СОДЕРЖАНИЕ

Гамалея Г.Н. Вместо введения 5

I. ДОМАШНИЕ ЭКРАНЫ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Хренов Н.А. Российские медиа в последние десятилетия: От ренессанса к кризису 11

Яковлева А.Я. Интернет-эра в России: новая модель общественных отношений? 25

Жукова О.А. Границы эстетического: художественные прецеденты в российском медийном и политическом контексте 49

Шеметова Т.Н. Картина мира как видеосфера в современной реальности 56

Шариков А.В. Динамика содержания показа и просмотров на российских телеканалах в 2000-2012 гг. 66

Петренко Е.С. Как видится недавнее прошлое из настоящего 89

Дуков Е.В. Социально-культурные проблемы сети 97

Стракович Ю.В. Погружение в хаос: парадокс выбора и путеводители по музыкальным джунглям 109

Стахорский С.В. Архаические паттерны в современной речевой среде 126

II. ЭКРАНЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КУЛЬТУРОЛОГИИ И ЕСТЕСТВОВЕДЕНИЯ

Строева О. В. Знаковая перспектива как отражение экранной культуры 140

Сальникова Е. В. Взгляд современного кино на массмедиа. Техника и ее герои 148

Руднев В. П. Телеэкран в киноэкране: идеи воздействия 164

Мороз О. В. Шок и драма: мокьюментари-эксперименты на российском телевидении 174

Бойко М. Е. Структурный анализ характеров экранных персонажей 186

Журкова Д. А. Убийственная сила классической музыки: современные киногерои и их музыкальные пристрастия 202

Шестаков Г. Ю. «Бурановские бабушки» в эпицентре европейской культурной геополитики 216

Николаева Е. В. Фрактальная реальность бесконечности: цифровые образы на компьютерном экране 225

Деникин А. А. Специфика мультимедия и эволюция аудиовизуальной культуры 233

Богров Ю.С. Видеоигры в контексте глобализации 243

Авторы 259

Дорогие и многоуважаемые коллеги!

Мы странно и почти «незаметно» прожили с нашей конференцией ДЕСЯТЬ ЛЕТ. Десять лет, которые вошли в традицию, как и обязательный дождь. Мы всегда встречались друг с другом с нежной внимательностью, ожидая сообщения и приоткрытия чего-нибудь нового в придуманной нами самими Науке телевидения! Десять лет общения, исключительно благодаря атмосфере ГИИ! Поклон ему за все его БЛАГОДЕЯНИЯ.

Желаю всем, несмотря на занятость (это по теме конференции) — помнить, что **МИР**, о котором будет много сказано, это семантическая емкость, принимающая любое наполнение, в том числе **миропорождающее**. НЕ ЗАБУДЬТЕ, пожалуйста, «Что Мир не велик и не богат», «что в мире есть любовь, которая и жжет и губит» , «есть в мире слезы, но есть и битвы», «что воздух так же густо замешан, как земля. Из него нельзя выйти, в него трудно войти. А ПОД ВРЕМЕННЫМ НЕБОМ ЧИСТИЛИЩА ЗАБЫВАЕМ МЫ ЧАСТО О НЕМ». Речь идет всего лишь, как говорил Мандельштам, «О временах простых и грубых».

Силы, солнца и любви.
С глубоким поклоном,

Г. Гамалея

Я же в силу обстоятельств, кроме благодарственного ВСЕМ поклона, хотела бы сказать несколько слов по теме, которая меня интересует. Пока, вчерне, я назвала свое выступление словами любимого мною Осипа Эмильевича и займу Ваше время несколькими основными тезисами.

Г. Гамалея

«О ВРЕМЕНАХ ПРОСТЫХ И ГРУБЫХ»...[1]

Гуманитарные науки разных школ в течение последних нескольких столетий пристально занимаются теориями времени и пространства (хронотопами). XX век в самых разных областях знания сделал время — пространство основной проблемой, особенно в физике и искусстве. Строго говоря, она мифологизировалась, особенно в вероучениях: «пространство — со злом и смертью, время с жизнью и духом» или «время души разлучается с пространством тела».[2] Мы сегодня живем на оси времени без точных границ, но как его вместилище, предназначенное для событий (как ему положено). Оно уже исторически маркировано. С одной стороны, время конца света, с другой — время всемирного кризиса, а с третьей более определенно — Путинское. Это время представляется в движении из прошлого в настоящее, когда довольно часто меняется устремление власти в объяснении этой поступи и намерений России. Реальный же сценарий его существования иллюстрирует «вечное возвращение» в прошлое, культивируя знакомую нам мысль: все сохраняется, ничто не исчезает бесследно.

Наше время — время постсуществования, в памяти людей, в повседневной жизни и в культуре. Об этом ярко свидетельствуют успехи сериалов документальных фильмов о вождях революции, самой революции, о трудовом энтузиазме и массовом героизме первых пятилеток, забыв (или умалчивая), что строителями этих гигантов были политзаключенные. Сценарные истории — звенья времени и истории жизни людей и страны стыдливо умалчивают о крестьянских бунтах при раскулачивании, о голоде, о Гражданской войне, Гулаге, Репрессиях и о времени 1980-х-1990 годов, дав последним название «лихих» и т.д. Таков сценарный ход и смыслы фильмов отечественного телевидения — это ход Путинского времени, его идеология. Один из журналистов определил его метр: «Два шага вперед, один назад».

Современное телевидение использует еще один тип времени — вечное возвращение, что соотносится с историческими событиями, явлениями культуры — обилием и деталями говорящего пространства и реалиями времени. На мой взгляд, таким новым, хорошо продуманным авторами, режиссерами и дизайнерами стал не только блок новостей, но пространство живого города, которое подарил нам канал «Москва 24».Режиссеры очень вдумчиво, спокойно включают в мотив громады города минимум сюжетных ходов и лирических отступлений, максимум сущностей жизни большого и сложного мегаполиса, с настоящим актуально- длительным временем, с вечным движением транспорта. Блистательные съемки операторов, когда статика и динамика в съемках программ уравновешены и взаимодополняют друг друга так же, как перемещение по горизонтали дополняется перемещением по вертикали, что дает возмож-

ность зрителям видеть город во всей его сложности и красоте. Все эти факты убеждают нас, что Москва в пространстве Мира — самостоятельный мир в мире.

Удивительно по-человечески «входят» в темп этой концепции — «круглосуточно активной жизни мегаполиса» гости со своими историями, настроением, судьбой. При минимуме таких сюжетных лирических историй поражает корректность, не свойственная журналистам «большого эфира». Использование включений текстов — это попытка иллюстрации «экзистенционального» сюжета в настоящее актуально — длительное время. Здесь корректно текстовое пространство соединяет, коррелирует мир, жизнь с мотивами памяти истории и культуры города. В любом сценарии существует начало — созданность, предназначенность, конец — память и беспамятство, которые соединяются, порой, независимо от нашего желания.

Современный телеэкран насквозь пронизан пространством одновременно существования, несуществования и постсуществования — эта усложненная троичная форма, хотя и должна создавать эффект слитности всех частей мироздания в единое целое, у нас это случается не всегда, а разными (порой) нелепыми мотивами. Например — экран двухнедельных новогодних каникул, или бесконечно празднично очерченных дней когдатошних побед и свершений (как правило, мифологических). Телевидение федеральных каналов живет своей жизнью исходя из соотнесенности с реальной осью времени — настоящим и актуально длительным — продолженным прошедшим. Это особенно бросается в глаза, а порой оскорбительно режет слух и душу — празднование Дня Победы — 9 мая. Мне кажется, у исторических событий нет режиссуры. В телевизионных сюжетах повсеместно используются имитации. Вместо исторических лиц, «слепки голосов»; толпы наряженных в новые шинели или полушубки людей, которым режиссеры громко указывают их место, и они начинают «жить» под командными голосами: шарахаться, побеждать, умирать, страдать, даже голосить, пританцовывая. Зритель призван их угадывать, если немного знает исторические факты, или воспринимать все происходящее как шоу, что привычней. Так же однообразно объединяются фабульные и внефабульные эпизоды на тему памяти. Исторической тематике всегда соответствует «распрямление» времени — из циклического оно становится историческим. Экраны телевидения и кино преподносят новые серии ситуаций, уже в локализованном времени.

В течение прошлых лет мир проживал новый исторический момент — конец уходящей христианской эры, когда время представляется историческим, движущимся из прошлого в настоящее. Новое настоящее актуально-длительное с ретроспективными штрихами ведет к изображению уходящей эры в прошедшем продолженном. Порой только неожиданные внефабульные реплики ребенка, выражение лиц как память в голосе создают эффект переживания уходящего времени — «пока я говорил, время кончилось…»

Мир, в котором нам выпало счастье обретаться, не так уж велик и богат. В него заложена огромная разрушительная сила, в которой главенствует линейное время, а все эфирные материалы передают суточный и годовой циклы, лежащие на перекрестке линейности и цикличности, но «претерпевают смещение в сторону пространственности природного или календарного, порой бытового времени и символизации».[3]

Современная наука, особенно урбанистика, озабочена организацией современной жизни людей в городах со их многовековой историей, ментальностью, материальной культурой, местами и пространствами «возбуждающими особую энергетику …элеминируют картинки протеста…и визуализируют зримый образ, который воздействует сильнее, нежели слово и смысл (Болотная площадь, площадь Сахарова)…»[4]. Ученые акцентируют связь социальных процессов и политического сознания с физической организацией пространства. Стараниями географов и архитекторов сегодня они «в постмодерне увидели эпоху триумфа пространства — в противовес векам модерна с его культом времени и движения в истории в формате кумулятивного прогресса».[4]

«Как же избежать соблазнов новых призраков прогресса, который все спишет?» — задавался вопросом Григорий Померанц в последних своих статьях[5]. В мире много ложных идей и страшно, когда люди рвутся в будущее через возвращение в прошлое — сначала в национализм, потом в интернационализм. Идей и завлекающих лозунгов, вызывающих энтузиазм, много, мы видим это сегодня в своей стране и в окружающем мире, охваченном пожарищами различных движений и увлекательных идей. «Личность, не нашедшая опоры в себе, пытается найти тождество с собой, одевшись в старое платье. Все упирается в недостаточность развитости и зрелости личности».[6]

Современный человек, окруженный экранной техникой, воспринимает несовпадение собственных иллюзий и ожиданий с показанными на экранах повторяющимися событиями как закономерность жизни: будь то происходящие природные катаклизмы, криминальные разборки, транслируемые еженедельные шоу о превратностях судеб, жизни, смерти знаменитостей или сериалы. Он воспринимает экранные истории независимо от оценок качества и содержания, как приметы цикличности времени или как «патриархальную стабильность».

Разобрать пространство, время, язык, мотивы, сюжеты современного телеэкрана не представляется в короткой статье возможным. Федеральный экран однообразен, в исторических сюжетах идет «распрямление» времени и сюжетов, форматные циклы маркированы жесткой однотипной сценарной схемой, авторского лица не «считаешь», равно как и художественных приемов.

А. Бергсон очень точно писал: «…наше время — это не мгновение, сменяющее мгновение, ибо тогда мы имели бы только настоящее и никакого развития прошлого в настоящее, никакой эволюции, никакой конкретной длительности.

Длительность постоянный прогресс прошлого, пожирающего будущее и растущего по мере движения вперед..».[7]

[1] Мандельштам О.Э. Стихотворения, переводы, очерки, статьи. Тбилиси. 1990.

[2] Григорьев В. Хлебников. Настоящий голод пространства // Языки пространств. 2000. Новая газета» № 88 от 7.08.2013. С. 403.

[3] Рубцов А. Не из Кремля чудить труднее. О пространстве жизни и территории власти. Публичная лекция.\\«Новая газета» № 88 от 7.08 2013. С. 69.

[4] Там же. С. 11.

[5] Померанц Г. Выход из транса. Русские пропилеи. — М.: РОССПЭН, 2010. С. 538.

[6] Там же. С. 539.

[7] Бергсон А. Творческая эволюция. Пер. с франц. М.Булгакова, перераб. Б.Бычковской//Бергсон А. Собрание соч. Т1. — М., 1996. С. 4.

I

ДОМАШНИЕ ЭКРАНЫ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Н. Хренов

РОССИЙСКИЕ МЕДИА В ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТИЛЕТИЯ: ОТ РЕНЕССАНСА К КРИЗИСУ

То, что медиа — могущественная сила, знают все. Д. Дондурей, имея в виду телевидение, утверждает, что оно — главный производитель смыслов[1]. Однако, если вспоминать множество просмотренных в последнее время телепередач, невольно возникает вопрос: производитель смыслов или симулякров? Но на него не сразу ответишь. Действительно, с помощью медиа можно манипулировать сознанием отдельных людей и целых обществ, формировать мнения, представления, оценки. Наконец, создавать мифы. И эти мифы могут быть сильнее самой реальности. Можно также с помощью медиа конструировать идентичности, в том числе, коллективные. Сильная сторона медиа заключается в том, что они способны выходить за пределы культуры, а значит, экспериментировать, т.е. внедрять в индивидуальное и массовое сознание принципиально новые структуры мышления и художественного выражения. Вспомним в этом смысле мозаичные и клиповые формы организации текстов, которые сегодня становятся привычными.

И здесь возникают далеко непростые отношения между медиа и культурой, хотя может показаться, что медиа — это именно и есть культура, ядро культуры, во всяком случае, современной, которую уже невозможно представить без электронных технологий. Медиа способны выступать и разрушителями культуры и ее созидателями. Но случается так, что культура как матрица, сотканная из множества формул и форм, возникших на разных стадиях истории и функционирующтих бессознательно, возвращает вырвавшиеся на свободу средства медиа в свой контекст. Поэтому можно разделять точку зрения тех, кто полагает, что в культуре ничего не исчезает. Но дело не только в том, что в ней ничего не исчезает, но и в том, что это неисчезающее еще и воздействует, причем самым неожиданным и бессознательным образом. Важно отдавать отчет в том, как именно действует всплывающий в коллективной памяти некогда активный фрагмент какой-то целостной формулы. Он может всплывать стихийно, и его часто не подвергают рефлексии, поскольку не осознают. Но им можно воспользоваться для того, чтобы транслировать по каналам медиа какую-то информацию как сообщение с какой-то определенной целью. И власть, как правило, когда ей удается улавливать общественные настроения, этим пользуется.

Тема «медиа и общество» весьма обширна. Тут и комплекс актуальных, обращающих на себя внимание современных проблем, и экскурсы в историю медиа. Но весьма проблемным является даже вопрос о предмете рассмотрения, т.е. медиа. Тут и пресса, и печать, и телевидение, и кино, и радио, и реклама, и

Интернет, и много чего еще. Предваряя дискуссию о медиа, редакция журнала «Отечественные записки» констатирует, что точно определение медиа дать весьма трудно. «То есть определение СМИ как будто есть, но оно таково, что подпадает под него фактически все, что угодно — от «Отечественных записок» до рекламного щита “Я люблю тебя, Солодов!”»[2]. В промежутке умещаются книги. Интернет, телевидение и радио, предвыборные листовки и стикеры автодилеров на бамперах — в зависимости от того, насколько широко склонен толковать словосочетание «средства массовой информации» тот или иной исследователь этого явления, СМИ безграничны»[3].

Основатель журнала «Афиша» И. Осколков-Ценципер формулирует: «Медиа — это способность рассказывать истории и через это давать нам новые линзы, инструменты для понимания действительности»[4]. Когда автор этой формулировки употребляет слово «инструмент», то под этим он имеет в виду способ конструирования с помощью медиа новой действительности. Так в нескольких предложениях он формулирует то, о чем Н. Луман пишет целые книги. И вот емкая формула предмета: «Медиа — это способность небольшого числа голосов быть услышанным большим количеством ушей»[5].

Начнем анализ темы с установления периодизации в деятельности медиа и, в частности, с исходной точки, когда их действие начинает восприниматься как взрыв. Этой исходной точкой в нашем недавнем прошлом является начавшийся распад большевистской империи, иначе говоря, приход к власти М. Горбачева. Правда, с тех пор утекло уже много времени, и мы сегодня находимся в другой ситуации. Пережитые последние десятилетия позволяют выделить два главных этапа в истории современных медиа — их ренессанса в 1990-е годы и их кризиса в 2000-е годы. И хотя о кризисе медиа сегодня говорят сами представители медиа, это деление на два периода является условным.

Распад большевистской империи, упразднение государственного контроля, активизация либеральных идей, возникновение общественного мнения — все способствовало ренессансу медиа. А главное: общество ощутило себя самостоятельным по отношению к государству. Свобода медиа — следствие свободы общества. Но не только о следствии свободы общества в данном случае следует говорить. Медиа активно формулировали общественное мнение. От медиа многое зависело.

Процитируем высказывание главного редактора газеты «Сегодня» Д. Остальского. Эта газета является первым медиапроектом В. Гусинского. Он говорит, что журналистское сообщество сыграло роль отсутствующего, как известно, в России среднего класса. В начале 1990-х были только первые олигархи и беднейшая часть населения. Последние пострадали от реформ, и им трудно было разделять идеи реформаторов. «Единственная часть общества, — говорит он, — которая поддерживала либеральное направление в политике, направление Ельцина-Гайдара, были журналисты… Реформаторское направление на-

чала 1990-х в значительной степени держалось на поддержке журналистского сообщества»[6]. Если с этим согласиться, то можно считать, что нет более яркой иллюстрации к теме «медиа и общество», чем эта. Конечно, преувеличение, что журналисты могли сыграть такую роль. Тем не менее, сделанное ими значительно. Стоит ли доказывать, что в силу этого журналисты часто оказывались в опасности? Приведем один факт. Во время путча в 1990 году из Белого дома шла трансляция. Ее отключили. Репортерам пришлось выйти на площадь, заполненной людьми, и продолжать вещание. Это нужно было сделать, чтобы люди не покинули площадь. Если бы они ушли, немедленно были бы введены танки. Судьба самих репортеров была бы весьма драматической. Поэтому вещание продолжалось круглосуточно[7].

Обратим внимание на уникальный случай, когда в истории произошло совмещение медиа, или средств массовой коммуникации, для которых основополагающим признаком, согласно Н. Луману, является отсутствие интеракции (т.е. непосредственного взаимодействия людей в одном пространстве, в котором люди видят и слышат друг друга), с одной стороны, со средствами массового воздействия, которые имеют место лишь при наличии интеракции, с другой. `

В российской науке средства массовой коммуникации и средства массового воздействия разводятся[8].

Когда М. Маклюен говорит о медиа, он использует понятие «взрыв». Но он связывает это с появлением каждого нового средства медиа, будь то печатная книга или телевидение. Однако то, что происходило в 1990-е в России, тоже похоже на «взрыв». Но взрыв на этот раз происходил с помощью уже успевших стать традиционными медиа. Выяснялось, что в медиа существовал такой потенциал, который в Советском Союзе до этого не был востребован.

Сегодня от этой эпохи мало что осталось. Разве что вульгарная ругань Жириновского. Так мы оказываемся очевидцами того, что сами творцы медиа называют кризисом. Государство берет реванш, демонстрируя жесткую логику российской истории, связанную с раскачиванием маятника то в сторону оттепели, то в сторону заморозков. В начале 1990-х в России вышло интересное фундаментальное исследование философа А. Ахиезера, в котором под этим углом зрения была проанализирована вся история России[9]. То, что сегодня происходит в России, буквально иллюстрирует эту концепцию А. Ахиезера.

