии современного российского общества, что позволит изучать прошлое не ради прошлого, но как живую часть культурного опыта нации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Герцен А.И. Былое и думы. М.: Захаров, 2003. С. 10.
2. Гоголь Н.В. Выбранные места из переписки с друзьями // Гоголь Н.В. Собрание сочинений: в 8 т. М.: Правда, 1984. Т. 7. С. 233.
3. Грановский Т.Н. Публичные чтения. Статьи. Письма. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. 670 с.
4. Лотман Ю.М. Карамзин: [сборник]. СПб: Искусство—СПб, Б.г. (1997). С.221.
5. Погодин М.П. Николай Михайлович Карамзин, по его сочинениям, письмам и отзывам современников: материалы для биографии с примечаниями и объяснениями М. Погодина. М.: Тип. А.И. Мамонтова, 1866. Ч. 2. С. 141.
6. Пушкин А.С. Об искусстве: в 2 т. М.: Искусство, 1990. Т. 1. С. 287.
7. Станкевич Н.В. Стихотворения. Трагедия. Проза. М.: Типография и словолитня О.О. Гервека, 1890. 245 с.
8. Шмидт С. История государства Российского // Круг чтения. М.: Политиздат, 1991. 175 с.

FROM “HISTORY OF THE RUSSIAN STATE”
TO THE CHANNEL “HISTORY”:
A CULTURAL TRADITION I
N THE PUBLIC SPACE

O. A. ZHUKOVA

*National research University
«Higher school of Economics»*

This article is about the interpretation of national history in the context of universal history, which was begun by Karamzin and continued by Granovsky and Kliuchevskoi. The author is convinced that only with the participation of Russian civil society it is possible to create a new narrative of history, cultural tradition – the basis of the social agreement, the consent of the society concerning the past, present and future of Russia, that will allow to study the past not for the sake of the past but as a living part of the cultural experience of the country.

Keywords: reflection, past, future, history, narrative history, civil society, cultural tradition.

ПУБЛИЧНЫЕ ПРОСТРАНСТВА ОТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Т.В. СКРИПОВА

Санкт-Петербургский экономический университет

Анализируя доминирование медиакультуры в современном мире на примере публичного пространства современного отеля, автор приходит к выводу: реновация и активное использование публичных пространств современных отелей характеризуют менталитет общества досуга и потребления как тотально зависимый от экранной культуры и ярких впечатлений. Медиакультура, пронизывая все публичные пространства отеля, синтезирует их в непрерывный культурный континуум, семантика которого выстроена с помощью многочисленных гаджетов и экранов.

Ключевые слова: медиакультура, отель, публичное пространство, досуг, потребление, экран, гаджет.

Реновация и активное использование публичных пространств современных отелей характеризуют менталитет общества досуга и потребления как тотально зависимый от экранной культуры и ярких впечатлений. Репрезентация современного отеля на пространствах интернета отличается имитацией пустынного рая. Мы видим парадный подъезд, холл, места для отдыха и общения, но-

мера. Они могут быть роскошными или высокотехнологичными. Но они всегда пустынные. Образ рая меняется, но он всегда предназначен для современных Адама и Евы. Идея экзистенциалистов об отсутствии смысла бытия в глобальном понимании, когда смысл всему придает сам человек, не просто органично вписывается в современную культуру. Именно она и сформировала одну из ее тенденций – культ гедонизма, комфорта, успеха и потребления, ставший смыслом жизни в некоторых слоях общества.

Сама идея использовать пространство отеля для публичных мероприятий не нова. В частности, статусные отели начала XX века известны модными показами зарождавшегося дизайнерского бизнеса.

Среди современных публичных пространств отеля можно выделить несколько типов.

Первый – деловой тип: с разного формата конференц-залами, комнатами для переговоров, приспособлениями для контакта лиц в удаленных друг от друга участках, оснащенных компьютерами, проекторами, экранами для мультимедийных презентаций. Этот тип характерен не только для бизнес и конгресс-отелей, отличающихся от обычных 4* и 5* гостиниц наличием специальных площадей, оборудования и персонала для проведения деловых мероприятий или связей с фирмами-организаторами. Люксовые исторические отели, такие как «Гранд Отель Европа»¹ (Санкт-Петербург), предоставляют возможность для проведения различного типа деловых мероприятий: бизнес-встреч, круглых столов и пр. Для современных тематических отелей также характерна трансформация пространств, видоизменение их функции в зависимости от потребностей и желания клиентов. Так, атриум отеля «Редиссон Соня» («Radisson Sonya», Санкт-Петербург), пронизанный светом за счет стеклянного потолка, украшенный ими-

¹ Принадлежит компании Belmond. Считается одной из «жемчужин» коллекции владельца компании, приобретающего уникальные исторические отели и здания по всему миру.

тацией берез «а ля русская душа», органично трансформируется из обеденного зала в место для проведения конференций. Доминирование экрана как средства общения и обмена информацией в деловом публичном пространстве отеля обусловлено спецификой современной деловой культуры, которая не мыслит себя без маркеров технического прогресса.