В данном случае не будем обсуждать проблему «медиа и власть». Следует прежде всего понять активность вышедших в последние годы на поверхность консервативных сил. Для этого нам потребуется рассмотреть отношение «медиа и культура». Ренессанс медиа в 1990-е годы совпадал с очередной «оттепелью» и выражал ее настроения. Хотя мы обычно называем «оттепелью» хрущевскую эпоху, т.е. с середины 1950-х годов. Но, можно сказать, что этой оттепели в свою очередь предшествовал русский Серебряный век, или русский культурный ренессанс в начале XX века. Не случайно эту эпоху Д. Мережков-

ский называл тоже «оттепелью». Можно идти и дальше, в XIX век. Один из ярких периодов в истории России был Александровский период (эпоха Александра I), который тоже обозначали как весну.

В период перестройки у нас вышла замечательная книга В. Паперного «Культура Два», в которой был опробован такой циклический подход к истории архитектуры, хотя получилось, — к истории культуры в целом[10]. К идеям, высказанным в этой книге, мы еще вернемся. Действительно, история медиа включена в историю культуры. Пожалуй, медиа 1990-х задавала новые ориентиры для всей культуры. Вновь в высокой цене оказался документ, который стал самым сильным антагонистом мифа. Конечно, все это началось с литературы, пожалуй, с «Архипелага Гулаг» А. Солженицына. С того, что Б. Дубин назвал «публикационным бумом». Но с помощью медиа новый подход к реальности приобрел грандиозный размах. Можно утверждать, что медиа — наиболее эффективное средство демифологизации истории, которая и началась в горбачевскую перестройку.

В 1990-е годы был проигран один из вариантов функционирования медиа, в контексте которого формируются особые структуры их языка. В ситуации ренессанса медиа действительно складывается новый язык медиа, который давно возник на Западе. Вот признание одного из сотрудников выходившей в начале 1990-х «Независимой газеты», которую тогда редактировал В. Третьяков: «Мы вырабатывали практически на пустом месте новый язык СМИ в России — говорит он. — До этого газеты пользовались партийно-бюрократическим канцеляритом. А мы, вооружившись до зубов стайлбуками «Financial Times» и «Reuters», пытались привнести западные критерии на отечественную почву. И в общем-то, преуспели — хотя создали нечто свое. Мне кажется, это был очень интересный и очень адекватный своему времени язык»[11].

Но время меняется, и этот адекватный своему времени язык оказывается в кризисе. Глава первого канала телевидения К. Эрнст по этому поводу прямо говорит: «Телевидение и все остальные медиа съели тот язык, которым разговаривали»[12]. Обобщая сказанное, он констатирует: «Кризис медиа конца первого десятилетия нынешнего века может оказаться покруче пришествия Гутенберга. Все медиа — от почти уже античных до суперсовременных — мычат в попытке выплюнуть из себя слова уже наступившего тысячелетия. И для того, чтобы это преодолеть, нужны принципиально новые и не технические, а философские решения»[13].

Трудно говорить о том, как быть с новыми решениями, но очевидно, что если раньше в таких ситуациях уходили в катакомбы, то сегодня от традиционных медиа уходят в Интернет, в мировую паутину. Но важна не только принципиально новая стратегия. Нужно хотя бы проанализировать накопленный медиа опыт. В этой перспективе выделим один аспект, и все свое внимание сосредоточим на нем. Аспект этот исторический. История в дан-

ном случае нужна, чтобы подобрать ключ к пониманию актуального состояния медиа. Что тут является определяющим: сами медиа или общество, в котором они функционируют?

Отвечая на этот вопрос, избежим в данном случае ссылок на М. Маклюена, прочертившего логику эволюции медиа, начиная с изобретения фонетического алфавита. Не будем также перечислять все возникшие в истории средства медиа, которые, как утверждает К. Эрнст, в новом тысячелетии утрачивают эффект воздействия. Нет необходимости возвращаться и в средние века, как это делает В. Куренной во вводной статье к номеру журнала «Отечественные записки» за 2003 год, который целиком посвящен медиа с красноречивым заголовком «Конец СМИ». Там он проводит параллель между образно-визуальными текстами, связанными с культовой архитектурой средних веков, и голливудскими блокбастерами[14]. Представляется, что было бы полезным вернуться в XVIII век, с которым наше время, как свидетельствует практика медиа периода ренессанса, многое связывает. Пожалуй, это время является настоящей исходной точкой той тенденции, которая и определила тот взрыв медиа, который мы пережили в 1990-е годы.

Один из первых исследователей медиа Г. Тард начинает их историю с появления общественного мнения и его влияния на власть. По его мнению, вовсе не парламенты, а именно общественное мнение является «фабрикой власти». «Власть выходит оттуда, — пишет он, — как богатство из мануфактур и фабрик, как наука выходит из лабораторий, из музеев и библиотек, как вера выходит из изучения катехизиса и материнских наставлений, как военная сила выходит из пушечных заводов и казарменных учреждений»[15].

Дело в том, что общество, освобождающееся от государства, входит в этап своего динамичного развития. История все более стремится стать историей не империй и государств, а историей обществ. Наверное, именно с этим, а вовсе не с технологиями, связан тот взрыв, о котором говорят М. Маклюен и Н. Луман. Так, Н. Луман буквально повторят утверждение М. Маклюена по поводу того, что последствия возникновения медиа как взрыва человечество пока не способно оценить[16]. Переломный момент в истории — появление общества, которое К. Поппер назвал «открытым»[17].

С этого момента иначе воспринимается время. Прошлое уступает будущему. Культивируются инновации и модернизации. Сегодня и в России тоже провозглашен курс на модернизацию. Что же является активным рычагом внедрения футуристического мировосприятия, которое породит все типы авангарда — от политического до художественного? Авангард стремится отрезать человечество от прошлого. Но отречение от прошлого неизбежно приводит к процессам симуляции. К производству симулякров и, прежде всего, с помощью медиа. Кризис языка медиа, который констатируют сами творцы медиа, означает осознание того, что используемый сегодня медиаязык — это язык симулякров. Не

поэтому ли так постоянны сегодня на телевидении сюжеты об инопланетянах и о конце света. Кризис языка — это утрата реальности, а там, где утрачивается реальность, возникают симулякры. Н. Луман не использует понятие «симулякр», но вот что он говорит: «Мы не спрашиваем о том, что имеет место; что за мир и что за общество нас окружает. Напротив, мы спрашиваем о том, как возможно, что информация о мире и об обществе признается информацией о реальности, если известно, как она производится»[18].

Когда общество с помощью медиа освобождается от прошлого, возникает необходимость постоянного утверждения связи между настоящим и будущим. Общество, отрываясь от прошлого, перестает развиваться в соответствии с большими длительностями времени и начинает ощущать себя в пространстве кратких длительностей. Но большие исторические длительности — это время культуры. Разрывая с прошлым, авангард разрывает с культурой. Какое же средство оказывается наиболее соответствующим новой общественной динамике? Какое средство начинает воспроизводить жизнь в кратких длительностях? Конечно же, прежде всего, пресса и медиа в целом. Процитируем в связи с этим снова Н. Лумана: «Они (СМК — Н. Х.), — утверждал он, — порождают время, которое сами себе и предпосылают, а общество к этому приспосабливается. Это красноречиво подтверждается прямо-таки невротической одержимостью инновациями в экономике, политике, науке и искусстве (хотя никто не знает, откуда проистекает новизна нового и насколько велик его запас»[19].

В соответствии с Н. Луманом получается, что эта невротическая одержимость инновациями идет от медиа. В этом высказывании мы узнаем позицию М. Маклюена: мощные технологии способны конструировать новую реальность, которая сильнее самой реальности. Но хотелось бы этот аспект проблемы перевести в философский план, как советует К. Эрнст. Нет, еще не объясняет взрыв медиа ни сама технология, ни даже возникшее общественное мнение. В данном случае невротическая одержимость новым является следствием возникшего в XVIII веке мировосприятия, которое есть модерн. Это понятие нами сейчас употребляется в философском смысле, т.е. так, как его использует Ю. Хабермас[20]. Начало эскалации медиа, действительно, связано с XVIII веком. Именно потому, что в этом веке начинается эпоха модерна. Во многом и вся наша история и, в том числе, история медиа началась в эпоху раннего модерна, т.е. в эпоху Канта и Гегеля, когда были сформулированы основополагающие философские принципы мировосприятия модерна.

И если представители медиа сегодня констатируют кризис языка медиа, то в реальности под этим следует понимать, в том числе, и кризис модерна как мировосприятия, причем, кризис модерна как мировосприятия во всем мире, включая Запад и Россию, но, правда, исключая Америку, которая, как превосходно показал Ж. Бодрийяр, все еще исходит из принципа модерна, причем, в его раннем варианте. И вот этому принципу модерна в его американском ва-

рианте следовали российские медиа в 1990-е годы, т.е. в период ренессанса медиа. Получается так: в других странах модерн угасал, а российские медиа его возрождали, провоцировали и, точнее, выражали. Поэтому стоит ли искать причин кризиса медиа: они лежат на поверхности. И хотя в России 1990-х развернулись дискуссии о постмодерне, особенно в художественной среде, полагаю, что постмодерн здесь не имел значительного эффекта. Да и сам постмодерн очень напоминал авангардистские акции и, следовательно, продолжал оставаться все тем же модерном.

Между тем, в самом обществе развертывался глубинный, подспудный процесс, который и привел к нынешнему состоянию, к кризису медиа. Медиа все еще пытается пользоваться языком, сформировавшимся в 1990-е годы, а общество сильно трансформировалось. Между медиа и обществом возникло противоречие. Можно даже утверждать, что возник Вызов в понимании А. Тойнби[21]. Проблема «медиа и власть» возникает в результате необходимости как-то это противоречие разрешить, т.е. дать творческий ответ на Вызов. Но является ли этот ответ творческим?

Этот глубинный, подспудный процесс развертывается бессознательно, и для того, чтобы начать в нем разбираться, мы вынуждены ввести в логику своих рассуждений, кроме общества и государства, еще один «персонаж», об активности которого в нашей стране имеется весьма поверхностное представление, а именно, культуру. Правда, в последние годы в российских гуманитарных науках есть попытка разобраться в культуре. Возникла даже целая наука. Именно этот «персонаж», а не постмодерн является наиболее активным средством сопротивления модерну как мировосприятию, которое, как сегодня понятно, стало причиной многих трагедий в истории последнего столетия, в том числе, и тех, что связаны и с русской, и с немецкой национальной идей, т.е. с большевизмом и национал-социализмом. Обо всем этом сказано у Ю. Хабермаса[22].

Но если мы вводим в структуру наших рассуждений о медиа культуру, то вместе с ней приходится констатировать и особое время, которое М. Бахтин называет «большим временем», а Ф. Бродель временем больших длительностей[23]. А это время для медиа оказывающихся во власти невротической одержимости новым, удивительно неорганично. Медиа в этой парадигме просто не способны функционировать. Их роль в активизации культурной парадигмы, пожалуй, заключалась в том, что, собственно, медиа это сопротивление активности культуры и спровоцировали. И то, что мы сегодня много рефлексируем о культуре, не случайно. Такая рефлексия свидетельствует о том, что активизируется спасительный комплекс, который позволит преодолеть все противоречия и разрушения, которые принес с собой модерн. Медиа уводили общество в сторону от прошлого, а культура это перечеркнутое модерном прошлое реабилитирует.

Но тут сложно сказать, кто кого реабилитирует. То, что происходит с культурой, происходит стихийно и бессознательно, поскольку формируемое медиа

сознание людей просто неспособно выходить в пространство больших длительностей. И активность государства, и активность православной церкви, столь сегодня очевидная в России, — лишь надводная часть айсберга. В данном случае и государство, и церковь являются вовсе не инициаторами, не ведущей силой. Они только оформляют то, что народилось в самом обществе. Они ощутили, что следует дать какой-то творческий ответ на Вызов, возникший в связи с развертывающимся на протяжении вот уже почти трех десятилетий реформированием. Очень трудно утверждать, что этот творческий ответ в виде давления государства на медиа и активного внедрения религиозной ортодоксии является удачным. Просто такой творческий ответ для России оказался традиционным и очень привычным. Легче всего ничего не изобретать нового, а воспользоваться тем, что в истории уже имело место. И далее в соответствии с концепцией А. Ахиезера[24]. Впрочем, и В. Паперный, превосходно в свое время описавший, что из себя представляет «культура Два», тоже приходит к выводу, что сегодня она снова приходит на смену «культуре Один», которая имела место и в 1920-е годы и затем в хрущевскую эпоху[25].

Что все-таки произошло в самом обществе, что привело к осознанию кризиса языка медиа? Обратимся снова к маклюеновской идее взрыва. Он говорит, что с появлением каждого нового средства медиа в обществе происходит выброс энергии, подобно той, что возникает в результате расщепления атомного ядра. Была эпоха, когда медиа спровоцировали национализм и индивидуализм, но наступила эпоха, когда эти комплексы нейтрализуются, стираются. Все это имеет отношение к формированию и поддержанию индивидуальных, национальных и коллективных идентичностей. Этот вопрос сегодня в России активно обсуждается, в том числе, и применительно к медиа. Тут, разумеется, существуют веские причины — и распад имперской идентичности, и стремление сохранить старую или обрести новую идентичность, что в ситуации глобализации, действительно, представляет серьезную проблему.

И здесь возникает серьезный вопрос, имеющий отношение к медиа и к культуре. Ведь медиа тоже является мощным средством и поддержания, и формирования идентичности — и общенациональной, в чем заинтересовано государство, и субкультурной, и культурной, и любой другой. Приведем некоторые примеры из практики медиа. Например, главный редактор русского «Playboy» — первого профессионального мужского глянцевого журнала, задался целью транслировать с помощью своего издания новый образ русского мужчины. Он признается, что «хотел изменить традиционные русские представления о настоящем мужчине, как о вечно пьяном, жирном, неухоженном, по-хамски относящимся к женщинам»[26]. Он пишет: «Мне хотелось продемонстрировать нашим мужчинам, что возможны и другие — более привлекательные типажи. Джентльмен, плейбой, вообще ухоженный галант-

ный мужчина, динамичный, следящий за собой, культурный и — что главное в контексте журнала — уважительно, восхищенно и в то же время играючи относящийся к женщинам»[27].

Другие, более серьезные журналы тоже ставили своей целью если не формировать такие идеальные образы, так, по крайней мере, отдавать отчет в том, для кого же они работают и кто их воспринимает. Это то, что на телевидении и в прессе называют форматом. Вот, например, представитель медийного проекта середины 1990-х «Сноб» М. Гессен уже пользуется понятием «идентичность». Она говорит, что ее издание ставит своей целью обнаружить, выявить и сделать реальностью аудиторию «состоявшихся людей», занимающихся «частным обустройством и выстраиванием собственной идентичности»[28]. Так журналистка выходит на обсуждение вопроса о конструировании и создании с помощью медиа-идентичности.

В какой мере можно утверждать, что это одна из функций медиа в любых ее формах и проявлениях? И отдельный вопрос: в какой мере можно утверждать, что в постсоветской России функционирование медиа привело к созданию новых идентичностей? Каков вообще потенциал медиа в формировании и утверждении идентичности? Не такой уж он и значительный, во всяком случае, не единственный. Во всяком случае, по сравнению с культурой.

Если создавать такие идентичности медиа и способны, то не являются ли они, эти идентичности, лишь набором весьма поверхностных характеристик человека, которые не имеют отношения к другим способам конструирования идентичностей и прежде всего к культуре? Наиболее мощным средством формирования идентичности является все-таки культура. Не случайно в последние десятилетия в России так много говорят о культуре.

Но тут следует иметь в виду специфику русской культуры, которая способна разрушать то, что в какой-то период (в нашем случае в период ренессанса, т.е. в 1990-е годы) успевает создать медиа. Разовьем мысль, заявленную в самом начале наших размышлений, что культура способна возвращать в свой контекст вырвавшихся на свободу и опирающихся на технологии медиа. При этом культуру не приходится отождествлять исключительно с чем-то идеальным, возвышенным и позитивным. Культура — то, что формировалось в больших исторических длительностях. Аксиология тут не при чем. Это очень консервативный институт. И хотя повсюду сегодня в России говорят об упадке культуры, она продолжает оставаться предельно активной, в том числе, и в сфере конструирования идентичностей.

Чтобы прояснить вопрос со спецификой русской культуры, процитируем суждение Н. Бердяева о морфологии русской культуры. По сути дела, философ повторил мысль А. Герцена, высказанную еще в XIX веке. Цитируя Н. Бердяева, мы возвращаемся к идее больших длительностей в истории, с помощью которых активно программируется сознание и поведение людей. «Россия, — пишет

Н. Бердяев, — совмещает в себе несколько исторических и культурных возрастов, от раннего средневековья до XX века, от самых первоначальных стадий предшествующих культурному состоянию, до самых вершин мировой культуры»[29]. Мы уже отмечали, что ментальные формы и формулы, сложившиеся на разных этапах истории культуры, способны всплывать в коллективном сознании и быть активными в формировании каких-то установок и оценок.

Подчеркнем, что эти состояния культуры, возникшие в истории последовательно, могут в результате нарушения, в силу каких-то причин, их иерархии функционировать самостоятельно и одновременно. Это происходит в ситуации, которую Э. Дюркгейм назвал «социальной аномией»[30] или, как эту ситуацию называют в России, смутой. Но эту смуту мы как раз и переживаем. Она никак не может закончиться. Такое совмещение объясняет и современные процессы, когда активность некоторых слоев общества, заинтересованных в последующих изменениях (а это проявилось в акциях и на проспекте Сахарова и на Болотной площади в 2012 году), наталкивается на противодействие других слоев общества. Средства массовой коммуникации уступают место средствам массового воздействия. А это разные вещи. Появление массы на площади — свидетельство опять же кризиса новейших технических медиа с характерным для них отсутствием интеракции. Площадь — отрицание медиа и возвращение к наиболее архаическим формам коммуникации, которые мы выше назвали средствами массового воздействия.

Н. Бердяев не отрицает того, что аналогичные процессы присущи и другим странам. Он даже говорит, что в принципе все страны в каждый данный момент совмещают разные возрасты. Тем не менее, он настаивает: «Но необычная величина России и особенности ее истории породили невиданные контрасты и противоположности. У нас почти нет того среднего и крепкого общественного слоя, который повсюду организует народную жизнь»[31]. Но дело не только в этом. Есть много причин, способствующих активизации в современной жизни традиционных слоев сознания. Н. Бердяев не перечислил всех аргументов в пользу своего тезиса, но они есть. Чтобы в этом убедиться, обратимся к еще одному эксперту по морфологии русской культуры — русскому философу-эмигранту Г. Федотову, который позволит также разобраться в проблематике идентичности и в возможностях медиа конструировать идентичности.

Попытаемся идентичность соотнести не только с медиа, но и с культурой. Г. Федотов попытался разгадать тот общественный регресс, что развертывался в России с конца 1920-х — начала 1930-х годов в связи с реальностью сталинской вертикали. Он стремился обнаружить ту психологическую или социально-психологическую основу, которая реализации этой вертикали способствовала[32]. Вот и сегодня, чтобы разобраться в кризисе медиа, следует эту основу тоже обнаружить. Все начинается с социума, а не с медиа.