Второй тип пространства отеля – просветительский, включающий библиотеку, картинную галерею или пространство, в котором время от времени проводятся тематические выставки, иногда молодых, малоизвестных художников. Например, на третьем этаже арт-отеля «Украина» (Севастополь) регулярно проходят выставки живописи, графики, декоративно-прикладного искусства, скульптуры, слайд-шоу фотографий.

Однако современное искусство редко ограничивается простыми способами работы со зрителем. Средневековая культура, в которой преобладает икона – окно в мир Божий, в эпоху Ренессанса постепенно сменяется новым типом культуры, где картина – окно в мир человеческий. В XIX веке постепенно, с появлением фотографии и более явно после зарождения кинематографа в начале XX столетия, культура начинает демонстрировать доминирование экрана, *якобы* дословно цитирующего реальность. Вторая половина XX века пестрит открытиями видеоарта, увлечением инсталляциями, использованием компьютерных технологий в искусстве. Поэтому публичные пространства отелей, ориентированные на просвещение в виде выставок, не обходятся без медиа.

На наших глазах получают распространение отели, у которых есть своя библиотека. Это не дополнительная услуга – книги в номере, которая есть в люксовых отелях, таких как «Астория» (Санкт-Петербург).² Такого рода отели подразделяются на те, где библиотека выступает как некое приятное дополнение, и тематические,

² Входит в сеть Rocco Forte Collection.

«библиотечные».

Одним из первых отелей на библиотечную тему стал «Library Hotel» в Нью-Йорке. Его структура связана с классификацией американского библиотекаря XIX века Мелвила Дьюи. Десять жилых этажей здания соответствуют десяти классам, выделенным для систематизации расстановки книг: общий класс, философия и психология, религия и проч. [15, с. 153]. К этому же типу относится «The Library» (Сауи), где все – от наличия широкого выбора книг, музыкальных дисков, видеофильмов до дизайна – подчинено библиотечной тематике. Территорию отеля «The Library» украшают скульптуры, изображающие наслаждающихся чтением людей – на траве, на скамейке у пляжа... Минималистский интерьер ресторана «Страница» (Page) полностью соответствует своему названию. В оформлении доминирует рефрен из жалюзи и перегородок, имитирующих пожелтевшие корешки и обрезки книг с плотно сложенными страницами.

Вторая группа – отели, не претендующие на библиотечную тематику, но обладающие библиотекой – публичным пространством, разнообразящим досуг. Речь идет о таких отелях как «Maximilian Hotel» (Прага), где четырехзвездочный комфорт как бы невзначай дополняется подборкой книг о Праге в небольшой библиотеке в лобби; или «Aria Hotel» (Прага), где музыкальная тематика предопределяет наличие «музыкальной комнаты» с 10 000 CD, оборудованной для гостей.

Несмотря на архаичную формулировку – «библиотека», этот тип публичного пространства отеля чаще всего дополняется видеотекой и оснащен средствами просмотра фильмов, а также компьютерами. Современные библиотеки немислимы без компьютеров и WiFi. Этот факт отражают и сами фотографии пространства таких библиотек в отелях, где на фоне полок с книгами и даже картотеки выделяются удобные кресла, лакированные столы и мониторы на них. Хотя на внешний вид библиотеки отеля прежде

всего, конечно, влияет его концепция. В фешенебельных отелях, пронизанных атмосферой роскоши и гламура, оформление библиотеки может дополнять фортепьяно, а компьютер, ассоциирующийся у многих с работой, отсутствует.

Третий тип публичного пространства отеля – для развлечений и отдыха. Он соответствует понятию развлечения, данному А.В. Захаровым [5, с. 107]. Согласно этой трактовке развлечение предполагает деятельность с помощью Другого. Приставка «раз» в данном случае указывает на тенденцию к внешней экспансии этого вида деятельности. Предполагается, что нам необходим посредник, который заботиться о развлечении, является профессионалом. Это может быть крупье в казино, артист, экскурсовод, техник, обеспечивающий показ фильма. При этом те виды досуга, которые основаны на самоорганизации и самововлеченности в действие (чтение, настольные игры), выводятся за пределы сферы развлечений. Одним из признаков развлечения является зрелищность. Поэтому публичные пространства роскошных интерьеров в отельных ресторанах могут быть отнесены именно к этому типу. Субъективность понятия развлечения прослеживается в широте его спектра: от ресторана до концертного зала.

В связи с этим некий двойственный характер имеют публичные пространства отелей, в которых преобладает музейная, историческая тематика.

Под развлечением чаще всего понимают приятное действие, совершаемое не по обязанности, часто требующее активности, не всегда приносящее пользу, но доставляющее удовольствие. Если определять экскурсию как часть индустрии развлечений, акцент будет сделан на новизне впечатлений, удивлении, ярком опыте, имеющем аутентичный характер. При этом в течение XX века также сформировалось совершенно иное ментальное поле, предусматривающее экскурсию как часть образовательного процесса.

Некоторые исторические отели сами по себе являются объ-

ектами культурного наследия и экскурсионного показа. Историческая гостиница «Метрополь» (Москва) в 2011-2012 годах была доступна для бесплатного экскурсионного посещения в рамках проекта «Выход в город» вместе с другими труднодоступными в обычное время объектами культурного наследия. Проект осуществлялся в сотрудничестве с Департаментом культурного наследия города Москвы, финансировался из бюджета города. Целью проекта было содействие позитивным переменам в мегаполисе, направленным на гуманизацию городской среды, создание нового общественного пространства, где целый город выступает местом встреч и общения [2].

Один из специфических музеев открыт в 1989 году при отеле в Стокгольме в бывшем здании королевской тюрьмы «Ленгхольмен». Сам отель полностью ориентирован на тюремную тематику. Интерес современного человека к ней не случаен. В обществе потребления, предлагающем не только удовлетворение потребностей, обозначенных А. Маслоу, но и создающем перверсивные потребности, выделенные Г. Маркузе, проблема ограничения сохраняет нравственный оттенок. Утверждение И.-В.Гете, что свободу может приобрести каждый, если он умеет ограничиваться и находить самого себя, в современной ситуации имеет особую актуальность. Страх и унижительность лишений, столь натурально вырисовывающиеся в фильмах-катастрофах второй половины XX века, всегда маячили в человеческом сознании, но формирование сервисного общества привело к установлению слишком высокой планки того, без чего мы не мыслим свою действительность [15, с.155].

Тюремный музей в тюремном отеле работает ежедневно, в выходные там проходят экскурсии с гидом. Но вопрос о том, что преобладает в его концепции – развлечение, «жажда пощекотать нервы» или просвещение, «мысли о бренности бытия», – остается открытым. Развлечения наряду с экраном стали важными со-

ставляющими жизни современного человека. На изошренность тематики и трансмутацию сущности развлечений указывают не только увлечение хоррорами (в культуре это присутствовало всегда в виде зрелищ религиозных жертвоприношений, казней), но и вторжение, а иногда преобладание увеселительного компонента в нашей реальности. Поэтому утверждение: «музей-тюрьма это – забавно, прикольно», – вполне соответствует современным стандартам мышления.

Четвертый тип публичного пространства отелей – для творчества, ориентированный, в частности, на проведение мастер-классов. Мастер-классы сегодня характерны для разных направлений: от плетения из бересты или изготовления оригами до «писания стихов».

Благодаря СМИ (телепередачи, сериалы, журналы с рецептами) олицетворением творческого подхода к жизни и важной гранью современного досуга стала гастрономия.

Одной из новомодных тенденций является проведение кулинарных мастер-классов. «Еда» как концепт национальной идентичности, как идея возвращения вкуса к жизни, как объект рекламной манипуляции рассмотрена в работах современных российских исследователей С.А. Рассединой, Е.Э. Дробышевой, И.В. Сохань, С.В. Лукьяновой. Все три аспекта представлены в деятельности отеля «Ренессанс» (Минск). Это ежедневные бранчи, рекламируемые как образец национальной кухни, шедевров гастрономии, не терпящих повторений, разнообразия и торжества вкуса.

Показательно, что отель, совмещающий в своем формате самые разнообразные мероприятия, экспансивно расширяет свое физическое публичное пространство. Если проект «Кулинарные мастер-классы от Шеф-повара Даниэле Кьяри» и занятия йогой³ на крыше осуществляются в пределах отеля, то участие в между-

³ Осуществляется совместно с Yogastudio.by.

народном проекте «Глобальный День Открытий»⁴ требует выхода за его пределы. Кроме вечеринки и модного показа, нацеленных на знакомство с белорусской культурой, проходящих на террасе одиннадцатого этажа отеля, организуется ряд экскурсий. В частности, экскурсия по Белорусскому Государственному Музею Народной Архитектуры и Быта с интерактивной программой.

Последний, пятый тип публичного пространства отеля – пространства для работы и общения (лобби, специальные пространства с гаджетами) встречается как обязательный в гаджет-отелях, о которых подробно будет сказано ниже.

Можно говорить об условности представленной типологии. Это отчасти связано с уже упоминавшейся возможностью использовать одно и то же пространство для разных целей, например, в силу нехватки места. Установленные правила игры могут меняться, а «начинку» пространства создает сам человек.

Примером такого рода является «Hostel Celia» в столице Словении – Любляне. Здесь просвещение, творчество, развлечение сосуществуют в едином сплаве или сменяют друг друга.

В XIX веке в здании были казармы австро-венгерских войск, затем содержались заключенные. Демилитаризация произошла после провозглашения независимости Словении (25.06.1991) и вывода федеральной югославской армии. Сооружение реконструировано в 2003 году при участии 80 словенских и зарубежных художников⁵. Одно из самых несвободных мест Любляны стало центром развития свободной мысли, творческого потенциала, искусства. Здесь реализуется вольтеровский принцип: «делать то, что доставляет удовольствие, – значит быть свободным». Для

⁴ 16 июня 2016 года.