Г. Федотов обращает внимание на то, что социальная аномия, возникшая в результате распада царской империи и последовавшей за ней революции, привела к прорыву в новую действительность средневековых слоев сознания, которые оказались предельно активными. Г. Федотов показал, что сталинская эпоха в российской истории оказалась возможной в результате активизации того типа личности, который был сформирован в средние века, в эпоху строительства «третьего Рима» и вновь вышел из исторического забвения после гражданской смуты (революции и гражданской войны). Собственно, именно эта смута его активность и спровоцировала.

Такая смута оказалась возможной благодаря активности другого типа личности, для которого важно было соотнести реальность с идеалом, а точнее, утопией. Поскольку же такой идеал реализовать сложно, то он находится всегда в движении, в постоянном поиске, в странствиях, в том числе, духовного плана. Этот тип личности Г. Федотов назвал странником. Если москвитянин или средневековый тип личности ради стабильности (слово-то какое популярное в современной России), стабильности государства готов пожертвовать свободой, то странник больше всего ценит свободу и ради этой свободы способен ассимилировать элементы других культур и пожертвовать государством, да, собственно, и вообще культурой. И, действительно, когда произошла революция, она и была принесена в жертву.

Г. Федотов свидетельствует о том, что русской культуре присуще отсутствие единого базового типа личности. Здесь он раздваивается на два определяющих типа, под воздействием которых развертывается маятниковая история в больших длительностях, которую и обнаруживает А. Ахиезер. Те два периода в истории медиа (ренессанса и кризиса) следует рассматривать тоже в этих длительностях исторического времени. Период, который мы здесь обозначаем как период кризиса, развертывается под знаком актуализации картины мира того типа личности, который мы здесь вслед за Г. Федотовым называем москвитянином[33].

В горбачевско-ельцинскую эпоху активность проявляет именно тип личности странника. Он начал активизироваться еще в период хрущевской оттепели. Следствием активности его ментальности стали 1990-е годы. То, что сегодня происходит, оказывается не только подтверждением концепции Г. Лебона о том, что масса, взбудораженная революционными переменами, рано или поздно устает от свободы и оказывается способной подчиниться человеку с железной волей, но и свидетельствует об очередном приходе средневекового типа — москвитянина, который в российской истории активизировался с рубежа 1920—1930-х годов. Москвитянин способствует возрождению той идеологии, которая очень похожа на фундаментализм. Этот тип личности был определяющим с рубежа 1920—1930-х годов, что описано в книге В. Паперного «Культура Два», хотя автор и не пользуется терминологией Г. Федотова.

Но нечто подобное происходит и в 2000-е годы. Полагаю, что эти процессы первоначально рождаются и развертываются в социуме, а потом уже к ним пристраивается и использует их власть.

Мы уже ссылались на высказывание одного деятеля прессы по поводу того, что российские журналисты компенсировали отсутствие среднего класса. Но это преувеличение. Произошло то, что произошло. И это свидетельствует не только о силе, но и о слабости медиа. Их способности конструировать идентичности ограничены. Эти идентичности конструирует, создает или просто вызывает из исторического небытия прежде всего культура. Активизировавшаяся в новой истории России культура требует рефлексии. Эта ее активность свидетельствует о распаде той картины мира, которая тиражировалась медиа под воздействием мировосприятия модерна. В нашей недавней истории эта уже угасающая картина мира получила вторую, но недолгую жизнь, что и вызвало к жизни ренессанс медиа. Сегодня мы с запозданием открываем, что это мироощущение все же уходит в прошлое. А вместе с ним становится достоянием прошлого и ренессансный период медиа, и открытый медиа в 1990-е годы новый язык.

Ментальность москвитянина — еще одно из проявлений российской ментальности, а, следовательно, российской культуры, с которым следует считаться так же, как и с ментальностью странника. Ему нужна не столько информация, сколько миф. Причем к мифу как составляющей всякой культуры следует относиться серьезно, как и к самой культуре. Считаться, но не идти у него на поводу. Его активность спровоцирована, как это было и раньше, активностью модерна, которую и демонстрировали медиа в эпоху их ренессанса, т.е. в 1990-е годы. Ведь не секрет, что все последние 20-25 лет значительные слои общества относились, например, к практике телевидения весьма критично.

С этой точки зрения в разыгрывающейся новой драматургии не следовало бы все причины кризиса медиа связывать исключительно с государством, властью и с правящей элитой. Они — в самом обществе. Но это вовсе не означает, что и медиа, и правящая элита, которая медиа контролирует, должны идти на поводу у носителя ментальности этого рода.

Очевидно одно: в новой ситуации язык медиа, действительно, оказался в кризисе, а вместе с ним в кризисе оказались те медиа, которые давно стали традиционными. Сегодня Россия осваивает Интернет и пытается осмыслить последствия нового взрыва, возникающего в результате появления Интернета. Этот процесс осмысления только начинается. На новой фазе функционирования медиа российское общество (и здесь можно повторить ранее сказанное) уходит в мировую паутину, как раньше уходили в катакомбы. Она позволяет получать информацию, минуя традиционные средства медиа, контролируемые государством.

Не случайно Г. Рейнгольд — автор книги «Умная толпа: новая социальная революция», пытающийся понять Интернет как новое средство медиа, ут-

верждает, что он открывает новую возможность объединения людей в «умную толпу», способную сопротивляться властным структурам[34]. Правда, он не исключает того, что, предоставляя человечеству большую свободу, новое средство медиа способно трансформироваться в то, что способно стать причиной ее утраты, превращаясь в орудие поголовной слежки, почище той, что описана Оруэллом. Поживем, увидим.

[1] Дондурей Д. Культурная политика против культа политики. //Российская газета. 03.12.2004.

[2] Куренной В. Медиа: средства в поисках целей. Отечественные записки. 2003., № 4. Отечественные записки. 2003., № 4., с. 7.

[3] Там же.

[4] История русских медиа. 1989—2011., — М., 2011., с. 216.

[5] Там же. С. 73

[6] Там же. С. 32.

[7] Там же. С. 12.

[8] Там же. С. 71.

[9] Ахиезер А. Россия: критика исторического опыта., т.1. От прошлого к будущему. Новосибирск. 1997, с. 71.

[10] Паперный В. Культура Два. — М., 1996.

[11] См. п. 4. С. 35.

[12] См. п. 2. С. 46.

[13] См. п. 4. С. 46.

[14] См. п. 2. С 11.

[15] Тард Г. Общественное мнение и толпа. — М., 1902. С. 121.

[16] См. п. 4.

[17] Поппер К. Открытое общество и его враги. Т.т.I, II. . М. 1992.

[18] Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005. С. 189.

[19] Там же. С. 38.

[20] Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М., 2003.

[21] Тойнби А. Дж. «http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B8» \o «Постижение истории» Постижение истории. — М., 1991.

[22] См. п. 20.

[23] Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV-XVIII вв. — М., 1992.

[24] См. п. 9.

[25] Паперный В. На дворе очередная «Культура Два», правда, с «Фейсбуком». Новая газета. № 10, 30. 01. 2013.

[26] См. п. 4. С. 136.

[27] Там же.

[28] Там же. С. 289.

[29] Бердяев Н. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности. — М., 1918. С. 71.

[30] Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд/Пер. с фр.; Под ред. В.А. Базарова. — М, 1994.

[31] См. п. 29.

[32] Федотов Г. Письма о русской культуре. В кн.: Федотов Г. Судьба и грехи России. Избранные статьи по философии русской истории и культуры., т. 2., — СПб., 1992.

[33] Там же. С. 163.

[34] Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. — М., 2006. С. 16.

А. Яковлева

ИНТЕРНЕТ — ЭРА В РОССИИ: НОВАЯ МОДЕЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ?

Как известно, в мире ныне сосуществуют разные типы организации социума — аграрные, индустриальные и постиндустриальные, но, по общему признанию, развитые общества сейчас находятся на последней из упомянутых стадий. Эта стадия может называться постиндустриальной, Третьей волной, информационным обществом, постмодерном или Интернет-эрой, однако обладает рядом системных качеств, отличающих ее от других форм общественного устройства. При этом в зависимости от свойств «территории», где обнаруживаются вызовы времени, модели общественных отношений формируются различные.

Объем статьи позволяет остановиться только на отдельных аспектах темы, упомянув некоторые другие лишь вскользь, поскольку сама она требует не одной и не двух монографий.

Влияние новых медиа на социальные процессы в западном обществе: основные тенденции

Если говорить в самых общих чертах собственно о социологических характеристиках переживаемой развитыми странами современной эпохи, то это:

— радикальное сокращение сферы материального производства и компьютеризация оставшегося сегмента,

— не менее радикальное увеличение сферы услуг и досуга,

— повышение роли высококвалифицированных кадров («креативный класс»», по Ричарду Флориде) и необходимость непрерывного, на протяжении всей трудовой жизни, образования и переквалификации,

— исчезновение или сокращение значения традиционных идентичностей: в глобальном мире при идентификации уже второстепенными становятся гражданство, национальность, раса, пол, возраст, общественное положение или профессия; правда, в последние годы возрастает значение этнического и конфессионального факторов, да и навязчивое подчеркивание прав и привилегий тех или иных групп населения в реальности ведут зачастую не к их равенству и равноправию, а к сегрегации и привилегиям одним за счет других.

Отдельно стоит отметить ментальные черты современной эпохи. Кратко и емко они сформулированы Г. С. Кнабе: «Постмодерн образует сейчас реальную атмосферу не только духовной и научной жизни, но и внятно ощутим в политике, в межличностных отношениях, в оформлении материально-пространственной среды. Основные положения его к настоящему времени созрели для словесной

ясности: часть всегда права перед целым; индивид всегда прав перед обществом; свобода всегда права перед ответственностью; субъективное самовыражение важнее объективной истины, которой, впрочем, и не существует, ибо все, что вне индивида и его свободы, навязано, т. е. существует насильственно, искусственно, а потому ложно; культура семиотична, но в силу абсолютной индивидуальности восприятия знаков денотаты их принципиально неуловимы, а коды нерасшифруемы»[1] [*курсив мой. — А.Я.*]. Подробный анализ осуществления этих принципов, прежде всего в материале западноевропейской культуры, дан в работах того же автора[2, 3, 4]. М. Эпштейн предлагает тезис «Россия — родина постмодернизма» и вполне успешно, невзирая на некоторые передержки и идеологический запал, его доказывает (см., например,[5, 6]). Так, Эпштейн пишет: «Постмодернизм обычно характеризуется как эпоха создания гиперреальности посредством коммуникативных и информационных сетей, делающих образ, изображение, знак, идею более наглядной, осязаемой и реальной, чем то, что в них обозначается или отображается. <…> в советских условиях на основе тотальной идеологии и была создана такая гиперреальность, которая, как всякое подобие без подлинника, не подлежит оценке в традиционных терминах «истины-лжи», поскольку она состоит из идей, которые становятся реальностью для миллионов. Но суть в том, что такое создание искусственной реальности, хотя и в масштабах, уступающих советским, давно стало прерогативой российской истории. То, что оказалось новостью для Запада и стало обсуждаться в 1970-е — 1980-е гг.: вездесущность симулякров, самодовлеющее бытие знаковых систем, заслоняющих и заменяющих мир означаемых, — в России существовало по крайней мере с петровского времени»[6]. Правда, при таком словоупотреблении понятие постмодерна вообще теряет свой достаточно определенный смысл и размывается до неузнаваемости. Однако подобный ход мысли интересен тем, что сможет помочь исследователю проследить реализацию настоящего, а не эпштейновского постмодерна на русской почве.

Все перечисленные выше сферы — производство, услуги, досуг, образование и т.д. — также меняются качественно, а не только по своей доле в общественном производстве, в создании ВВП и общественному весу. Так, в частности, оправдывается прогноз Тоффлера о том, что немалое количество рабочих мест «синих воротничков» и большое количество «белых воротничков» (что важно в связи с беспрецедентным повышением удельного веса сферы услуг) переместится в дом, где работник проживает и который, оснащенный всем необходимым, превращается в «электронный коттедж»[7]. Под «работой» и «рабочим местом» обычно подразумевалось физическое присутствие человека в определенном пространстве (в цехе, офисе) в течение определенного времени (рабочего времени). «Электронные офисы», или удаленная работа, выгодны работодателю, который не тратится на организацию лишних рабочих мест, экономя на отоплении, освещении и пр.; это выгодно работнику, который в условиях транс-

портных коллапсов не расходует время и бензин на переезды из дома на работу и с работы домой, а также имеет возможность распределять рабочие часы так, как ему удобно; замена перевозок телекоммуникациями благоприятно сказывается в целом на экологии окружающей среды и состоянии здоровья людей.

Практически все услуги становятся доступными по Интернету: заказ продуктов питания и промтоваров на дом (или в офис), оплата счетов, обращения в любые управленческие структуры и обслуживающие организации, ежедневный или даже ежечасный мониторинг расходов воды, газа (там, где он используется) и электроэнергии в доме (офисе), температуры помещений и т.д. Широко распространяются возможности приобрести билеты онлайн — на транспорт, на концерты и иные зрелища. Так, в мае 2012 г. в результате проведенных в США исследований выяснилось, что 14% купивших билеты на спортивные состязания сделали это по сообщениям в Facebook и 20% из них использовали социальные сети, чтобы пригласить своих друзей посетить мероприятия вместе с ними. При продаже билетов на концерты цифры были еще внушительнее: 30% приобретавших билеты решили сделать это под влиянием сообщений в Facebook, и 30% использовали социальные медиа, чтобы пригласить своих друзей вместе посетить концерты. Вдобавок исследователи установили, что покупатели билетов, использующие социальные сети, чаще всего приобретают их заранее и тратят на них существенно больше средств по сравнению с остальной публикой: если в среднем для покупателей в соцсетях билет на концерт стоит $82, то для остальных — $51[8].

Все активнее используются новые медиа и жанры для непосредственной демонстрации тех или иных товаров, произведений искусства, и не только для демонстрации и продаж, но и для их создания. Так, Эммали Иден (Emmalee Iden), руководитель отдела взаимодействия с общественностью, опера Атланты, предложила необычные идеи по пропаганде оперного искусства. Одна из них — проект «24-часовая опера», своеобразное реалити-шоу, в котором команды композиторов и либреттистов пишут забавные 7—10-минутные оперы на заданную тему; они разучиваются и показываются на месте на протяжении 24 часов, затем выбирается победитель. Весной 2012 г. финальное действо, состоявшее из пяти опер, посетили 250 зрителей, еще 1500 человек следили за событием онлайн или просмотрели его позже. Возможно, результаты покажутся незначительными, однако идея состояла в том, говорит Иден, чтобы увидеть творческий процесс в экстремально сконцентрированном виде, что было полезно и для артистов, и для публики. Продукцию компании смотрела страна, в том числе и те зрители, которые по тем или иным причинам не пошли бы на представление «вживую»[9].

Принципы «часть как целое», «индивид важнее общества», «свобода прежде всего, остальное — репрессии», «самовыражение ценнее истины, которой нет», «что хочу, то и вчитываю в культурный продукт» нашли свое выражение и

в радикальном изменении отношений экспертного сообщества и публики. Похоже, тренд «каждый сам себе эксперт» в Интернет-эру становится основным, если не единственным. Выбирая, какую музыку слушать, что читать и смотреть, сегодняшние молодые практически не обращаются к экспертным мнениям, профессиональные рецензии в их глазах потеряли всякое значение — они слушают/читают мнения сверстников, таких же, как они сами, и ориентируются именно на них; существуют серверы, пользующиеся огромной популярностью, где размещаются только непрофессиональные оценки событий текущего художественного процесса.

Есть музыкальные серверы, где программы просчитывают, что именно (стиль, жанр, направление) чаще всего слушает тот или иной конкретный пользователь, и далее предлагают то, что, скорее всего, имея в виду вычисленный вкус слушателя, ему понравится. О чем-то новом и необычном, не вписывающемся в заданные рамки так определенных предпочтений, узнают от друзей или из рейтингов топ-100.

Подобные же процессы происходят в литературе и в кино. Если соответствующий сервер способен просчитывать предпочтения своих постоянных читателей, он предлагает им книги согласно их вкусу. С Интернет-магазинами дело обстоит сложнее. Например, крупнейшие магазины имеют нужные ресурсы, более мелкие — пока нет.

Netflix — известная аналогичная компания для киноманов. «С течением времени Netflix накопила огромную базу данных, содержащую более миллиарда оценок, выставленных клиентами фильмам. На основе этой базы данных Netflix рекомендует клиентам те из них, которые им с большой вероятностью понравятся»[10]. «Компания Netflix была основана в 1997 году и размещается в Лос-Гатосе (штат Калифорния). Изначально предоставляла услуги доставки DVD по почте, затем создала интернет-сервис видео по запросу. К 2009 году число подписчиков превысило 10 млн. В США подписчики платят за просмотр фильмов и телешоу $8 в месяц.

<…> провайдер потокового видео в интернете компания Netflix отчиталась о результатах первого квартала (*2013 г. — А.Я.*). Эти результаты поразили всех. Прибыль за первые три месяца года составила $2,7 млн, в то время как в первом квартале 2012 года у компании были убытки в размере $4,6 млн. Выручка выросла на 18% и превысила $1 млрд. Число подписчиков услуг Netflix с января по март выросло сразу на 3 млн человек, из них 2 млн — в США. Таким образом, общее число подписчиков компании достигло 36 млн человек по всему миру, из них 29,2 млн — в США»[11].

Причем предоставлением инвидуализированных видеоуслуг дело не ограничивается. Netflix сама производит сериалы, изучая предпочтения своих клиентов. Например, есть идея и сюжет. Далее работники компании смотрят, какие актеры нравятся тем клиентам, которые любят истории задуманного жанра.

Выясняется, что это актер X, — и актер X приглашается на главную роль. Специалисты выясняют, какие режиссеры нравятся тем клиентам компании, которым нравится актер X. Это режиссер Y — и Y приглашается режиссером на съемки сериала. Результат — House of Cards[12], один из самых популярных сериалов последнего года. Получается, что юзер — не только сам себе эксперт, но он же осуществляет и актерский кастинг, и выбор режиссера, то есть коллективный юзер превращается в самого себе продюсера. А имея в виду доступность видеокамер и Youtube, юзер становится еще и сам себе режиссером/оператором/звукорежиссером/артистом…

В Интернет-эпоху радикально изменилось и образование. Кроме включения в образовательный процесс новых технологий, значительно облегчивших поиск информации (и в связи с неимоверно увеличившимся количеством публикаций, которые невозможно отследить, сделавших легко осуществимым плагиат и остро поставивших вопрос об авторском праве на интеллектуальную собственность), кроме использования свойственных новым медиа мультимедийности и гипертекстуальности, сама педагогическая практика, существовавшая по крайней мере последние три тысячи лет, оказалась теперь неэффективной, так что новые технологии отвечают на вызовы времени. Ныне стала невозможной прежняя субординация и иерархия авторитетов — учитель, вещающий истины с кафедры, и ученики, почтительно внимающие ему в аудитории. Во-первых, в связи с общей демократизацией жизни, или, как сказали бы иные, «восстанием масс» (Ортега-и-Гассет), и наступлением постмодерна (согласно которому истины нет, а есть равноправные и равновеликие мнения) авторитет экспертов в глазах массового человека стремится к нулю. Во-вторых, стремительность развития знания и технологий (например, в телекоммуникациях) такова, что по ряду бурно развивающихся дисциплин информация устаревает уже тогда, когда достигает ушей/глаз учителя или ученика; при этом мобильность сознания ученика часто оказывается выше мобильности сознания учителя, и уже на 3—4 курсе вуза студенту есть чему поучить своего преподавателя, поскольку он обгоняет учителя в овладении новыми технологиями. Более того, малыши быстрее взрослых научаются обращаться с новыми технологиями, вошедшими в наш быт, и дадут фору своим родителям, не говоря уж о бабушках и дедушках. Все это требует выстраивания принципиально новой модели взаимоотношений в процессе образования. И в развитых странах такая форма выстраивается. Например, сокращается время общения учителя и ученика и увеличивается время на самостоятельную работу, форма семинара-беседы становится предпочтительней жанра лекции-монолога, а для этого сокращается численность учебных групп, широко применяется дистанционное обучение с помощью Интернета и обучающих мультмедийных программ и т.д.

Уже тут можно констатировать изменение базовых категорий сознания современного человека, а именно представлений о пространстве, времени, су-

ществовании. Как считает В. Вернер, «события, которые имеют место в Сети, не происходят ни в каком определенном месте, однако следствия этих событий имеют место в реальном, материальном пространстве <...> имеют серьезные общественные и правовые последствия»[13]. Но пространственных характеристик лишены не только сетевые события, но и само тело человека — в Сети тел нет. Однако с помощью соответствующего устройства можно определить свое или чужое местонахождение в реальном пространстве, можно в деталях увидеть, что делается около того или иного дома за тысячу километров от тебя в реальном времени и т.п. Кажется, позволительно сказать: чем меньше телесности в Сети, тем больше ее в реале; при ноле телесности в Сети — максимально возможная телесность в реале.

Что касается времени, то в Сети существует и привычная временная последовательность (e-mail, форумы), и синхронность (интерактивные игры), и обратный ход времени (младший по возрасту и уровню знаний оказывается обладающим знаниями и технологиями, недоступными старшим, профан/дилетант обгоняет эксперта).

Причем компрессия и отсутствие/вывернутость традиционных пространства и времени не означают несуществования; напротив, аксиомой стало убеждение: «существовать — это быть в Сети»; «“я” на экране и вне его начинает быть одним и тем же»[13].

В западной культуре прогнозируют сокращение и исчезновение чиновничества как класса. Поскольку в современном производстве востребуется все большее количество информации и скорейшая ее передача, постольку насущной потребностью становится снижение уровня иерархичности, кастовости. То есть новые медиа имеют антибюрократичную направленность, это такие, как полагают американцы, бюрократофаги, поскольку бюрократия начинает погибать от неумения адаптироваться к меняющимся условиям жизни. Э. Тоффлер в «Шоке будущего» пишет, что в ближайшие 25—50 лет (книга опубликована в 1970 г.) наступит конец бюрократии[14]. У меня нет данных для того, чтобы делать выводы, оправдался ли прогноз Тоффлера именно в связи с развитием новых медиа, но в условиях мирового экономического кризиса численность чиновников на Западе действительно сократилась.

Еще одна проблема, по-новому зазвучавшая в эпоху Интернета, — проблема личной безопасности. В связи с изобилием информации в Сети и ее доступностью наблюдается особый тип депривации — социально-психологическое преследование. В целях получения информации о человеке преследователь собирает в Интернет-источниках открытые и тайные сведения о нем, отслеживает его поведение в Сети (а порой — и в реале), взламывает электронную почту преследуемого, рассылает, от имени преследуемого или анонимно, сообщения в социальных сетях, грубо попирает охраняемую законом неприкосновенность частной жизни; преследователь может шантажировать

преследуемого, распространять о нем ложные слухи, наносить преследуемому публичные оскорбления, высказывать угрозы и клевету[15, 16]. В развитых обществах в качестве вполне адекватной защиты используется закон. Так, например, в Финляндии не существует отдельного законодательства, касающегося Сети, но защитить себя вполне возможно и при неспециализированном законодательстве. Угроза — это угроза, и оскорбление чести — это оскорбление чести; медиа, посредством которого совершено преступление, роли не играет. Kunnianloukkaus — оскорбление чести. Главный вопрос: является ли высказанное правдой или нет? Правда не может квалифицироваться как «оскорбление чести». Кроме этого, у юридического лица отсутствует «честь», которую можно было бы оскорбить. Понятие Kunnianloukkaus делится на два подтипа: kunnianloukkaus, за которое виновный заплатит штраф или получит тюремный срок до 6 месяцев, и törkeä kunnianloukkaus, за которое могут присудить штраф или до 2 лет тюрьмы. Оскорбление чести — это так называемое преступление типа asianomistajarikos. Это значит, что тот, кто считает себя оскорбленным, должен сам лично обращаться в суд.

Laiton uhkaus — незаконная угроза, совершенная словами или с помощью оружия в отношении либо личности, либо частной собственности. В этом случае предусмотрено тюремное наказание до 2 лет. Если человек считает, что ему угрожают, он обращается в полицию. Полиция проводит свое расследование, выясняя, есть ли состав преступления. Если с точки зрения полиции состав преступления наличествует, то по завершении расследования дело передается обвинителям, которые и принимают окончательное решение, передавать дело в суд или нет. В отличие от дел по оскорблению чести, здесь дело в суд направляет государство.

Однако сбор, хранение и разнообразное использование приватной информации могут осуществлять не только граждане-злоумышленники, но и целые корпорации, предоставляющие сетевые услуги, которые все больше и больше походят на Большого Брата из романа Оруэлла «1984». Об этом в медиа сообщают мало, но в течение последних нескольких лет самая быстрорастущая отрасль в сфере информационных технологий — именно Analytics and Big Data. Огромное количество информации обо всем и обо всех собирают, анализируют и продают именно сетевые корпорации и социальные сети. Законы развитых государств защищают неприкосновенность личной информации. Но тут для сетевых деятелей есть простая «дыра». Это само понятие приватной информации. Может существовать база данных, в которой есть вся информация о пользователе, но нет его имени и адреса. Согласно законодательству большинства государств, если отсутствует возможность легко найти человека, пользуясь такими сведениями (то есть они анонимизированы), то такая информация не является приватной и делать с ней можно практически все, что угодно.

Кроме этого, если внимательно прочитать те многостраничные договоры, которые человек принимает одним кликом не читая, только бы побыстрее зарегистрироваться и начать пользоваться какой-то услугой или сервисом, можно заметить, что во многих указано что-то вроде «начиная использовать услугу такую-то, клиент осознает и соглашается с тем, что информация о нем и его действиях может быть записана, собрана и передана третьим лицам». И если пользователь кликнул «Да, согласен», то теперь у него нет законных оснований протестовать против использования его данных.

Информацию продают те, у кого есть легкий доступ к быстрому и эффективному ее сбору; информация также «утекает» в связи с недостаточной защищенностью (но программы создают люди, и перед судом предстают именно они, а не программы); такого рода ситуации известны относительно Google, Facebook, более или менее крупных интернет-магазинов и т.п. Информацию продают (или она попадает в руки по недостаточному обеспечению безопасности) всем тем, кому информация нужна и кто готов за нее заплатить или даже просто получить даром.

В последние годы стали разворачиваться судебные кампании именно против сетевых корпораций. Вот типичная история. Немецкое агентство по защите информации подает судебный иск к Facebook. «Крупнейшая социальная сеть в мире обвиняется в получении нелегального доступа к личной информации, причем не только тех людей, кто зарегистрировался в сети по личному желанию, но и тех, кто не пользуется подобными сайтами. Дело в способе подбора потенциальных «друзей»: при регистрации пользователь по умолчанию дает системе доступ к списку контактов своей электронной почты. Facebook сопоставляет список с данными своих партнеров (к примеру, поисковых систем), подбирает возможных знакомых пользователя и предлагает их ему для добавления в «друзья». Возможность запрещать сайту доступ к списку контактов из почтового ящика появилась в апреле 2010 года, однако Facebook продолжает использовать личные данные, полученные ранее, в маркетинговых целях. Это противоречит немецким законам о защите личной информации. Таким образом, Facebook рискует получить взыскание в несколько десятков тысяч евро.

Против компании Google в Германии может быть подано свыше 50 тысяч судебных исков. Их собираются подать владельцы частного жилья. В середине мая прокуратура Гамбурга начала в отношении Google предварительное расследование по подозрению в незаконном сборе данных для немецкого сервиса Google Street View. По данным следствия, помимо изображений улиц немецких городов, снятых с помощью передвижных панорамных камер, Google также собирал сведения о беспроводных сетях и сохранял у себя данные их пользователей: IP-адреса, адреса электронной почты и даже содержание электронной переписки. Как утверждают в Google, обнаружение локальных беспроводных сетей в ходе работ над сервисом произошло случайно. По словам представите-

лей компании, в результате ошибки в сканирующее программное обеспечение попал кусок кода из другой программы, которая была предназначена для анализа радиообмена. Представители Google уже пообещали стереть все собранные таким образом сведения, однако предоставить жесткие диски с собранной информацией отказались» [17].

Вот еще одна история. «Группа из шести стран ЕС — Франции, Великобритании, Нидерландов, Германии, Испании и Италии — договорились о совместных действиях против корпорации Google. Коллективный иск европейских регуляторов касается политики конфиденциальности данных компании, сообщает телеканал Sky News. В случае успеха иска регуляторы могут наложить на компанию штрафы и ограничения на территории всего Европейского союза»[18].

У Google проблем с этим немало. «Против компании поданы иски недовольных пользователей на общую сумму, которая составляет несколько десятков миллионов долларов. Причиной исков является деятельность корпорации Google, направленная на использование возможностей платформы Android, которая является собственностью Google, с целью отслеживания положений мобильных устройств. В исках отмечено, что корпорация не уведомила пользователей устройств на базе Android о встроенной в ОС функции отслеживания устройства. В ответ на иски представители корпорации Google подтверждают факт сбора и хранения конфиденциальной информации, однако утверждают, что собранные данные использовались исключительно в целях повышения эффективности работы поиска Google»[19].

Итак, в самых общих чертах можно было бы сказать, что в современных развитых странах трудовой тип общества, основанный прежде всего на материальном производстве (индустрии), сменяется обществом преимущественного производства услуг (сервисным) и досуга, материальное производство занимает в этих странах все меньший удельный вес и компьютеризируется, в то время как «грязные» производства все чаще переводятся в слаборазвитые страны. Движущей силой общества интернет-эры становится креативный класс, постоянно повышающий квалификацию или вовсе переучивающийся, меняя профессию и получая образование нового типа, а основа и цель такого общественного организма — однородный в социальном и ментальном отношении социум. Признаки эпохи постмодерна позволяют назвать это мироощущение своеобразным видом образованного варварства (нарастающая тенденция к атомизации, определение любого интегративного чувства и действия как репрессивного и пр.), существующего на паразитарной основе (на основе культуры, отвергаемой и порицаемой как репрессия), в связи с чем можно утверждать, что постмодерн — эпоха переходная и преходящая. К тому же сегодня стало очевидным противостояние всей эпохи Нового времени, дозревшей до интернет-эры, со всеми их ценностями, и нового, мощного, порожденного самой этой эпохой ее врага — фундаментализма и, в крайних своих проявлениях,

терроризма. Этот враг не желает принимать навязываемые всему свету нормы информационного общества и, используя цивилизационные достижения своего противника, в том числе и телекоммуникационные технологии, готов отстаивать собственные ценности до самой смерти — как своей, так и всей новоевропейской цивилизации[20]. Личная безопасность в таких условиях подвергается все большим угрозам.

Подробный и всесторонний обзор основных форм влияния новых медиа на социальные процессы в западном обществе[21] не входит в задачи данной статьи, поэтому ограничимся перечисленным и посмотрим далее, как работают новые медиа в России, проанализировав хотя бы некоторые из аспектов сложной мозаичной картины.

«Электронный коттедж» или «изба на курногах»?

В России сфера материального производства тоже сократилась радикально, но не благодаря внедрению новых технологий, а вследствие разрушения основных производственных фондов. Оставшийся сегмент материального производства, если он не поддерживается на плаву специальными усилиями топменеджеров государства, просто догнивает, а не компьютеризируется. «Грязные» производства, если они сохранились, Россия предпочитает держать на своей территории и, более того, ввозит чужие отходы вредного производства.

Удельный вес сегмента сферы услуг, как и в развитых западных странах, в России радикально повысился — правда, в основном тоже по иным причинам, чем на Западе.

Говоря о свободном времени, нет смысла специально упоминать о том, что все больший удельный вес занимает в России, как и во всем мире, проведение досуга за компьютером, даже в ущерб рабочему времени, — это давно очевидно. А вот в частном, но таком важном деле, как развитие кинематографа, дело в России может пойти совсем иначе. Известный сценарист Юрий Арабов недавно заявил, что, если магистральный путь развития кино в богатых странах — новые технологии, требующие огромных вложений, то «у нас предвидится более интересная вещь. Второй путь. Ситуация, когда интернет, сетевизор, может быть, какие-то еще не известные нам сегодня компании организуют прокат картин в сети, чтобы деньги возвращались не только сетевизору, но и авторам. Как только это будет сделано — перед нами будут абсолютно безграничные возможности <…> Это то, что, в принципе, я думаю, есть самый благоприятный путь для российского кино. <…> Наша задача — это картинка 4x3, 16x19, истории про людей, истории, которые выражают наш мир и которые не претендуют на успех “Титаника”»[22].

В РФ существует Two-books — рекомендательный сервис книг («http://ru.two-books.net/»http://ru.two-books.net/); правда, две книги — недостаточная выборка для оценки вкуса читателя. На «http://fantlab.ru/recoms»http://

fantlab.ru/recoms надо сначала оценить достаточное количество книг (несколько десятков), а потом оценки сравниваются с оценками других посетителей. Выбираются наиболее популярные книги у тех посетителей, чьи оценки наиболее схожи с вашими. Если оценок пока мало, то результата не будет. На музыкальной Вебораме («http://www.weborama.fm/» \l «/index/»http://www.weborama.fm/#/index/) осуществляется предложение по тэгам и настроению, функционирует КиноПоиск («http://www.kinopoisk.ru/»http://www.kinopoisk.ru/).

В 2007 г. в России появился рекомендательный сервис Имхонет («http://imhonet.ru/»http://imhonet.ru/), где есть разделы по книгам, кино, ТВ, сцене, поэзии, музыке, радио, играм и пр. Выбрав нравящееся по нескольким позициям и создав тем самым свой профиль, он же — своеобразный фильтр, пользователь получает рекомендации в соответствии со своими вкусами. Система одновременно является и социальной сетью, где возможно общение по интересам, причем виртуальные группы могут быть как малыми, так и большими, т.е. учитываются интересы и меньшинств, а не только массовые вкусы. И для таких меньшинств с элитарными или экзотическими запросами также возможно создание групп по интересам. Представляется, что складывается достаточно необычная ситуация: массовая публика существует в основном вне поля экспертного мнения, зато эксперты становятся экспертами для экспертов же.

Что касается книжных интернет-магазинов, то могу лишь высказать достаточно, на мой взгляд, правдоподобную гипотезу: когда рядом с просматриваемой вами книгой появляются слова «вместе с этим товаром покупают…» — и далее предлагается перечень других книг, то практически наверняка программа производит подбор из книг, во-первых, имеющихся в наличии в данном магазине, во-вторых, по ключевым словам в названии или по фамилии автора, но никак не по предпочтениям конкретного читателя, которых она не изучала.

«Креативного класса» в России нет. Существует небольшой слой хорошо образованных людей, в том числе получивших образование на Западе или знакомых с западными технологиями в оригинале. При этом, попадая на командные позиции, эти люди часто руководствуются трудовым этосом ушедших времен, в частности и прежде всего в вопросах отношений «начальник — подчиненный», в вопросах внедрения новых технологий. Получается некая смесь «французского с нижегородским»: использование (или саботаж) новых технологий и методов организации труда в миксе с традиционными маркерами. К тому же существует масса новоиспеченных специалистов, поражающая отсутствием элементарной образованности даже в объеме программы средней школы.

С идентичностями в России дело обстоит очень сложно. Как уже отмечалось, в США в общем и целом происходит нивелирование или сокращение значения традиционных идентичностей, хотя американские исследователи утверждают, что США потеряли качество «плавильного котла»; одна из тревожных

книг на эту тему — «Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности» С. Хантингтона[23]. В России же для общественного мнения гражданство, национальность, раса, пол, возраст, общественное положение или профессия играют значимую роль, а по ряду позиций — гораздо более значимую, чем прежде; и, как и во всем мире, в последние десятилетия в России возрастает роль этнического и конфессионального факторов.

Удельный вес удаленной работы у нас очень невысок несмотря на всеобщую выгодность работы в домашнем «электронном офисе», о которой шла речь выше. Причина такого положения видится прежде всего в наличии старого менталитета российских decision makers (принимающих решения). Для них работающий человек — это человек, привязанный к определенному месту вне дома, куда он должен ездить каждое утро и откуда должен возвращаться ежевечерне; физическое присутствие под бдительным оком начальствующих на протяжении 8 часов в день — только это и считается чаще всего работой невзирая на качество и количество выполненной работы. То есть до сих пор считается работой не выполнение того или иного объема заданий, не качество исполнения, а физическое сидение/стояние работника «на глазах» в течение положенного количества часов «от» и «до» (гибкий график широко используется в западных странах и редко — в России). И если работодатель соглашается предоставить удаленную работу, то оценивает ее ниже, чем работу в офисе, независимо от объемов и квалификации работника; между тем в случае использования домашнего «электронного офиса» именно работодатель экономит свои средства на освещение, отопление, мебель, оборудование, охрану, доступ в Интернет и пр. Когда-то в повести «Понедельник начинается в субботу» Стругацкие назвали такое сочетание техники и менталитета «избой на курногах» («изнакурнож»).

Новая популяция «крапивного семени»-NET

Российским чиновникам, которые до сих пор не владеют навыками работы на компьютере, придется искать другую работу. Такое заявление сделал председатель правительства РФ. По его мнению, в будущем на бумаге должны оставаться «только эксклюзивные вещи — законы, указы президента, постановления правительства»[24].

Действительно, развитые страны давно перешли на электронный документооборот. Правда, председатель правительства высказывал эту инициативу еще четыре года назад, но что-то не слышно, чтобы кого-либо из чиновников уволили за компьютерную неграмотность. Насколько дело реализуемо сегодня? Несколько конкретных историй.

Инвалид, которому по закону положены рецепты на бесплатные лекарства по жизненным показаниям (т.е. больной не может прожить без этих

лекарств ни дня), получив в таковых отказ в поликлинике, написал письмо на самый верх. Отправил он письмо на сайт высшего должностного лица государства, где предусмотрена возможность обратиться к нему лично, более года назад. А указание поликлинике исправить ситуацию пришло только что, буквально на днях. Космическая скорость — при том, что такие возможности для обращения граждан на сайтах чиновников создаются именно и прежде всего как «горячая линия».