⁵ Тюрьму планировалось снести, но общественность оккупировала здание, объединившись в общество Sestava, которое настаивало создать на этой территории креативный кластер.

посетителей проходят концерты с участием музыкантов из различных стран мира, в художественной галерее «Srecisce» на первом этаже устраиваются выставки, мастер-классы, организуются экскурсии по хостелу, а также семинары, чтение поэтических работ, обсуждения и презентации на философские, литературные, музыкальные темы. Почти весь первый этаж оборудован для доступа людей с ограниченными физическими возможностями. На втором этаже находится «Место мира» – зал для молитв, медитации, созерцания. Несколько ниш соответствуют мировым религиям, а также основным ветвям христианства, и одна ниша – всем остальным религиям [15, с.154].

Представленная типология публичного пространства отеля, на наш взгляд, коррелирует оба распространенных подхода к пониманию публичности пространства.

Один подход рассматривает публичность как способность к осуществлению социального взаимодействия. В этой традиции публичная сфера понимается как пространство, где незнакомые люди могут встречаться и наслаждаться компанией друг друга [11]. Примерами реализации этого подхода, связанного с именем Ричарда Сеннета с опорой на драматургическую социологию Ирвинга Гофмана, мы считаем такие типы публичных пространств отеля как: просветительский; для творчества; для развлечения и отдыха; для работы и общения.

Другой подход связан с именами Ханны Арендт и Юргена Хабермаса и понимает публичность как пространство встреч свободных граждан, где в результате коммуникации формируются взгляды на вопросы жизни общества, не касающиеся их частных интересов. Сюда относится деловой тип публичного пространства отеля, предназначенный для проведения симпозиумов, форумов, политических переговоров. Однако пространство отеля может менять свое функциональное предназначение в зависимости от ситуации. «Талион Империял» в Петербурге сдает

свой королевский номер в период саммита или экономического форума для проведения деловых встреч между представителями политической элиты. В низкий сезон по отелю экскурсоводы проводят историко-культурные экскурсии, а специалисты гостиничного сервиса – профориентационные. Таким образом, отель демонстрирует взаимопроникновение двух подходов к использованию и пониманию его внутреннего пространства.

В связи с развитием экранной культуры особую актуальность приобретают не только публичные пространства отеля, но и сам отель, дизайн и концепция которого ориентированы на публичность работы, отдыха, общения, предполагающих комфорт и мобильность получения необходимой информации. Еще со времен «Титаника» трансатлантические лайнеры выступают в качестве «плавающих гостиниц», чьи публичные пространства ориентированы на демонстрацию социального и культурного статуса.

Современный круизный лайнер «Costa Luminosa» спроектирован архитектором Джозефом Фаркусом с претензией на уникальность экстерьера и интерьеров. Для отделки были использованы эбеновое дерево, слоновая кость, мрамор, жемчуг. В пространстве лайнера учитываются различные интересы путешественников. Познавательный компонент представлен арт-галереей. В ней присутствует 288 оригиналов и 4700 копий произведений искусства [10].

Развлекательный аспект тесно связан с экранной культурой и реализуется с помощью кинотеатра 4D, гольф-симулятора, симулятора Формулы-1, бассейна с раздвигающейся стеклянной крышей и телевизионным экраном.

Вопрос организации отдыха на лайнере решается благодаря тацскринам, размещенным в свободном доступе на палубах. Посредством сенсорного управления пассажиры имеют возможность получить интересующую их информацию о лайнере, маршруте следования, местах захода на стоянку, ознакомиться с новой

культурно-развлекательной программой, заказать услугу, экскурсию или столик в ресторане.

В конце XX – начале XXI века гостиницы все больше становятся не только местом размещения, но и местом развлечения. Они превращаются в аттракторы туризма за счет новых впечатлений и эмоций, которые несут оригинальный дизайн и концепция отеля.

Не меньше, чем медийные технические новинки, путешественников привлекает аутентичность природного зрелища. Таков «Parador de Canadas del Teide» (Тенерифе, Испания) – видовой отель, расположенный вблизи кратера потухшего вулкана на горе Тейде, самой высокой точке в Испании. Уникальность отеля – в природных ресурсах Национального парка дель Тейде, занесенного в список ЮНЕСКО, и в его местонахождении на высоте двух тысяч метров над уровнем моря. Поэтому одним из главных зрелищ здесь является звездное небо. В статье Е.В. Сальниковой отмечается, что на протяжении тысячелетий человек производил семантизацию картины неба, в результате которой самодостаточное природное пространство превращалось в ориентированное на человека образно-информационное поле. Небо воспринималось как некий демонстрационный экран, посредством которого на связь с человеком выходит мироздание [13, с.246]. То есть, если для первобытного человека небо – основной источник визуальной информации, то для современного человека небо – некая возрожденная архаика. Человек получает удовольствие от опосредованного восприятия звездного неба с помощью телескопа. Тема экрана здесь копируется, повторяется, каждый раз приближаясь к своей современной составляющей. Небо как экран заменяется, точнее, усиливается телескопом. Но телескопом нужно уметь пользоваться. Современный человек хочет заранее знать, что он должен увидеть. Поэтому в баре отеля проводятся лекции, посвященные астрономии. «Обучение в процессе развлечения», которое мы здесь наблюдаем, вошло в моду в период появления

тематических парков в середине XX века. Но само понятие «эдьютейнмент» было использовано Р. Хейманом в докладе для Национального географического общества только в 1973 году.