Понадобилось гражданину пару лет назад обратиться в одно министерство, призванное нести культуру в массы. У министерства есть официальный сайт, а там все в наличии: электронные адреса, номера телефонов чиновников… Все электронные письма, посланные гражданином, вернулись за отсутствием таких адресов, и ни один телефон по указанным номерам не отвечал никогда. Потом один компетентный человек объяснил, что это — мертвый сайт, все адреса и номера телефонов давно поменялись, а новый, живой, создать не удосужились: незачем. В отчетах сайт есть. Мертвые души оказываются очень полезными и в интернет-эру.

Одно из отечественных СМИ сообщает: «Родители детей дошкольного и школьного возраста, посещающих различные кружки, в наступившем учебном году столкнулись с серьезной проблемой в виде обязательной электронной записи на дополнительные занятия». В чем проблема, если процедуру таким нововведением — по идее — собирались упростить и ускорить, избавиться от ненужных бумаг и облегчить жизнь родителям и чиновникам? Дело в том, что сайт, не успев толком заработать, стал очень удачно и постоянно «виснуть», к электронной записи, если таковую кому-то посчастливилось успеть сделать, следовало уже лично, в реале, представить кучу бумажных документов, иначе любимому чаду не видать кружков как своих ушей.

По электронной почте гражданин обращается в социальную службу одной из московских управ с изложением катастрофической бытовой ситуации и с просьбой принять срочные меры. Просителю звонят на следующий день и обещают принять меры. И на этом ставится точка, потому что в течение двух лет, прошедших после обращения, никаких мер принято не было.

Если кто-то обращался в российские издательства с предложением опубликовать свою рукопись, то ему хорошо известно, что отвечают хоть что-то (например, отклоняя рукопись) крайне редко; практически все адресаты не удостаивают адресантов никакого ответа, между тем как в Европе существует правило обязательного ответа учреждений на любое обращение граждан с установленным сроком такового (три — пять дней).

Что касается образования, то интернет невероятно расширил доступ к знаниям, обучающие мультимедийные программы в России тоже появились, хотя пока и в невеликих масштабах. Однако в целях экономии средств учебный процесс в вузах, в противоположность западным тенденциям, все чаще сво-

дится к лекциям, на которые собирают по нескольку потоков; аудитория может доходить до 500 человек; понятно, что в таких условиях вести беседу-диалог невозможно. Клиповость восприятия, столь важная характеристика интернет-существования пользователя, пока еще плохо осознана нашими методистами и создателями образовательных мультимедийных программ: такие пособия тяготеют к использованию привычных по прежним учебникам длинных текстов со сложными предложениями, возможно, произносимых устно, не будучи при этом устной речью, строящейся по иным правилам, чем речь письменная, статичных изображений, звукоряда, смонтированного без учета того, что сегодняшний ученик склонен к клиповому, дискретному чтению, видению, слышанию. Однако мультимедийность обучающих и образовательных программ — не только их «многосредовость», но прежде всего их интерактивность, что не только не всегда используется при их создании, но и плохо пока осознано даже теоретиками[25]. Однако если мультимедийные образовательные и обучающие программы, предполагающие самостоятельное активное участие обучаемого с глубоким погружением (деловые и ролевые игры, тренинги), все-таки есть, на практике в России они используются мало и плохо.

Интернет-покупки, очень удобная услуга, уже вошли в быт россиян. Особенно она пригодилась людям с ненормированным рабочим днем, пожилым и инвалидам. Но случается, что как только покупатель зарегистрируется на сайте и войдет во вкус, как не пройдет и полугода, как обслуживать его перестанут. Попервоначалу будут опаздывать с доставкой, потом уже на сайте будет извещение, что в данный момент выбранный вами интервал времени занят, потом периодически будут заняты все интервалы времени (будто древнее, родимое: «вас много, а я одна»), потом это последнее извещение окажется вечным.

То есть каждому Чемберлену у нас найдется ответ с винтом: и новейшие технологии можно с легкостью необыкновенной превращать в потемкинские деревни. Недаром кто-то сказал: была бумажная волокита, теперь — электронные тупики. Хочу напомнить, что виртуальные коммуникации, собственно, и изобретены для ускорения циркуляции информации, для упрощения коммуникации. Но в России сильны традиции чеховского «злоумышленника», отвинчивающего гайки, коими рельсы прикрепляются к шпалам, однако сии злоумышленники теперь облечены властными полномочиями и на столах у них стоят компьютеры, а в карманах водятся разнообразные гаджеты.

Личная безопасность в виртуале

Оскорбление чести и достоинства, нанесение урона деловой репутации, угрозы и клевета в Рунете — широко распространенные явления. Об этом свидетельствуют, кроме всего прочего, заголовки статей: «48 шокирующих

фактов о социальных сетях»[26], «“Подводные камни” секстинга*»[27], «Доступ к чужой переписке: правда или миф?»[28], «Клевета в Интернете»[29], «Сколько стоит пользователь Рунета? О мошенничестве в Интернете»[30] и др.

Особенно достается известным людям, публичным, тем, кто на виду: ведь в глазах определенного сорта пользователей унизить известного человека — значит возвыситься самому, поднять самооценку. Хотя законы, защищающие от клеветы и угроз, в России существуют, судебных дел такого рода немного, в основном это те, где обиженными выступают власть имущие.

Проблема прежде всего в том, что, будучи анонимом в Сети, высказать оскорбление или угрозу легко, в блоге ли, на сайте знакомств или в социальной сети, а вот найти анонима — это требует отдельных процедурных действий, времени и денег. Даже если наличествуют эти условия, надо суметь доказать, как требует российский закон, что автор сообщения заранее знал о его ложности и распространил его специально для причинения вреда оклеветанному человеку. Между тем это нелегко: клеветник в любой момент может заявить о том, что он не знал о ложности распространяемой им информации и не имел целью причинить оклеветанному вред, а, например, лишь «пошутил».

Угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью (ст. 119 УК РФ), по свидетельству очевидцев, также практически не работает, поскольку состав преступления недоказуем. В статье имеется оговорка: «если имелись основания опасаться осуществления этой угрозы». Если вдруг и дойдет до возбуждения уголовного дела, то, чтобы перевести подозреваемого в статус обвиняемого, нужно доказать, что «имелись основания» для опасений. Однако угрожавшему достаточно заявить, что он «просто погорячился», что «и не думал убивать, а просто так пошутил», а его «неправильно поняли», и что даже, если есть свидетели приготовления к преступлению, за топор угрожавший схватился с целью пойти и срочно нарубить дров на зиму, а не убить, осуществляя свою угрозу, — и все, обвинение рассыпается.

Знаю публичных людей, которые неоднократно были оклеветаны, получали угрозы убийством или изнасилованием, но в связи с вышеуказанными трудностями отказывались от мысли подать заявление в полицию (имея еще в виду и нижайший уровень доверия к нашей полиции, и ее коррумпированность). Поскольку, даже пройдя все мытарства в желании отстоять свое честное имя, деловую репутацию и оградить себя от угроз, удовлетворение они вряд ли получат, поскольку правонарушителя, как правило, присуждают к уплате сравнительно небольшого штрафа. Собственно, поэтому и случаются преступления вроде нападения на журналистов или художественного руководителя Большого театра: будущие жертвы до совершения на них нападения нередко получают анонимные угрозы, но вынуждены их игнорировать, за что и расплачиваются здоровьем или жизнью.

---

* У современной молодежи появилась манера обмениваться своими фотографиями в обнаженном виде, что и было названо «секстинг» (англ. sex + texting).

Специалисты указывают: «На уровне федеральных законов установлено свыше 30 видов тайн, а с учетом подзаконных нормативных правовых актов — более сорока. Примерно в 45 законах РФ идет речь о различных тайнах. <…> Возможности судебной защиты права на неприкосновенность частной жизни в России ограничены. Наиболее распространенными нарушениями неприкосновенности частной жизни являются посягательства на тайну связи <…> — особенно в части нелегального распространения баз персональных данных; распространение информации о частной жизни в средствах массовой информации. На практике случаи привлечения к уголовной или гражданской ответственности за нарушение <такой> тайны <…> в России немногочисленны. Что объясняется тем, что во всех случаях простой абонент не имеет возможности ни зафиксировать, ни доказать факт нарушения своего права на тайну <…>. Соответственно, теряют смысл любые обращения за защитой.

Традиционно российские суды в принятии решений руководствуются нормами позитивного права. Закрепленное в законодательстве прямое действие Конституции, действие норм, закрепленных международными соглашениями, в том числе норм Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод и практики Европейского суда по правам человека, практически не находят отражения в российской практике судопроизводства. С момента ратификации Европейской конвенции случаев обращений в Европейский суд российских граждан в связи с нарушением права на неприкосновенность частной жизни не было»[31].

«Россия и страны СНГ из года в год входят в лидирующие регионы, где разгул киберпреступности набирает обороты. Хакеры, крадущие корпоративные секреты, банковскую информацию и персональные данные, создают настоящую теневую экономику в 1 млрд долларов», — пишет Т. Бакажинская[32]. При этом в статье есть перечень крупнейших «утечек» персональных данных граждан в Сеть, допущенных по вине известных операторов связи, работников банков, Пенсионного Фонда, интернет-магазинов.

В Европе есть специальные институты — комитеты и комиссии по защите приватности — и уполномоченные по приватности. «В России подобного независимого института по защите приватности нет. Отсутствуют также специальные государственные органы или должностные лица, чьей главной «профильной» задачей являлась бы защита персональных данных и приватности»[31].

Традиционное для России отсутствие уважения к частной жизни граждан ныне только углубляется, поскольку появились новые угрозы приватности, в т.ч. и со стороны террористов, государства, бизнес-структур. С другой стороны, в России только 60% населения используют телекоммуникации, и это внушает надежду, что, несмотря на высокую креативность российских хакеров, ущерб от кражи и утечки персональных данных у нас все же не-

сколько меньший, чем в странах, где в процессы телекоммуникации вовлечены до 90% населения.

Ментальные признаки постмодернизма в России

Представляется, что не последнюю роль в различии ситуаций, связанных с интернет-эрой и складывающихся в развитых странах и в России, играют причины ментального характера. Перечисленные сферы жизнедеятельности общества — работа, образование, услуги, досуг на Западе, в идеале, конечно, имеют формальный характер, их функционирование не должно зависеть от настроения, состояния здоровья, национальности и пр. работодателя, работника, учителя, ученика, работника сферы услуг и потребителя этих услуг и т.д. Это, повторю, идеальная модель: в скандинавских странах она развита сильно, в Италии, например, слабее, но она есть как общественная норма. В России такие отношения имеют иной характер, более персональный и гораздо менее формальный. И если и в человеке, имеющем привычные пространственно-временные характеристики, тело, голос, запах, и обладающем привычным способом существования, чиновники были способны не видеть человека, тем паче эта способность многократно возрастает, когда они имеют дело с человеком в постгуманистическом обличьи: практически бестелесным (в виртуале), со странными временными параметрами и оттого как бы несуществующим. Сеть лишь «удлиняет руки», но «руки» остаются теми же.

Эра постмодерна началась в России с запозданием и легла на совершенно иную почву, чем на Западе, что существенно сказалось на ее итогах. «Часть всегда права перед целым». Частей — субкультур — в современном российском обществе достаточно много: это и конфессиональные, и этнические, и молодежные, и гендерные субкультуры, и субкультуры людей с разным материальным достатком, и др. «части». При этом, начиная с принципа отрицания всякой иерархии и утверждения равенства каждой части, процесс, в то же время базирующийся на безусловной правоте всякой части, приходит к деструктивным трендам и к войне всех против всех. Всякая часть перестает ощущать себя частью и представляет себя как достаточно автономное целое, которое «важнее других». И если в многонациональном обществе якуты важнее целого российского социума, а также важнее российского социума эвенки, татары, башкиры, балкарцы, чеченцы и каждая этническая часть-группа, что может оставаться от России как целого? Тренд к такой сегрегации и шовинизму существует и в западных странах, но не столь явно: вряд ли в финском обществе, к примеру, приветствовали бы утверждение, что, положим, шведы, или цыгане, или саамы «важнее» финского общества. Возможно, такое отличие связано с принудительным коллективизмом в предшествующей истории России, отчего маятник качнулся в противоположную сторону, и отсутствием такого опыта у финнов, где в

традиции — самостоятельность, самоуважение, чувство собственного достоинства без отрицания значимости общего — интересов общины, муниципального образования, страны в целом. При провозглашавшемся коллективизме и худобедно работавших социальных лифтах различия между крупными городами и мелкими поселениями и селами в СССР и по внешнему виду, и по типу отношений внутри социальной структуры, и по перспективам для каждого отдельного человека были радикальными — в отличие от развитых стран, где независимо от масштаба места жительства инфраструктура и доступ к материальным и нематериальным благам одинаков. Москва виделась городом-раем, вообще некая неопределенная «даль светлая» представляла собой какую-то «настоящую жизнь» в противоположность беспроглядности и безнадежности той жизни, что текла в районных городишках и деревнях; чрезвычайно выразительными в этом отношении оказались фильмы Н. Досталя «Облако-рай» (1990) и «Коля — перекати поле» (2005). Интернет же стал окном в «даль светлую»; не имея средств или сил покинуть безнадежное родное пепелище, обитатель городка получил возможность в любой момент оказаться там, где он хочет, рассматривать шедевры Прадо или гулять по парижским бульварам, оказаться на Красной площади или заняться виртуальным сексом, осваивать здоровый образ жизни или тусоваться на порносайтах и т.п. С одной стороны, это породило небывалое чувство свободы и всемогущества. С другой, мультиплицировало, многократно увеличило чувство ущемленности в реале: сытые и богатые соотечественники беспечно разгуливают по разнообразным «раям», а почему им, а не мне такое счастье? В отличие от телевизионной и сетевой картинки, где россияне только и делают, что разъезжают по всем краям света, хотя бы раз в жизни побывали за границей, по разным данным (различающимся по годам), всего от 4 до 18% россиян. По данным 2012 года, у 83% россиян нет загранпаспорта, 78% из них никогда не покидали пределов бывшего СССР по делам, 70% граждан РФ никогда не выезжали за пределы бывшего СССР даже на отдых[33]. То же касается и наблюдаемых (и неизбежно сравниваемых) в виртуале и в реале возможностей получить хорошее образование и достойную работу, приобрести дом или квартиру. Вот это сложное и противоречивое настроение россиян перед монитором: свободен в виртуале, несвободен в реале, наблюдаемые потенциальные возможности, которые для подавляющего большинства никогда не станут актуальной реальностью, чувство социальной несправедливости, когда одни нищенствуют, а другие роскошествуют, — вот здесь, как представляется, заложены деструктивные интенции и мощный революционный заряд. Ведь неслучайно после окончания Второй мировой войны в потерпевшей поражение Германии была запрещена реклама роскоши, и не потому что ее не было в природе, но дабы не вызывать социальную ненависть и раскол в обществе.

Если европеец, «человек середины», может многое делать в Сети, в том числе и обучаться диалогу, общему языку с оппонентами, то человек русской

культуры — по определению Н. Бердяева и многих других специалистов по русскому менталитету — это личность, склонная к крайностям в своих чувствах и действиях («Коль любить, так без рассудку, <...> коль рубнуть, так уж сплеча!»), и столь «ледяное» общение, как в Сети, чаще всего ведет только к усилению поляризации и идеологических расколов в обществе.*

Более того, поскольку постмодерн принципиально антииерархичен, то есть отрицаются качественные различия между разными культурными, гендерными и пр. группами населения, кроме того, что это ведет к исчезновению целого как такового, такое уравнивание неизбежно — и в российских условиях очевидно — ведет не к равенству всех групп-частей, а к утверждению, что одни (представляющиеся или в действительности являющиеся или являвшимися в прошлом угнетенными) будут объявляться лучше, чище, достойнее других. Впервые я встретилась с таким комплексом вины белого человека в другой стране, когда европейская женщина, поработавшая в Африке, поведала мне, что африканцы во многих отношениях лучше нас, европейцев. Теперь в России я на каждом шагу встречаюсь с утверждениями, что лучше, умнее, мужественнее, благороднее и т.д. всех — … (далее подставляется любая этническая, конфессиональная, гендерная, возрастная, молодежно-субкультурная и т.п. группа). Приходится сказать, что Сеть не только дает практически ничем не ограниченную возможность высказывать подобные сегрегационные и шовинистические взгляды, но и по самой своей природе невероятно увеличивает масштаб и воздействие такого рода идеологий.

И немудрено: отрицая «репрессивное» разделение на «своих/чужих», российская практика постмодерна только с маниакальным упорством подчеркивает специфику каждой части общества; имея в виду пресловутую политкорректность, такое выпячивание особости всякой части ведет лишь к нарастанию социальной вражды.

Часть как заместитель целого — это принцип мифологического сознания (принцип мистической партиципации), существующий ныне в массовом сознании как архаичный комплекс. Однако эта диспозиция пространственна,

---

* М. Маклюэн разделяет медиа на «горячие» и «холодные». «“Горячие” медиа характеризуются следующими свойствами: расширением одного чувства; высокой определенностью (близкой к законченности); малой вовлеченностью аудитории.

Среди “горячих” медиа Маклюэн называет радио, кино, фото.

Для “холодных” медиа свойственно: расширение многих чувств; низкая определенность (незавершенность); высокая вовлеченность аудитории.

Среди “холодных” медиа Маклюэн перечисляет телефон, телевидение, комикс.

<…> Совершенно очевидно, что в такой терминологии Интернет, в отличие от ТВ, — не просто ”холодное” средство массовой коммуникации, но прямо-таки ледяное. То есть Интернет, будучи мультмедийным средством массовой коммуникации, является расширением многих чувств; характеризуется низкой определенностью иглубочайшей вовлеченностью аудитории, небывалой интерактивностью[34].

причем однородно пространственна, это ньютоновское пространство, и она предполагает наличие как части, так и целого. Но в Сети пространства нет, Сеть бестелесна, поэтому речь тут может идти только о метафорической интерпретации части и целого, при их наличии. Однако когда на свет является мироощущение, включающее в себя в качестве базовой основы идеологему «часть важнее целого», «часть всегда права перед целым», тут речь приходится вести не просто об архаизации, но об ультрамодернизации архаичного, что есть «круглый квадрат». И если хаос, согласно постмодерну, предпочтительнее организации, поскольку первый — свобода, естественность и «своею рукою» сам укажет правильный путь, а вторая — «искусственная», «репрессивная» и «тоталитарная», то атомизация и распад социальных связей неизбежен, а идеализация хаоса, который «поведет верной дорогой», как и идеализация «руки рынка», несостоятельна.

Нелишне отметить, что при каждом удобном случае поисковики, например, манипулируют нами, оставляя иллюзию свободного выбора. Как попадают в первые 10 строк поисковиков (в «горячую десятку») и каковы расценки на эти услуги, специалистам известно.

Любопытно отметить, что антиинтеллектуализм, столь свойственный постмодерну, держится исключительно на интеллектуализме и образованности: если люди перестанут опознавать скрытые цитаты и открытые реминисценции, на которых и стоит постмодернистская эстетика, иронизируя над всей прошлой историей культуры и признавая, однако, что «всё уже сказано» и остается лишь играть цитатами, — вот как только это случится, тут и конец постмодерну. Если же он не хочет рубить сук, на котором сидит, ему придется сменить вехи. Однако проинтеллектуальный и протрадиционный постмодерн — уже что-то совсем другое, потерявшее право называться постмодерном.

«Индивид всегда прав перед обществом». И здесь приходится сформулировать со всей определенностью: интернет-эра в развитых странах Запада, при всех метаморфозах, развивает и углубляет западный тип культуры, а в России — российский. Идея самодеятельного человека всегда так или иначе стояла в центре культуры европейского Нового времени, недаром называвшейся антропоцентричной; и хотя иерархия «кафедра — аудитория» существовала, а теперь исчезает, это исчезновение — всего лишь углубление того комплекса идей, которые были столь свойственные эпохе модернити. Трактовок антропоцентризма в Новое время существовало несколько, в частности и такая: «индивид всегда прав перед обществом». Она стала вполне привычной для европейского и американского менталитетов, поэтому оказалась для них не слишком новой, когда ее постулировал постмодерн, но долго оставалась совершенно чуждой менталитету русскому. Совсем не так обстояло дело в России. Антропоцентризма западноевропейского типа у нас никогда не было, и, напротив, бытовал некий «Запад», которого на Западе

никогда не было; даже западники, приезжая на Запад, обнаруживали, что существуют Франция, Англия, Германия, а Запад, вымечтанный ими, существует только в их головах. Русские философы Серебряного века отмечали, что личность ни в западном возрожденческом понимании — как самостояние человека, — ни в православном соборном — когда «все едино» при том, что каждый уникален и незаменим, — в России не сформировалась, вернее сформировалась частично и в основном в теории, а не в практической жизни. Коллективизм, воспитывавшийся в советских людях на основе привычной русским общинности, оказался достаточно мощной силой на период существования СССР. Однако при сломе времен на российской почве, когда нормой стало всё, что было прежде аномальным, девиантным и просто преступным, эти «аномичные нормы» проросли буйным цветом именно благодаря своей новизне и свойственным русскому менталитету крайностям. А от новизны у нас захватывает дух и охватывает административный восторг. Если говорить, например, о российском художественном процессе в интернет-эру, то при всех отмеченных выше сходных с западными реалиями особенностях его атомизация, дискретность, клочковатость и, так сказать, шариковщина достигает невиданной на Западе степени. Всё чаще всяк себе выступает в одном лице и экспертом, и зрителем/читателем/слушателем/режиссером/актером/сценаристом, но при этом привлекая в это «одно лицо» супругов, любовниц, тёщ и племянников личных телохранителей. Еще как-то пытаются существовать в медиа экспертные сообщества, быстро превращаясь из сообществ -ведов (киноведов, театроведов и т.д.) в отдельных рецензентов-критиков, но и их социальная значимость стремится к нулю. Раз отрицается всякая иерархия, то и экспертам-рецензентам нет места на этом празднике жизни. У сетевой публики — свои кумиры, причем все чаще сталкиваешься с ситуацией, пунктирно описанной мною выше, которая в пределе стремится к максиме «я сам себе — всё». Посему к постмодернистской максиме «индивид всегда прав перед обществом» следовало бы добавлять: «и я даже знаю этого индивида». Пока еще существуют сетевые фан-клубы и сетевой пиар тех или иных «звезд», упавших сюда из реала, развиваются различные рейтинговые программы, призванные ориентировать читателя или слушателя музыки в море предложений, причем с учетом их личных вкусов, но, как представляется, тренд очевиден.

И если «свобода всегда права перед ответственностью», то нечему удивляться, когда к отсутствию чувства безопасности в реале, столь характерному для нынешней России, добавляется и явно выраженное чувство опасности, исходящее из виртуала.

«Культура семиотична, но в силу абсолютной индивидуальности восприятия знаков денотаты их принципиально неуловимы, а коды нерасшифруемы». На этом основании знание как таковое обесценивается, способность понима-

ния и истолкования всего окружающего превращаются в волюнтаристский произвол. Поэтому «всё равно всему», поэтому заявленная уникальность личности превращается в одинаковость, поэтому нет никакого различия между экспертами и массовой публикой, учеными и дилетантами, высоким искусством и массовой культурой.

Как сказал Салтыков-Щедрин, «если на Святой Руси человек начнет удивляться, то он остолбенеет в удивлении и так до смерти столбом и простоит». Потому удивляться не рекомендуется, а рекомендуется наблюдать, как развиваются процессы. Если до тех пор не превратимся в столб «по жизненным показаниям».

[1] Кнабе Г.С. Знак. Истина. Круг (Ю.М. Лотман и проблема постмодерна) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.ut.ee/lotman/txt/knabe95.html»http://www.ut.ee/lotman/txt/knabe95.html

[2] Кнабе Г.С. Проблема постмодерна и фильм Питера Гринауэя «Брюхо архитектора» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://ec-dejavu.ru/p-2/Postmodernism-2.html»http://ec-dejavu.ru/p-2/Postmodernism-2.html

[3] Кнабе Г.С. . Местоимения постмодерна. — М.: РГГУ, 2004.

[4] Кнабе Г.С. Принцип индивидуальности, постмодерн и альтернативный ему образ философии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://kuchaknig.ru/catalog.php?action=by_letter_avtor&letter=%CA%CD%C0%C1%C5+%C3»http://kuchaknig.ru/catalog.php?action=by_letter_avtor&letter=%CA%CD%C0%C1%C5+%C3

[5] Эпштейн М. Постмодернизм и коммунизм // М. Эпштейн. Постмодерн в России: Литература и теория. — М.: изд. Р. Элинина, 2000 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.emory.edu/INTELNET/pm_kommunizm.html»http://www.emory.edu/INTELNET/pm_kommunizm.html

[6] Эпштейн М. Истоки и смысл русского постмодернизма// М. Эпштейн. Постмодерн в России: Литература и теория. — М.: изд. Р. Элинина, 2000 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.emory.edu/INTELNET/pm.istoki1.html»http://www.emory.edu/INTELNET/pm.istoki1.html

[7] Тоффлер Э. Третья волна [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.2lib.ru/getbook/10964.html»http://www.2lib.ru/getbook/10964.html

[8] Musical America Worldwide. — 2012. — September.

[9] Musical America Worldwide. — 2012. — 2 Nov.

[10] Netflix Prize [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://ru.wikipedia.org/wiki/Netflix_Prize»http://ru.wikipedia.org/wiki/Netflix_Prize

[11] Netflix притягивает зрителей миллионами // Коммерсантъ.ru. — 2013. — 23 апреля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.kommersant.ru/doc/2177071»http://www.kommersant.ru/doc/2177071

[12] House of Cards (U.S. TV series) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «https://en.wikipedia.org/wiki/House_of_Cards_(U.S._TV_series)» \n _ blankhttps://en.wikipedia.org/wiki/House_of_Cards_(U.S._TV_series)

[13] Худа-Гранат М. Феномен сетевой коммуникации — новый вид человеческих отношений или иллюзия интерперсональной связи? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.socionauki.ru/journal/articles/129566/»http://www.socionauki.ru/journal/articles/129566/

[14] Тоффлер Э. Шок будущего [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/toffler_shok/toffler_shok.htm»http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/toffler_shok/toffler_shok.htm

[15] Корытникова Н.В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социологические исследования. — 2010. — №6.

[16] Владимирова Т.В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.isras.ru/files/File/Socis/2011-5/Vladimirova.pdf»http://www.isras.ru/files/File/Socis/2011-5/Vladimirova.pdf

[17] Судебные иски против Facebook [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://de.exrus.eu/object-id4dcafb2f6ccc19860700004a»http://de.exrus.eu/object-id4dcafb2f6ccc19860700004a

[18] Шесть стран ЕС возбудили иск против Google [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://newsland.com/news/detail/id/1153692/»http://newsland.com/news/detail/id/1153692/

[19] Против Google поданы судебные иски [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://ihakimov.ru/protiv-google-podany-sudebnye-iski»http://ihakimov.ru/protiv-google-podany-sudebnye-iski

[20] Armstrong K. «http://en.wikipedia.org/wiki/The_Battle_for_God»The Battle for God: Fundamentalism in Judaism, Christianity and Islam. – N.Y.: Knopf/HarperCollins, 2000.

[21] Интернет и социальные сети: статистика и тренды [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/1897»http://azbez.com/node/1897

[22] Сергей Дешин. Юрий Арабов: «Мы будем так же сидеть на рутрекере, и эту песню не задушишь, как бы ни хотели» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.colta.ru/docs/20534»http://www.colta.ru/docs/20534

[23] С. Хантингтон. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://world.lib.ru/k/kim_german_nikolaewich/3040-3.shtml»http://world.lib.ru/k/kim_german_nikolaewich/3040-3.shtml

[24] Медведев предложил увольнять чиновников, которые боятся компьютеров [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://news-w.com/62781-26685/n/62781-8997/»http://news-w.com/62781-26685/n/62781-8997/

[25] Деникин А.А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиями [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html»http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html

[26] 48 шокирующих фактов о социальных сетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/2296»http://azbez.com/node/2296

[27] Подводные камни секстинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/2193»http://azbez.com/node/2193

[28] Доступ к чужой переписке: правда или миф? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/2192»http://azbez.com/node/2192

[29] Клевета в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/2191»http://azbez.com/node/2191

[30] Сколько стоит пользователь Рунета? О мошенничестве в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://azbez.com/node/1059»http://azbez.com/node/1059

[31] Кочева О.Н. Уважение частной жизни в России: диагноз и прогноз [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.pgpalata.ru/reshr/privacy/art10.shtml»http://www.pgpalata.ru/reshr/privacy/art10.shtml

[32] Бакажинская Т. Самые громкие утечки информации в России и СНГ 2011–2012 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.cnews.ru/reviews/free/security2012/articles/article12.shtml»http://www.cnews.ru/reviews/free/security2012/articles/article12.shtml

[33] 70% россиян никогда не бывали за границей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0507/opros05.php»http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0507/opros05.php

[34] Яковлева А.М. ТВ и Сеть как производители феномена politics sexy [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/01/2013-01_r_kvm-s4.pdf»http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/01/2013-01_r_kvm-s4.pdf

О. Жукова

ГРАНИЦЫ ЭСТЕТИЧЕСКОГО: ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРЕЦЕДЕНТЫ В РОССИЙСКОМ МЕДИЙНОМ И ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

С культурологической точки зрения современное состояние России характеризуется как процесс вхождения в глобальный мир — в глобальное информационное общество на витке развития постиндустриальной цивилизации. Время-пространство культуры структурировано неоднородно, что создает принципиально мозаичный образ современного мира. Взгляд исследователя удерживает многообразие культурных миров: здесь и первобытная архаика дописьменных обществ, и религиозный традиционализм средневековья, и технологический универсализм лидеров цивилизационного развития. Идентичность этих обществ поддерживается социальными и политическими институтами, которые в большей или меньшей степени подвергаются трансформациям. В подобный процесс социокультурной самоидентификации включено российское общество. Оно с запаздыванием осваивает пятый информационный технологический уклад, с трудом справляясь с задачами экономической и политической модернизации, вследствие чего перевод высоких практик культуры (художественных, научных, религиозных и политических) в публичное пространство — пространство общественной коммуникации — драматически осложняется.

Оценивая этот универсальный процесс культурных трансформаций, затронувший без исключения всех субъектов современной истории, отметим, что информационное общество как некий общий социальный результат коммуникативной революции, совершившийся в рамках научно-технических достижений постиндустриальной цивилизации, идейного консенсуса по базовым основаниям социального и культурного бытия человека не имеет. Оно балансирует между культурой и варварством, гуманизмом и милитаризмом, агрессией и параличом политической воли. При этом современность удерживает в себе опыт национальных культур с присущими им мировоззренческими и ценностными установками. Можно говорить о проявлении контртенденции, сохраняющей разнообразие культурных практик, высоких и обыденных, в противовес активно распространяющемуся цивилизационному стандарту общества потребления. Стратегия унификации социальной и культурной жизни во имя прогресса парадоксальным образом запускает и процессы внутренней архаизации и варваризации обществ. Как представляется, современная художественная культура, которая активно осваивает новые коммуникативные каналы и информационные технологии, продолжает, как и прежде в истории, оставаться чутким барометром социальных и политических изменений на глубинном мировоззренческом и ценностном уровнях.

Очевиден тот факт, что пути развития художественной культуры России последних двух десятилетий крайне сложны. С одной стороны, в ней ясно различим стилистический разлом, обусловленный социальными потрясениями постсоветского периода. С другой стороны, прослеживается тенденция к освоению и наследованию базовой традиции, составившей неповторимый эстетический и духовный облик, прежде всего, русской культуры с ее запасом художественных достижений в ансамбле мировых культур. И если советская эпоха в своих вершинных проявлениях по отношению к великой русской классике стала новой классикой, развивая основной круг тем и сюжетов русской литературы, изобразительного искусства, театральные и музыкальные традиции, то с точки зрения исторической типологии художественной культуры России рубежный период XX — XXI вв. предстает как весьма противоречивый процесс. Культурные практики нередко противостоят друг другу в идейных платформах и метафизических интуициях, не только конкурируя, но и конфликтуя. Это демонстрирует, на наш взгляд, глубинную тенденцию формирования образа современности как *постнеоклассического этапа* развития культуры. Он характеризуется доминированием типа сознания, рефлексирующего над всей прежней исторической традицией, включающей в себя не только собственно российский культурный архетип, но и иные культурные предания, от которых, впрочем, можно и совсем отказаться, исповедуя философию контркультурного эпатажа, деструктивного нигилизма, ценностного релятивизма, антиэстетического трэша, китча и т.п.

Учитывая специфический тренд современной культуры с ее тотальной эстетизацией реальности и доминированием визуального мышления, которые обнаруживают себя в философии политических имиджей, диктате модных стилей, активном внедрении элементов шоу-бизнеса в политическую и медийную среду, привычке мыслить «картинками», нас будет интересовать следующий вопрос. Возможно ли, опираясь на культурологический метод исследования, интерпретировать художественные события с точки зрения их взаимодействия с практиками политических, религиозных и научно-образовательных институтов, формирующихся в медийной среде, в первую очередь в телевизионной. Как нам представляется, в этой ситуации продуктивен и анализ тенденций развития культуры, и их прогностическое описание, в центре которого — взаимодействие дискурсивных практик массмедиа, политики, религии, искусства, литературы, конституирующих общественное пространство современной России.

Исследователи, занимающиеся социологией искусства, религии и политики, поставлены перед необходимостью изобретения интерпретационных моделей, описывающих трансформирующуюся социокультурную реальность. При этом приходится различать и удерживать в едином смысловом поле несколько тем.

Первая связана с определением культурных особенностей современности, с изучением происходящих изменений ментального плана культуры, ее мировоззренческих оснований, духовно-ценностного ядра, с рассмотрением

динамики социокультурного развития, ведущей к образованию новых форм социальной жизни, определяющим фактором которой становится новые коммуникативные практики.

Вторая, характеризует условия и способ бытования высоких культурных практик в контексте современности с точки зрения системно-структурных свойств культуры, функционирования информации и знания в обществе.

Третья тема формулируется в границах философии культуры и социальной антропологии, касаясь проблемы социализации личности в виртуальной реальности (киберпространстве), изменения структуры культуротворческой деятельности и типов межличностной и общественной коммуникации.

Четвертая тема, некоторым образом объединяющая все вышеуказанные, может быть сформулирована в качестве философского вопроса культурологии: каким образом духовный и социальный опыт человека современности должен способствовать созиданию культуры и общественному развитию? За ним следует и другой вопрос: может ли новый социальный коммуникатор современности — телевидение и Интернет — взять на себя *функцию медиатора и модератора общественного пространства, создав условия для самореализации субъектов социального творчества?* В нашем случае все эти вопросы рассматриваются применительно к анализу российской культурно-политической ситуации, к тем событиям-прецедентам, столкнувшим различных игроков — государство, общество, власть, церковь, конкретных политиков, творческих и общественных деятелей — на политическом поле современной России.

Любое событие, получившее освещение в массмедиа, либо меняет вектор исторического процесса, либо уходит на периферию и забывается, но каждое претендует на внимание общества. Сегодня роль посредника между индивидом и обществом, личностью и социальными институтами отведена массмедиа. Удачно проведенные медиа-кампании гарантируют интерес и спрос на данное событие, его конкурентноспособность на рынке медийных товаров и услуг. С выверенной социологической точностью мастера новой коммуникации обращаются к потенциальной аудитории, способной заинтересоваться продуктом и купить его для удовлетворения разного рода потребностей — экзистенциальных, политических, экономических, эстетических, знаково-символических и т.п. При этом каждый производитель медиапродукции работает в своей нише, рассчитывает на тот или иной тип восприятия и запросов аудитории.

По данной универсальной схеме, очерчивая границы общественно-политического поля, работают телевизионные каналы, превратившиеся в своеобразные фабрики производства массового сознания. Именно они в современной России создают *стандарт культурного потребления*, осуществляя через него функцию социального контроля, именно они выступают *идеологическим инструментом формирования «человека политического»*.

В плохо отлаженных отношениях между властью и обществом, перманентного изменения политической системы с целью сохранения своего неизменного правящего статуса элитными группами, российское телевидение превратилось в самостоятельную величину, опосредующую интересы доминантного меньшинства — властной элиты — и зависимого, обеспечивающего ее существование большинства. При освоении социокультурной укладности информационного общества, в отсутствии институтов, свойственных зрелым демократиям, в России произошла непрозрачная, гипетрофированная институализация массмедиа. Сначала они оказались под контролем олигархических групп, затем под контролем власти и правящей бюрократии, интересы которой срослись с интересами основных держателей акций корпоративного государства, которым сегодня по всем политологическим критериям, де факто, является Россия.

Приходится констатировать, что общество символического производства, бывшая советская страна в новых исторических условиях стала полигоном для апробации политических и иных технологий, использующих социально-коммуникативные каналы СМИ, их манипулятивные и симулятивные возможности в освещении реальных событий и процессов. Как отмечает в «Метамофозах власти» Э. Тоффлер, в информационном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и принуждения[1].

Виртуализация российского общества посредством телевизионных медиа происходит во всех сферах. В сфере экономики примером являются рекламные телевизионные пакеты, превращающие потребление товаров в потребление знаков этого товара. Как справедливо отмечают исследователи, «экономическая симуляция товара в рекламном послании начинает превалировать над его производством»[2].

Но ярче всего процесс виртуализации заметен в конструировании политической реальности, что становится основной «производственной» темой отечественного телевидения. Политический дискурс достаточно жестко фильтруется, проходит селекцию на предмет лояльности к властной элите, идеологически накачивается и унифицируется в части тем и сюжетов. Вслед за Н. Луманом, оценивая роль российского ТВ в создании публичного политического пространства, мы можем сказать: «то, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа»[3].Для большинства российского населения ТВ как источник информации практически безальтернативен. Медийный ресурс Интернет остается вторичной по значению системой информирования, либо вообще не используется для получения достоверной информации.