В практику современных туристов⁶ сегодня активно входит ночлег в тематических отелях. Тесная взаимосвязь отелей с видами туризма позволяет создать необходимую атмосферу и привлечь «своего» гостя.

С момента «нововведения» Р. Ширманна в 1909 году на молодежную аудиторию были нацелены хостелы. Много позже, на рубеже XX – XXI столетий, появились недорогие отели с оригинальной концепцией – отели-тюрьмы, отели-монастыри. Новый тип отелей для молодых путешественников – гаджет-отели, появившиеся в первой четверти XXI века. Это – «отели, чья концепция ориентирована на поклонников разнообразных технических, информационных достижений» [19, с.93].

Развитие технической составляющей в нашем обществе породило экранную культуру, в рамках которой формируются новые виды медиакommunikации. «В состав средств медиакommunikации входят технические устройства для создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия и обмена информацией» [12]. Среди средств медиакommunikации особое место занимают гаджеты. На наших глазах происходит доместикация медиатехнологий. Этот процесс предполагает испытание и приспособление средств коммуникации к условиям сложившегося быта. При этом разрушаются прежние привычки, изменяются социальные взаимодействия, опосредованные техническими новинками. «Туристу, бывалому и не очень, сейчас достаточно всего одного гаджета, чтобы организовать свой отдых» [7].

Каждый новый вид медиа, включаемый в повседневность, оз-

⁶ О различии понимания терминов «путешественник» и «турист» см., например, «Опыт теории туризма» Х.-М. Энценбергера.

начает «маленькую» информационную революцию, так как несет новый опыт обращения с социальной информацией. Это не прямолинейный процесс, при котором новые виды медиа просто входят в обиход, занимая прогнозируемое место в домашней повседневности человека. Это – аккультурация медиа, предполагающая разносторонний процесс, который протекает неодинаково для представителей разных социальных групп и зависит от личных обстоятельств жизни, социальных условий, от идеологических и экономических факторов [14, с.19].

Термин «гаджет» пока не имеет окончательного определения, хотя в научных работах разных отраслей знания делаются попытки его уточнения [8]. В первой четверти XX века «гаджетами» британские моряки называли все технические устройства, названия которых они не помнили или не знали. Бодрийяр замечает: «В нашей цивилизации все больше и больше вещей и все меньше и меньше терминов для их обозначения» [1]. В «Системе вещей» – «гаджет» понимается как следствие онкологически разбухающей дисфункциональной системы механизированного мира. Это – «вещь, оторванная от своей функции», в которой подразумевается размытая функциональность, психический образ воображаемой функциональности [1]. Ее характеристикой не является износостойкость. Главная задача такого приспособления – создание особой психологической картины мира, в котором все контролируется, поддается автоматизации, а значит управлению.

Гаджеты наряду с «привычкой к перемене мест» стали трендом XXI века, и одно не мыслится без другого, составляя картину повседневности современного человека. Гаджеты-штуконины призваны сделать путешествие более приятным или безопасным. Сегодня у туристов пользуется популярностью Gorillapod – гибкий штатив на пружинистых ножках, который можно прикреплять к перилам лестниц, выступам скал, укреплять в песке. Он помещается в дамской сумочке и подходит под слот любого фотоаппара-

та [7]. Благодаря этому гаджету любители могут сделать фото в любом ракурсе, в том числе свое собственное, не пользуясь услугой попутчиков, оставаясь «наедине с собой». Освоение и далее – присвоение мира, которое характеризуют ставшие традиционными «фото на фоне» на этом не завершилось. Мир растворяется в нас, по нашей реакции, отраженной на фото, смотрящий судит о происходящем, о том, что остается за кадром. Появление селфи и такого инновационного устройства, как палка для селфи (англ. selfie stick) фиксирует видоизменение отношения к миру, в котором главной достопримечательностью, в отличие от мелькающих на заднем плане видов, становится сам человек. Антропоцентристская парадигма культуры, сформировавшаяся еще в Новое время, несмотря на наличие иных возможностей, продолжает доминировать в современном мире.