В условиях цензурируемой монополии на средства производства информации и на ее контент, российское общество попадает в тип зависимости, хорошо описанный П. Бурдье. По мнению известного социолога, «последствия цензовой логики, которая фактически управляет доступом к выбору предлагаемых поли-

тических продуктов, усиливаются эффектом олигополитической логики, которая управляет их предложением. Монополия производства, предоставленная малому числу производственных объединений, в свою очередь контролируемых профессионалами (добавим, лояльными и зависящими от власти профессионалами — О.Ж.), принуждение, довлеющее над выбором потребителей, которые тем полнее подвержены безусловной преданности известным ярлыкам и безоговорочному делегированию своих прав представителям, чем более они лишены социальной компетентности в политике и инструментов (как тут не вспомнить историю с рабочими с «Уралвагонзавода»! — О.Ж.), необходимых для производства политических выступлений и акций, — все это делает рынок политики несомненно одним из наименее свободных рынков», — заключает Бурдье[4].

Напрашивается неутешительный вывод, что право на свободный поток информации, право на коммуникацию, выражаемую, в том числе свободой слова, печати и информации в современной России существует в авторитарной модели контроля СМИ, мимикрировавшей из социалистической модели с ее государственно-партийным, идеологическим воздействием на СМИ. Отсечение ведущими каналами критически настроенных по отношению к существующему порядку спикеров, недопуск релевантных этим мнениям групп в пространство легитимной политики не дает реализоваться модели социальной ответственности, адекватной уровню развития современных медиа в странах демократической традиции.

Другая важнейшая сфера общественной жизни, искусство и в целом события, связанные с художественным процессом, на центральных каналах телевидения практически отсутствуют. Они помещены в нишевый канал «Культура», ориентируясь на запросы целевой аудитории с классическим набором эстетических и этических ценностей. Исключение составляет показ новых кино- и телефильмов центральными каналами, имеющими, по мнению телевизионного руководства, общественную значимость, или созданные по их заказу, примером чего может служить отмеченный премией «Ника» телесериал по книге В. Гроссмана «Жизнь и судьба».

На наш взгляд, тенденцией виртуализации отмечены такие проекты канала «Культура» в 2012 году, как «Вся Россия», «Большая опера» и «Большой балет». Грандиозное смотр-шоу народных коллективов и этнографических ансамблей «Вся Россия» при всем своем региональном охвате и красочности наводит на мысль о симуляции народного творчества. Данная культурная акция, увы, выглядит единичной попыткой наверстать упущенное. В болезненном для современной России вопросе национальной политики эти культурные «костыли» являются слабым средством и свидетельствуют, скорее, о невостребованности народно-музыкальной традиции среди широких кругов населения, его нечувствительности к эстетическому запасу национальных культур. Показательно, что всплеск интереса к фольклору был инспирирован не усилиями российских

культурных политтехнологов, а общеевропейским успехом «Бурановских бабушек», как, своего рода, «прикол» или экзотический прецедент.

Что касается проектов «Большая опера» и «Большой балет», как и проекта «Битва хоров» на канале «Россия», то идея интерактивного шоу явно заимствована, и при всей интриге сюжета не оставляет впечатления прорывного новаторского предприятия, следуя по стопам «Танцев со звездами» и других подобных интерактивных «сериалов». Традиционным, но приятным исключением в этом списке остается международный телевизионный музыкальный конкурс «Щелкунчик».

Приходится признать, что государство сегодня не может расставить приоритеты и четко сформулировать основные направления культурной политики, репрезентантом чего является сетка и содержание передач государственных телевизионных каналов, которые то спорадически вспоминают о народном творчестве, то принимаются за популяризацию классического искусства. В этом государственном тренде находится и минимизация расходов на научно-образовательную и культурную сферы, в ситуации, когда средства щедро отпускаются на виртуальные проекты типа «Сколково» или зимнюю олимпиаду в субтропиках.

Часть интеллектуально-творческой элиты России поражена в своих правах, лишена выращенных ими научных институтов, часть подпала под «скромное обаяние» гламура, масскульта и экономической прагматики рынка кино, искусства и литературы. Потеря аудитории идет и в киноискусстве, и в музыкальной культуре, теряющей самый главный свой ресурс — грамотного слушателя. Продуманной политики, позволяющей использовать технологический и экономический потенциал страны в культурно-образовательных целях, нет, точнее, нет соединения воли и интересов общества, бизнеса и государства в интересах личности и общества.

Таким образом, с социологической и культурологической точки зрения, из трех основных функций телевизионных СМИ — информационной, призванной доносить до масс актуальную информацию, регулирующей, формирующей общественное сознание и стереотипы социальных действий, и культурологической, социализирующей и транслирующей высокие образцы мировой культуры, — реализуется, главным образом, регулирующая функция. Акцент переносится на социальный контроль, средствами исполнения выступают манипулирование и управление общественным сознанием через навязывание идеологических штампов, социальных стереотипов, пониженных образцов культуры гламура и потребления, мифологических конструктов истории и т.п. Как пишет исследователь, «используя идеальные цели как инструмент манипуляции, принуждающий общество к согласию на поддержание данного социального порядка, правящая элита гарантирует себе возможность использовать его членов для реализации собственных социальных мотивов. Системная манипу-

ляция прекращает работать только тогда, когда общество начинает понимать, что декларируемые идеальные цели не есть для него благо или что правящая элита не способна их достигать»[5].

Складывается такая ситуация, при которой телевизионные медиа, «заливающие эфир» специфическим контентом, вместо того, чтобы выстраивать новый общественный дискурс, превращаются в агента статусных групп. В ситуации объявленной властью политической и экономической модернизации, они работают на архаизацию социальных отношений, приводя их к традиционалистской модели. Примечательно, что для подобных социокультурных и политических задач самым «естественным» и одновременно самым «культурным» материалом оказывается *история*. Телевидение активно включается в процесс *самообоснования* новой культурно-политической традиции. Оно создает такие комментаторские сюжеты (как например, «процесс», организованный А. Мамонтовым над «Пуси-райот») и транслирует такие «аргументированные» мнения, которые заслоняют суть дела.

Тем самым телевидение вписывается в социальную мифологию новой российской эпохи, будучи самым массовым каналом общественной коммуникации, самым демократичным в структуре потребления, социально направленным, востребованным временем, организующим культурное общение, предлагающим актуальный анализ современности и несущим определенную идеологическую нагрузку. Оно выполняет все функции, за исключением двух главных — *интеллектуальной рефлексии над тем, что говорится и показывается, и верификации того, что преподносится зрителю в качестве новостной, художественной, развлекательной или иной медийной продукции*.

На активное наступление современности телевидение отвечает языком «коллективного бессознательного», продолжая участвовать в сотворении нового-старого культурно-политического и эстетического мифа. Целостность этого мифа до некоторой степени удерживает общество от социального хаоса и распада, но удерживает его в старой социально-исторической матрице. Вся опасность заключается в том, что, конструируя настоящее, оно вместе со своими заказчиками-патронами не видит будущего, следовательно, лишает себя исторической перспективы.

[1] Тоффлер Э. Метамофозы власти. — М., 2002. С. 36-38, 402, 406.

[2] Трунов А.А., Черникова Е.И. Технологии «паблик релейшнз» в трансформирующейся цивилизации модерна. — СПб., Алетейя, 2007. С. 124.

[3] Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005. С. 8.

[4] Бурдье П. Социология политики. — М., 1993. С. 185.

[5] Эйдман И. Прорыв в будущее. Социология Интернет-революции. — М., 2007. С. 203—204.

Т. Шеметова

КАРТИНА МИРА КАК ВИДЕОСФЕРА В СОВРЕМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Тролли и люди — в чем разница тут? Правда во многом мы схожи.
Но и большое различие есть… Там, под сияющим сводом,
Учат «Самим будь собой, человек!» В Рондских же скалах иначе:
«Тролль, будь доволен собою самим!» Смысл постигаешь глубокий?
Соль вся в словечке «доволен».
Г. Ибсен[1]

Данную статью можно рассматривать как изложение гипотезы, которая в равной мере относится как к области культурологии, так и к области футурологии. Собственно гипотеза видеосферы может подтвердиться, а может быть и опровергнута временем. В любом случае сегодня уже можно говорить о переходе от домашних экранов или малых мобильных экранов к визуальному пространству сферы.

Автор ставил перед собой следующие задачи:

— определить понятия видеосферы;

— найти инструменты для ее описания;

— построить визуальную модель.

Концепт «сфера» для гуманитарных наук не новый. Достаточно вспомнить концепт ноосферы П. Тейяра де Шардена и В. И. Вернадского, семиосферу Юрия Лотмана, идею окружающей фоносферы М. Е. Тараканова или инфосферу американского исследователя медиа Д. Рашкоффа[2, 3, 4, 5]. Во всех перечисленных случаях понятие «сфера» имеет признак глобальной сложноорганизованной структуры, в которой живет человек.

Например, Д. Рашкофф считает, что «единственная среда, в которой наша цивилизация ещё может расширяться, наш единственный настоящий фронтир — это эфир, иными словами медиа… Непрерывно расширяющиеся медиа стали настоящей средой обитания — пространством, таким же реальным и, по всей видимости, незамкнутым, каким был земной шар пятьсот лет назад. Это новое пространство называется инфосферой. Инфосфера, или «медиапространство» — новая территория, открытая для человеческого взаимодействия»[5].

В нашем случае понятие видеосферы употребляется в более узком контексте — как часть или субструктура, входящая, в семиосферу или инфосферу. Эта «частность» видеосферы определяется следующими параметрами:

1. Опорой на визуальный образ, или иконический знак, т.е. картинку (говоря телевизионным языком).

2. Этот визуальный образ, по сути, субъективен, т.е. основан на личных вкусовых пристрастиях. А поэтому может в какой-то степени быть визуальным отражением картины мира человека, группы единомышленников или субкультуры.

3. Видеосфера связана, прежде всего, с таким достаточно новым явлением, как дополненная реальность.

Дополненная реальность — это русская транскрипция общепринятого названия нового тренда в мире высоких технологий «augmented reality» (сокращенно AR)[6]. Термин относится ко всем техническим проектам, направленным на дополнение или расширение реальности любыми виртуальными элементами посредством компьютерных технологий нового поколения.*

Одним из наиболее известных исследователей в этой области на сегодняшний день является американец Рональд Азума (Ronald Azuma) из американской HRL Laboratories. В 1997 г. он публикует статью «Обзор дополненной реальности»[7], где дает ей определение. Он описывает дополненную реальность как:

1) комбинации или сращивания реального и виртуального контента;

2) их взаимодействие в реальном режиме времени;

3) оба типа контента отображаются в 3D-пространстве.**

Чтобы продолжить дальнейшие рассуждения, необходимо, хотя и в значительной мере условное, разведение терминов: реальность и реальные объекты, виртуальная реальность и виртуальные объекты, и дополненная реальность.

Под реальностью и реальными объектами, в рамках данной статьи, мы будем понимать окружающий нас физический мир и находящиеся в нем материальные объекты.

Под виртуальной реальностью имеется ввиду искусственно смоделированный мир с помощью цифровых слоев в компьютерной программе.

Так, дополненная реальность — это компьютерная технология наложения информации в форме текста, графики, видео и других искусственно смоделированных объектов с помощью отдельных виртуальных слоев на реальные объекты окружающего мира в режиме реального времени (on-line). Таким образом, на сегодняшний день можно работать с тремя видами реальностей: реальность материального мира, виртуальность, между которыми расположена дополненная реальность. Причем в отличие от виртуальности, которая предполагает полностью

---

* По поводу проблем и возможностей, связанных с внедрением этой технологической концепции с 1999 г. проводится регулярная научная конференция IEEE, ACM and Eurographics International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR). Наиболее успешные и известные компании, специализирующиеся на дополненной реальности, располагаются в Японии — Mixed Reality Systems Lab — и Германии — консорциум Arvika.

** Также в статье описывается встраивание виртуальных 3D объектов в текущую реальность и рассматривается применение этих возможностей в медицине, производстве, визуализации, навигации и т.д. Кроме этого, в статье описываются прототип и функционирование шлема дополненной реальности.

искусственный синтезированный мир (видеоряд), «дополненная реальность предполагает внедрение синтезированных объектов в естественные видеосцены»[8].

Чтобы попасть в дополненную реальность нужны сущие пустяки: окружающий мир, наполненный материальными объектами, программа дополненной реальности и материальный носитель этой программы с веб-камерой. Камера снимает часть окружающего пространства, видеосигнал проходит через программу и на дисплее вашего носителя возникает смешанная или дополненная реальность.

На данный момент материальными носителями этой программы являются персональные компьютеры, айфоны, айподы, снабженные веб-камерой. Программу можно скачать из сети Интернет на свой гаджет и попробовать пока в виде дополнительной информации.

Например, запустив специальное приложение на айфоне и направив камеру телефона на землю, можно увидеть специальные стрелки, которые показывают, в какой стороне находится ближайшая станция метро, что поможет найти станцию, смотря только в телефон.* Или в отпуске, гуляя по городу, можно отказаться от гидов, рассказывающих об истории и интересных фактах, связанных с данными местами и достопримечательностями. Нужно просто запустить соответствующую программу и вся информация появится через дисплей прямо на здании или памятнике.

Однако концепт дополненной реальности может охватывать весьма разнообразные сферы человеческих интересов. Например, если вы увлекаетесь кинематографом, то мобильное приложение AR Cinema позволит любому почувствовать себя героем любимого фильма, если оказаться на том же месте, где разворачивалось действие картины. Через программу дополненной реальности можно как бы войти в кадр, где действуют герои.

А компания Toyota предложила новый подход к развлечению пассажиров, в частности, детей во время поездок на машине. Автомобильный гигант предлагает использовать боковые стекла в качестве объекта для интерактивного взаимодействия с объектами за пределами автомобиля. Свое видение будущей системы дополненной реальности Toyota продемонстрировала в видеоролике, где дети видят на стеклах автомобиля разнообразных животных и птиц.**

Безусловно, рынок приложений с дополненной реальностью пока невелик. Тем не менее, аналитики компании ARCchart считают, что он очень быстро вырастет и превысит рубеж в 1 млрд. долларов в год уже в 2014 году. Со становлением рынка все большее количество приложений будет использовать интер-

---

* Это приложение называется Nearest Tube. Оно работает в Лондоне, показывая станции Лондонского метро. Так же у компании Acrossair есть отдельные приложения поиска ближайшей станции метро для жителей Парижа, Барселоны, Токио, Мадрида и Нью-Йорка. Жители и гости Сан-Франциско и Чикаго могут так же воспользоваться подобной программой, но уже для поиска ближайших остановок общественного транспорта (автобусов и трамваев).

** Ролик можно посмотреть на сайте: http://vimeo.com/25547151

фейс с дополненной реальностью. В первую очередь это коснется таких сфер, как туризм, игры и реклама[9].

Пока программами дополненной реальности можно пользоваться с помощью личных гаджетов. Однако, весной 2012 года много шума наделало заявление компании Google, которая показала прототип Google glass — очков с дополненной реальностью. Очки оборудованы направленной вперед камерой. Одному глазу доступно изображение с непрозрачного дисплея, а второй видит мир таким, какой он есть. Управление системой осуществляется при помощи голосовых команд или движений головы, посредством которых пользователь перемещается по меню. Сам Google прогнозирует, что потребители смогут купить Google Glass уже в 2014 году.*

В то же время американская компания Vuzix планирует начать поставки на рынок своей модели очков с дополненной реальностью уже в 2013 году. Предполагаемая их цена составит $999.** Технологий для производства дисплеев на контактных линзах пока еще не существует, но разработки в данном направлении уже ведутся. Виртуальный дисплей на сетчатку глаза (Virtual Retinal Display) как персональное устройство разрабатывает Human Interface Technology Laboratory Вашингтонского университета. Данная технология предполагает проекцию изображения непосредственно на сетчатку глаза пользователя, и доступна она будет примерно через пять лет.***

Аналитики компании Gartner**** считают, что технология дополненной реальности уже к 2016 году войдет в зону мейнстрима и приблизится к уровню проникновения в 50%, а к 2021 году удвоит свое достижение с почти 100% проникновением в жизнь обычных людей[10].

Если проецировать дальнейшее развитие этого тренда, то становится очевидным, что дополненная реальность — это программа, с помощью которой человек сможет реальный мир видоизменять, дополняя его виртуальными визуальными образами по своему вкусу, настроению, типу характера, уровню интеллекта, социальной роли и. т. д. Т.е. создавать личное окружающее визуальное пространство, свою видеосферу.

Но так как это программа, то работает она по принципу загрузки определенной информации. Тогда возникает вопрос: откуда берутся визуальные образы? Это образы, которые уже наработаны в мировой культуре: мифологии, жи-

---

* По материалам сайта Techland от 1 ноября 2012г. [Электоронный ресурс]. — Режим доступа: «http://techland.time.com/2012/11/01/best-inventions-of-the-year-2012/slide/google-glass»http://techland.time.com/2012/11/01/best-inventions-of-the-year-2012/slide/google-glass /

** По материалам сайта: http://www.vuzix.com/consumer/products_m100ag.html#overview

*** По материалам сайта: http://www.cbc.ca/news/yourcommunity/2012/12/lcd-contact-lenses-could-display-text-messages-in-your-eye.html

**** Gartner — исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий и HYPERLINK «http://ru.wikipedia.org/wiki/Аппаратное_обеспечение» аппаратного обеспечения.

вописи, архитектуре, фотографии, кинематографе, анимации, компьютерной графике и. т. д. И находятся они, скажем так, в некоем цифровом хранилище, электронной библиотеке мировой культуры. Собственно образы можно моделировать, создавать самим и загружать в программу.*

В таком случае, что же такое видеосфера? С помощью каких понятий возможно ее описание?

Скорее всего, видеосферу, точнее возможность ее личного моделирования и существования в ней отдельного человека, можно считать «странным фактом» (термин В.П. Руднева)[11]. «Чем странные факты отличаются от нестранных фактов или просто фактов? — пишет В. П. Руднев, — Прежде всего тем, что они могут иметь место лишь в галлюцинаторной реальности психотика»[12].

Видеосфера, потому странный факт, что мир, который воспринимает человек и с которым он взаимодействует в ней, лишь частично (в большей или меньшей степени) принадлежит к реальности. Это мир дополнен информационными слоями, которых в физическом мире не существует: это мнимые объекты, фантомы. Мало того, этот фантомный мир, видимый для одного человека, невидим для остальных. Он индивидуален, как галлюцинация. Отсюда материальный носитель (очки, линзы, куда устанавливается программа) — это «странный объект» (термин У. Биона)[13], т.е. объект, который способен порождать галлюцинации.

С этой точки зрения интересно поведение людей, которые взаимодействуют с дополненной реальностью, и людей, которые это взаимодействие наблюдают, т. е. находятся вне зоны AR.

Например, в презентационном ролике компании SONY люди, находящиеся в большом торговом центре, где была спроектирована зона дополненной реальности с большим экраном, делились на два лагеря. Одни, стоя на определенных метках (маркерах) на полу, видели себя на экране в мире дополненной реальности: к детям подбегали динозаврики и позволяли себя погладить, женщины обнимали черных пантер, которые терлись о колени головой, словно обычные кошки, мужчины стреляли из бластеров вместе с военными роботами. Вторая же группа людей, которая в это время спускалась по эскалатору, с изумлением наблюдала следующую картину: дети, мужчины, женщины, стоя в центре зала, совершают нелепые телодвижения, разговаривают сами с собой, смеются, размахивают руками, радостно подпрыгивают или от кого-то прячутся. Т. е. складывается полное впечатление, что люди внизу сошли с ума и галлюцинируют.