Еще в последней четверти XX столетия в развитых странах наметилось смещение интереса туристов от «трех S» (Sea – Sun – Sand) к «трем L» (Lore – Landscape — Leisure)». Тем актуальней звучит обозначение Й. Криппендорфом туриста как «пожирателя ландшафтов». Сегодня многие искушенные путешественники уже не мыслят своей жизни без изучения новых стран. Как показывает практика, хотя английский является признанным языком международного общения, уровень владения им в разных точках земного шара существенно отличается. Одним из гаджетов, призванных преодолеть «языковой барьер», стала ручка, которая переводит тексты по принципу google translate. Для этого необходимо провести этой ручкой по печатному или рукописному тексту, и в маленьком окошке-экране высвечивается фраза на нужном языке. Ручка не только запрограммирована на «чтение» на тридцати разных языках, но и снабжена голосовой функцией [4].

Сегодня гаджеты охватывают все сферы человеческой жизнедеятельности. Иранский изобретатель, дизайнер – Rouyan Mokhtarani создал концепт детской коляски нового поколения.

Это – чемодан с ручкой, на колесиках, который оснащён кондиционером, фильтрующим воздух. На крышке «Smart baby case» находится экран, на котором можно увидеть изображение младенца, температуру воздуха, влажность, данные о состоянии его тела. Чемодан снабжен механизмами удаления загрязнения и автоматической сушкой кожи ребенка. Крышка чемодана имеет функцию автоблокировки при резком падении давления, наличии в воздухе отравляющих веществ [16]. Идея М. Фуко «надзирать и наказывать» сегодня активно реализуется в рамках правовых государств. В целях безопасности ведется контроль и проверка багажа на транспорте и в общественных местах. Человека «ограждают» от нежелательной для разглашения информации, предлагая наиболее выгодную правительству интерпретацию. При этом ощущение нервозности и страха у большей части населения возрастают. Мы видим, как идея М. Фуко переносится с государственных отношений на частные: вместо заботы и любви, ребенку предлагается «комфорт», который должны контролировать родители. Тело ребенка как объект заботы физически «исчезает в чемодане», заменяясь сообщениями и картинкой на экране.

Выделяя признаки «гаджета» в современном понимании, называют: узкоспециализированное назначение; новизну и креативность решения определенных задач по сравнению с имеющимися стандартными технологиями; расширение функциональных возможностей устройств, к которым они подключены [17]. Современная лексика демонстрирует нам усложнение терминологического разграничения и определения понятия: «гаджет» – небольшое электронное устройство для внесения разнообразия и удобства в повседневную жизнь (iPod), «виджет» – приложение для быстрого доступа к часто используемой информации (прогноз погоды).

Из гаджетов у любителей самостоятельных поездок и экскурсий востребована аудиоручка (audiopen) с прилагающейся электронной картой, на которую нанесены изображения достопримеча-

тельностью. Такой гаджет удобен и для мобильных путешественников – велосипедистов, и для людей с ОВЗ. Пример «виджета», недавно вышедшего на российский рынок, – программа Vokrug Sveta. Это первое приложение для iPhone, выполняющее функцию GPS-путеводителя. Оно позволяет загружать (при помощи WiFi) и воспроизводить мультимедийные экскурсии. Компоненты такой экскурсии: аудио-рассказ, фотографии достопримечательностей, текстовые описания, карты. Программа определяет местоположение пользователя и представляет рассказ об объектах, находящихся в зоне прямой видимости.

В 2013 году, в США, была протестирована услуга мобильного check-in и check-out. Электронная регистрация сегодня активно внедряется во все отели цепи Marriott (их около 500). В Москве при помощи приложения для смартфонов можно не только забронировать номер, но и зарегистрироваться и выселиться из отеля «Марриотт Тверская». Мобильная регистрация хороша тем, что ускоряет процесс заселения в отель и решает важную в России проблему недостаточной языковой грамотности персонала. За день до приезда в отель на смартфон гостя приходит сообщение: «Хотите заселиться онлайн?». В случае положительного ответа сотрудники отеля видят в программе уведомление. В день приезда турист получает сообщение, что его комната готова и ключ можно забрать на ресепшн. Ограничение одно: гость должен прислать сообщение минимум за два часа, чтобы было время подготовить комнату. При выписке «онлайн» счет за проживание также приходит на e-mail [6]. В будущем задача мобильного приложения – учесть все предпочтения клиента еще до момента заезда. Другой «виджет» – мобильный ключ от номера. SPG Keyless – это эволюция умной регистрации Starwood (Smart Check-in), запущенной в 2011 году в отелях под брендом Aloft. Она позволяет гостям миновать стойку регистрации, сэкономить время на ожидании в очереди и использовать свой смартфон в качестве ключа от номера.

При желании за сутки до прибытия в отель гость получает номер комнаты и ключ доступа по Bluetooth. По прибытии в отель, убедившись, что система Bluetooth включена, гость открывает приложение SPG и прикладывает смартфон к дверному замку, чтобы войти.

Совмещение таких концептов как гаджет, экран и путешествие привело к появлению нового вида тематических отелей – гаджет-отелей. В январе 2008 года в столице Нидерландов открылся CitezenM Amsterdam hotel [3]. Публичное пространство такого отеля демонстрирует нам пятый тип из нашей классификации, представленной выше.

Публичное пространство для работы и общения здесь максимально комфортно. В лаунджах отеля можно бесплатно пользоваться компьютерами iMac и принтерами. Номера оснащены бесплатным WiFi, телевизором с плоским экраном и возможностью бесплатного просмотра фильмов по запросу. Номера оборудованы высокотехнологичной сенсорной панелью для контроля температуры, интенсивности музыкального и светового оформления, системы сигнализации. Дизайн в стиле хай-тек отличается оригинальностью и эпатажем. В цепи отелей CitizenM «Ситезан» – отель в Глазго (Шотландия) [19]. Его характеризуют хорошее освещение, логическая планировка, практичность. Вестибюль разделен на несколько жилых и рабочих зон, каждая из которых оборудована компьютерами Apple и телевизорами с плоским экраном. Гости регистрируются самостоятельно с помощью сенсорного экрана, ключ от номера выдается автоматически. Такого рода отели есть в Париже, Нью-Йорке, Лондоне, Роттердаме. Они организуют не только ночлег, но и досуг клиента, ориентированного на экранную культуру, предоставляя в его распоряжение бесплатный доступ в Интернет, комфортный просмотр фильмов. Человек ищет и хочет находить экраны повсюду. Экран стал концептуальной формой восприятия современного человека. Поэтому отели дают

возможность воспринимать и окно как экран, придавая ему соответствующую прямоугольную, вытянутую по горизонтали форму. А за отдельную плату предоставляется «незабываемый вид» из окна. Причем в некоторых отелях окно в действительности может трансформироваться в экран.

Особенность гаджет-отелей – возможность публичного одиночества, предопределена самим фактом доместикации медиа-технологий и впервые была реализована предприятиями питания и общественными местами (вокзалы и пр.), предоставляющими Wi-Fi. Эта тема «публичного одиночества» наедине с Интернетом уже нашла отражение в современном фотоискусстве (серия фото “Sur-Fake” Антуана Гейже).

Амбивалентность современного отеля заключается в его попытке создать атмосферу «как дома», в то же время расширяя спектр пространств, ориентированных на публичность. Так, гаджет-отель, предлагая «старинные» игровые приставки, приглашает «в гости к старым друзьям»; а отель-библиотека с широким выбором книг обещает домашнюю тишину и приватность. Более того, в эпатажных концепциях некоторых гаджет-отелей символическая трансгрессия публичного-приватного нередко реализуется непосредственно в физической реальности (например, с помощью оформления мест для интимной гигиены в номерах из прозрачных материалов). Доминирование медиакультуры прочитывается в оформлении отелей по мотивам кинофильмов, где человек как бы помещается внутрь экранной реальности, причем, наряду с уникальными, распространяются отели растиражированной тематики (Hobbit House).

Таким образом, медиакультура, пронизывая все публичные пространства отеля, синтезирует их в непрерывный культурный континуум, семантика которого выстроена с помощью многочисленных гаджетов и экранов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995. 168 с.
2. Выход в город [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vvgrd.ru> (дата обращения 24.05.2017).
3. Гаджет-отель [Электронный ресурс] // ProОтель. 2008. 21 января. URL: <http://prootel.ru/dizayn/gadzhet-otel-3/> (дата обращения 03.12.2014).
4. Гаджеты для искушенных путешественников [Электронный ресурс] // Блог компании Купибилет.ру. 2013. 22 марта. URL: <http://blog.kupibilet.ru/gadzhetu-dlya-puteshestvennikov/> (дата обращения 05.05.2016).
5. Захаров А.В. Развлечение subspecies социологии // Социологические исследования. 2008. № 1. С. 106-114.
6. Золотых М. Путешественник будущего [Электронный ресурс] // HoReCa magazine. 2014. 26 мая. URL: <http://www.horeca-magazine.ru/article/1063/> (дата обращения 04.12.2014).
7. Конюхова К. Гаджеты для туристов веселые и полезные [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. 2013. 11 марта. URL: <http://www.kp.ru/daily/26043.5/2957705/> (дата обращения 30.11.2014).
8. Корнеев В.В. Вещь в сфере повседневности: антропологический подход: автореферат диссертации ... доктора философских наук: 09.00.13. Барнаул, 2012. 328 с.
9. Library Hotel [Электронный ресурс]. URL: http://www.libraryhotel.com/?gclid=CK_diaWL87YCFTN2cAod7g8ADw (дата обращения: 30.04.2013).
10. Лучшие круизные лайнеры планеты [Электронный ресурс] // Magmen's. 2013. 29 сентября. URL: <http://magmens.com/rest/1401-ah-belyu-teplohodluchshie-kruiznye-laynery-planety.htm> (дата обращения 11.11.2014).
11. Паченков О. Публичное пространство города перед лицом

вызовов современности: Мобильность и «злоупотребление публичностью» [Электронный ресурс] // Новое литературное обозрение. 2002. №5 (117). URL: <http://www.nlobooks.ru/node/2638> (дата обращения 04.04.2016).

12. Психология общения: энциклопедический словарь / Учреждение Рос. акад. образования Психол. ин-т; под общ. ред. А.А. Бодалева. М.: Когито-Центр, 2011. 598 с.

13. Сальникова Е.В. Звездное небо как пространство визуальной информации // Вестник Адыгейского государственного университета. 2011. № 4. С. 242-248.

14. Сергеева О.В. Медиакультура в практиках повседневности: автореферат дис. ... доктора социологических наук: 22.00.06. СПб, 2011. 45 с.

15. Скрипова Т.В. Опыт использования культурного наследия городов – столиц международного туризма в создании необычных отелей // Сборник докладов VI ежегодной межд. науч. конф. «Столицы как центры туризма и выставок». Астана: Елорда, 2013. С. 152-160.

16. Чемодан для перевозки младенцев [Электронный ресурс] // Сайт Бэби.ру. 2011. 1 февраля. URL: <http://www.baby.ru/blogs/post/19013877-480753/> (дата обращения 05.05.2016).

17. Широбокова Н. Что такое гаджет и что такое виджет? [Электронный ресурс] // Блог Компьютерная грамотность с Надеждой. 2013. 29 августа. URL: <http://www.compgramotnost.ru/sostav-computera/chto-takoe-gadzhjet-i-chto-takoe-vidzhjet> (дата обращения 04.12.2014).

18. Шкуропат С.Г. Литературно-тематические отели в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2013. №4(18). С.92-98.

19. Citizenm Glasgow [Электронный ресурс] // Сайт компании Tablet Hotels Company. URL: <https://www.tablethotels.com/citizenm-hotel-glasgow/-Hotel/115603> (дата обращения: 04.12.2014).

PUBLIC SPACES OF THE HOTELS IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY MEDIA CULTURE

T.V. SKRIPOVA

Saint-Petersburg economic University

Analyzing the dominance of media culture in the modern world on the example of the public space of a modern hotel, the author comes to the conclusion that the renovation and active use of public space in modern hotels characterize the mentality of the society of leisure and consumption as totally dependent on screen culture and vivid impressions. Media culture, permeating all public areas of the hotel, synthesizes them in the uninterrupted cultural continuum, the semantics of which is lined with numerous gadgets and screens.

Keywords: media culture, hotel, public space, leisure, consumption, screen, gadget.

АВТОРЫ:

Дуков Евгений Викторович – доктор философских наук, кандидат искусствоведения, профессор, зав.сектором Государственного института искусствознания, главный редактор электронного журнала «Художественная культура». E-mail: edukov@rambler.ru

Жукова Ольга Анатольевна, доктор философских наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: logoscultura@yandex.ru

Козьякова Мария Ивановна, доктор философских наук, кандидат экономических наук, профессор Высшего театрального училища им. М.С. Щепкина. E-mail: markoz@yandex.ru

Николаева Елена Валентиновна, кандидат культурологии, доцент Московского государственного университета дизайна и технологий. E-mail: elena-nika@bk.ru

Скрипова Татьяна Валерьевна, кандидат культурологии, доцент кафедры «Предпринимательство в туризме» Санкт-Петербургского экономического университета. E-mail: tv_2005@mail.ru

Тулчинский Григорий Львович, доктор философских наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: gtul@mail.ru

Яковлева Анна Михайловна, кандидат философских наук, независимый исследователь. E-mail: avlappa@gmail.com

THE AUTHORS:

Dukov Evgeny Viktorovich, Doctor of Philosophy, Candidate of Art Criticism, Professor, Manager of Department of the State Institute of Art Studies, chief editor of the electronic magazine «Art Culture». E-mail: edukov@rambler.ru

Zhukova Olga Anatolyevna, Doctor of Philosophy, Professor, National research University «Higher school of Economics». E-mail: logoscultura@yandex.ru

Kozyakova Maria Ivanovna, Doctor of Philosophy, candidate of economic Sciences, Professor of the Higher theatre school. M. S. Shchepkin. E-mail: markoz@yandex.ru

Nikolaeva Elena Valentinovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of Moscow State University of Design and Technology. E-mail: elena-nika@bk.ru

Scripov Tatyana Valeryevna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of «Entrepreneurship in tourism» Saint-Petersburg economic University. E-mail: tv_2005@mail.ru

Tulchinsky, Grigory Lvovich, Doctor of Philosophy, Professor, National research University «Higher school of Economics». E-mail: gtul@mail.ru

Yakovleva Anna M., PhD, independent researcher. E-mail: avlappa@gmail.com

Научное издание

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ №13.1

Научный журнал

Главный редактор — Г.Н. Гамалея
Научный редактор выпуска — Е.В. Дуков

Компьютерная верстка — Т. М. Лукова
Редактор — И. В. Беленький

Подписано в печать 16.03.17
Усл. печ. л. 10.5. Тираж 200 экз.

Отпечатано в Издательском центре
Института кино и телевидения (ГИТР)

Контактная информация:
8 (495) 7876511
www.gitr.ru, e-mail: mail@gitr.ru
123007, Россия, Москва,
Хорошевское ш., д. 32А