---

* Например, Эмбер Кейс — один из основателей компании Geoloqi (разработчик платформ для геолокационных мобильных приложений) утверждает, что дополненная реальность перейдет на новый уровень, когда пользователи смогут сами создавать различные контентные объекты, анимацию и приложения. В ближайшее время, когда дополненная реальность станет доступной не только для разработчиков, но и для обычных пользователей, контент для приложений будет стремительно распространяться по Сети.

Однако известно, что галлюцинация, в реальности психотика, выполняет функцию защиты, и прежде всего функцию понижения тревоги[14]. Ведь психотик характеризуется потерей контакта с реальностью и слишком слабыми защитными механизмами. Если невротик полагает, что проблема кроется в нем самом, то психотик не сомневается в том, что что-то произошло с миром, и угроза идет от него. Т.е. у психотика при галлюцинации срабатывает механизм экстраекции[14]. Суть экстраекции, как защиты, в том, что галлюцинация как бы дополняет психически-неуравновешенный мир психотика: объясняет, связывает разорванные факты, дополняет утраченные связи, т.е. создает нечто целостное, целостную картину мира, хотя и психотическую.

Отсюда, можно провести простейшую аналогию. Например, мне наскучил ряд серых пятиэтажек, мимо которых я все время хожу. Они мне визуально не симпатичны и портят настроение. Запустив программу, я могу раскрасить серые стены яркими красками на манер граффити, добавить красивую лепку и. т. д. Т.е. я могу избавляться от раздражающих меня или пугающих меня или неприятных мне факторов реального мира. И если «подсесть» на такое действие, то у человека неизбежно начнет формироваться экстраективное отношение к миру.

Как отмечает В. П. Руднев, «экстраективное отношение к миру совершенно явственно окрашено в алетический модальный план»[15]. Главной характеристикой этой модальности является смена оператора «невозможно» в модальном высказывании на оператор «возможно».* Следуя данной логике, видеосферу, в основе которой лежит дополненная реальность, можно охарактеризовать, как реальность алетическую, в которой невозможное становится возможным. И здесь следует учитывать тот факт, что материальные носители программы — смартфоны, очки, линзы — чрезвычайно мобильны. Поэтому личная видеосфера может окружать человека не только дома, или точнее в привязке к определенному пространству, но везде и всюду.

Отсюда возникает вопрос об отношении личного пространства человека (дом, комната) и пространства общественного (улица, магазины, кафе и. т. д.). Общественное пространство в особенности имеет тенденцию к определенной унификации и стабильности, хотя бы потому, что, находясь в общественном пространстве, каждый индивидуум видит вокруг одни и те же объекты, и должен следовать одним и тем же принятым нормам поведения.

В случае погружения человеком в собственную видеосферу, эта часть пространства перестает быть общей, так как каждый дополняет ее по своему усмотрению. Здесь интересным является тот факт, что синонимом дополненной реальности является словосочетание «улучшенная реальность».

---

* Модальные операторы — лингвистические характеристики модели высказывания, указывающие способ, которым человек «действует»: потребность, возможность, желание, обязательство и т. д. При этом используются предикаты («могу», «не могу», «возможно», «невозможно», «должен», «обязан» и т. д.), которые мы используем для мотивации.

Вообще, если говорить о стремительных темпах роста технического прогресса, то феномены новых высоких технологий, которые активно (если не сказать агрессивно) внедряются в сложившуюся культуру, неизбежно порождают новый инструментарий в гуманитарной науке, который бы мог эти феномены адекватно описывать. Но использование этого инструментария, зачастую, ставит больше вопросов, нежели помогает найти нужные ответы. В данном случае встает вопрос, как моя «улучшенная» реальность будет взаимодействовать с реальностью другого, не менее «улучшенной»?

Например, по улице идут навстречу друг другу два человека, и каждый погружен в свою видеосферу. Причем образы по своему содержанию могут быть совершенно разнополярными. Кому-то нравится средневековая готика и монстры с картин Иронима Босха, а кому-то розовый кукольный мир Барби. Кто-то любит солнечный свет, а кто-то предпочитает разноцветное искусственное освещение. А если это пять человек? Десять? А если это толпа? На наш взгляд, в человеческом восприятии мира и бытия должен произойти некий сдвиг, который можно назвать онтологическим.

Если в психологическом значении видеосфера — это «странный факт», то можем ли мы, хотя бы гипотетически, построить ее визуальную 3D-модель?

Традиционно сфера определяется как поверхность шара, где сфера есть граница между внешним и внутренним, расположенная по равноудаленным векторам от центра. На наш взгляд видеосфера — это не совсем классическая модель. По своей структуре она скорее напоминает так называемую «дикую сферу». В топологии определение дикой сферы звучит следующим образом: дикой сферой является сумма двух дисков с общим краем, являющимся диким узлом[16].

Первое, что нас интересует в этом определении — это общий край. Сама структура сферы состоит из множества сфер, при этом одна вкладывается в другую, но не полностью (как матрешки), а лишь одной частью (дугой). В контексте нашего разговора — эта общая часть двух сфер как раз и будет являться тем визуальным элементом, который взят из цифрового хранилища всевозможных образов, накопленных культурой. Эти образы либо копируются, либо составляют основу личного замысла видеосферы.

Второй момент — это собственно дикий узел. В математической теории узлов — узел определяется как замкнутая ломаная линия (предполагается, что линия состоит из отрезков) в трехмерном пространстве. Эту линию можно как угодно изгибать, сжимать или растягивать, но нельзя разрывать и склеивать. Всевозможные положения, которые может принимать при этом линия, всегда изображает один и тот же узел. Классические простые узлы (окружность, восьмерка, трилистник и т.д.) топологически эквивалентны ломаной линии (или гладкой кривой). Теоретически узел можно развязать и превратить в окружность. Особенностью же дикого узла является то, что он топологически не эквивалентен ломаной линии (или гладкой кривой). Такие необычные узлы получа-

ются в результате «бесконечного завязывания». Переплетения кривой при этом становятся все более и более мелкими и сходятся в итоге к предельной точке — дикой точке кривой[17].

Существуют дикие узлы, которые обладают бесконечным (и даже несчетным) множеством диких точек. Эти дикие точки образуют знаменитое канторово множество.* Например, известная модель «Ожерелье Антуана», предложенная французским математиком Луи Антуаном.

Обращение к теории узлов для нас интересно тем, что система узлов — это невозвращение к начальной точке — линия узла совершает виток, и мы обнаруживаем себя точно в таком же положении, но на другом уровне — более высоком и более низком от начального.

Итак, как же работает модель видеосферы? Каждый человек берет себе из библиотеки визуальных образов то, что он хочет, то, что ему нравится, то, что снимает напряжение и тревогу; то что его радует — это общая дуга двух сфер, завязанных на диком узле, — и проецирует для себя свои видеосферы (допустим, в зависимости от настроения на данный момент). Тем самым, в материальном мире он остается в том же положении, что и был до включения в сферу, но вместе с тем человек уже находится на другом качественном уровне восприятия своего бытия, поскольку он еще включен в свою видеореальность.

Какие же новые характеристики приобретает человек видеосферы? Прежде всего, цифровая вещь-фантом начнет восприниматься в качестве вещи реальной, более того необходимой даже больше, чем материальный объект. Отсюда у нас снизится способность видеть и чувствовать объекты реальности, что, без сомнения ведет к обесцениванию объектов материальной культуры. Таким образом, видеосфера — это возможность для человека формировать свое личное визуальное пространство на основе материального мира и включенной в него дополненной реальности, то есть совмещения изначально двух независимых пространств. Структура видеосферы сопоставима с теоретической 3D моделью дикой сферы, где взаимодействие с готовым или оригинальным визуальным образом «выбрасывает» человека на качественно иной уровень восприятия своего бытия. Видеосфера, без сомнения, является странным фактом и способна навязать человеку экстраективное отношение к миру. Причем защитные механизмы по принципу дикой сферы могут варьироваться и воспроизводиться бесконечно.

---

* Канторово множество или подмножество единичного отрезка прямой описано в «http://ru.wikipedia.org/wiki/1883»1883 году «http://ru.wikipedia.org/wiki/Кантор,_Георг»Г. Кантором: множество точек отрезка [0, 1] , которое остается, если удалить последовательно средний интервал (1/3, 2/3); затем более мелкие средние интервалы 1/9, 2/9) и (7/9, 8/9) двух оставшихся отрезков; затем четыре средних интервала (1/27, 2/27), (7/27, 8/27), (19/27, 20/27) и (25/27, 26/27) из четырех отрезков, которые остаются после предыдущего шага; и так далее до бесконечности. Известны такие модели диких узлов, как «Ожерелье Антуана», предложенного французским математиком Луи Антуаном, а так же дикий узел русского математика Г. Я Зуева.

Каковы же прогнозы будущего видеосферы? При развитии высокотехнологичного тренда дополненной реальности человек, как видно из опыта, может впасть в зависимость от этого тренда, хотя без него раньше как-то обходился. Т.е. поведет себя аналогично Интернету, мобильнму телефону и т. д. Таким образом, он будет галлюцинировать все больше и больше, погружаться в алетическую реальность глубже и глубже. Связи с реальным миром будут рушиться, и человеку будет необходима своя собственная галлюцинация, как защита, для продолжения жизни. Вспомнив известный фильм братьев Вачовски «Матрица», можно предположить, что повсеместное распространение тренда «дополненная реальность» готовит для нас сферу «протоматрицы» со всеми вытекающими последствиями.

В поэме Генрика Ибсена «Пер Гюнт», написанной в 1867 году, главный герой попадает к лесным троллям, где может жениться на дочери короля и получить пол-королевства в свое владение. Однако для этого он должен выглядеть как тролль, т. е. иметь хвост и видеть мир так, как видят его тролли: «вкось все и вкривь», но зато грязь кажется золотом, а уродство — красотой, и ты всегда всем доволен. Для этого главный тролль Доврский дед предлагает поскоблить глаз Пера Гюнта, чтобы окончательно вылечиться от «господства природы людской». И если с хвостом Пер согласен, то потерять возможность видеть мир как человек для него невыносима, потому что в этом случае он перестанет быть человеком.

Так, человек XIX века старается сохранить свою идентичность через человеческое восприятие мира. Человек же XXI века похоже согласен с троллями. Вне мира высоких технологий он себя уже не мыслит и согласен «поскоблить себе глаз», чтобы защититься от неприятного мира вокруг. Думается, что в самое ближайшее время человечеству придется выработать некую функцию защиты от протоматрицы: не только психологическую, но технологическую. Другими словами, чтобы высокие технологии защищали нас от высоких технологий.

Сбудется ли это? Это зависит от человека. Вероятно прав был Д. Рашкофф, когда констатировал: «Медиа представляют собой вполне самостоятельную сущность, с которой приходится сосуществовать на её собственных условиях»[18]. Увы, все больше фактов свидетельствуют о том же.

[1] Ибсен Г. Кукольный дом: пьесы. — Харьков: Фолио, 2013.

[2] де Шарден П. Т. ФЕНОМЕН ЧЕЛОВЕКА. м., 1985

[3] Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. — М.,2012.

[4] М.Е.Тараканов:человек и фоносфера. — М., 2006.

[5] Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание/ Пер. с англ. — М., 2003.

[6] «Дополненная реальность» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201212_market_reality.pdf» \n _blankhttp://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201212_m...

[7] Azuma R T. . A Survey of Augmented Reality // In Presence: Teleoperators and Virtual Environments. — 1997. — № 4. — P. 355–385. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://artofweb.ru/base/content/services/augmented-reality/ar-presence.pdf»http://artofweb.ru/base/content/services/augmented-reality/ar-presence.pdf

[8] Бойченко И.В., Лежанкин А.В. Дополненная реальность: состояние, проблемы и пути решения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.tusur.ru/filearchive/reports-magazine/2010-1-2/161-165.pdf

[9] См. п. 6.

[10] Там же.

[11] Руднев В.П. Странные объекты и странные факты (К психологии бредово-галлюцинаторного комплекса) //Психология и Психотехника, № 4, 2012. С. 13.

[12] Там же. С. 15.

[13] Бион У. Р. О галлюцинациях // Идеи Биона в современной психоаналитической практике. — М., 2008. С. 105—106.

[14] Руднев В. Феноменология галлюцинаций. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «http://www.litmir.net/br/?b=93286» \n _blankhttp://www.litmir.net/br/?b=93286

[15] Руднев. В.П. Характеры и расстройства личности. [Электорнный ресурс]. — Режим доступа: «http://bo0k.net/index.php?p=chapter&bid=1589&chapter=156»http://bo0k.net/index.php?p=chapter&bid=1589&chapter=156

[16] Дикий узел. Электронный словарь. URL: «http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_mathematics/1485/ДИКИЙ»http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_mathematics/1485/%D0%94%D0%98%D0%9A%D0%98%D0%99

[17] Сосинский А.Б. Узлы. Хронология одной математической теории. — М.: Изд-во Московского центра непрерывного математического образования, 2005.

[18] См. п. 5. С. 28.

А. Шариков

ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ ПОКАЗА И ПРОСМОТРОВ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2000-2012 гг.

Несмотря на большое количество исследований, посвящённых телевидению и телевизионной аудитории, сотен изданных в мире книг и защищённых диссертаций, наверное, никто не осмелится заявить, что проблематика телевидения как социально-культурного феномена исчерпана и изучать здесь больше нечего. Ибо телевидение, как и вся медиасфера, продолжает бурно развиваться — появляются всё новые и новые телеканалы, преимущественно, узкоспециализированные, растут возможности приёма каналов населением. Так, по данным Аналитического центра «Видео Интернешнл» (АЦВИ), среднее количество телеканалов, принимаемых в городских домохозяйствах России, выросло с 7-ми в 2000 г. до 38-ми в 2012 г. (см. рис.1).

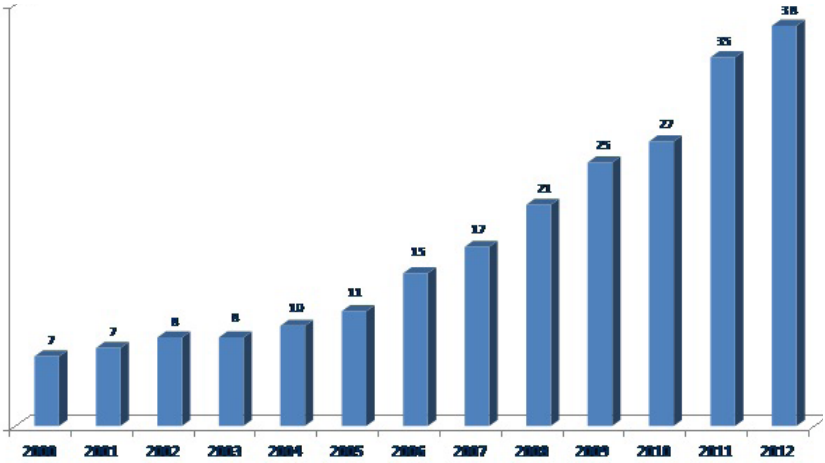

Рис.1. Среднее количество телеканалов, принимаемых в городских домохозяйствах России в 2000-2012 гг. Данные АЦВИ.

Ещё один важный аспект в изменениях системы телевидения связан с расширением числа технических «платформ», позволяющих населению принимать телевизионный сигнал. Если в начале 1990-х гг. россияне принимали телеканалы исключительно через системы распространения эфирного и, немного, кабельного телевидения, то теперь к этому набору добавились спутниковые, мобильные и интернет-системы. Появилось цифровое телевидение. В Российской Федерации действует Федеральная целевая программа «Развитие телера-

диовещания в России в 2009-2015 гг.»,* направленная на внедрение цифрового телерадиовещания в нашей стране и вытеснени аналогового эфирного вещания к середине 2015 г. Также важно подчеркнуть, что развитие телевидения происходит на фоне ещё более интенсивно развивающегося Интернета и других так называемых «новых медиа».

Вышесказанное позволяет сформулировать следующие исследовательские вопросы. Влияют ли технологические и социально-культурные изменения в системе телевидения на параметры телесмотрения? Означает ли, что увеличение числа телеканалов влечёт за собой увеличение времени телепросмотра, поскольку зритель получает более широкий спектр телепрограмм, и теперь гораздо большее число людей может удовлетворить свои потребности в телевизионных материалах? Влияет ли расширение объёма показа того или иного типа программ в совокупности принимаемых телеканалов на рост времени просмотра телезрителями данного типа контента?

Для того, чтобы получить ответы на сформулированные и некоторые другие вопросы, было проведено специальное исследование на базе аудиторных данных компании ТНС.** Прежде чем описать результаты анализа этих данных, остановимся кратко на системе измерения телевизионной аудитории в России — её истории и современном состоянии. Это позволит глубже понять границы возможной интерпретации имеющихся данных.

Система измерения телевизионной аудитории в России

Краткая история исследований телеаудитории в России. Историю измерений телевизионной аудитории в нашей стране можно разделить на два больших периода — советский (1964—1991 гг.) и постсоветский (с 1992 г. по настоящее время). Внутри второго из них выделяются два этапа — этап становления системы непрерывного измерения телеаудитории на основе опросных методов (1992-1999) и этап функционирования автоматизированных измерений телеаудитории (с 2000-го года по настоящее время). Кратко охарактеризуем их.

Как указывает Б.М.Фирсов, первые замеры телевизионной аудитории были сделаны в СССР*** в 1964 г.[1,2] однако они носили нерегулярный, спорадический характер. В литературе, посвящённой данной теме, обычно ориентируются на крупные исследовательские проекты, результаты которых были

---

* См., напр.: ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации в 2009-2015 гг.» // Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций РФ. URL: «http://minsvyaz.ru/ru/directions/?regulator=36» http://minsvyaz.ru/ru/directions/?regulator=36 (дата обращения: 15.06.2013).

** Автор выражает признательность компании ТНС за возможность пользоваться её данными.

*** См., напр.: Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. — М.: Искусство, 1971; Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. — Л., 1977, и др.

опубликованы в книгах. Среди них выделяется проект «Массовая информация в советском промышленном городе», реализованный в 1970-е г., которому посвящена книга с аналогичным названием. Его организатором был Б.А. Грушин[3]. В 1980-е г. на Центральном телевидении СССР была создана Главная редакция писем и социологических исследований, которая более или менее регулярно проводила исследования телеаудитории. Она просуществовала до момента упразднения Государственного комитета СССР по телерадиовещанию (Гостелерадио) и, соответственно, Центрального телевидения СССР в 1991 г. В 1987 г. был организован Всесоюзный центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), который тоже сыграл важную роль в развитии системы измерений телевизионной аудитории в России. ВЦИОМ (ныне эта аббревиатура расшифровывается как Всероссийский центр изучения общественного мнения) время от времени проводил всесоюзные опросы на репрезентативных выборках, целью которых было выявить, какие телеканалы и какие телепередачи смотрят жители СССР. Все исследования телевизионной аудитории в данный период проводились с помощью опросов населения, поскольку автоматизированных систем измерения аудитории в СССР не было. Перечисленными фактами, разумеется, не ограничивается круг исследований телеаудитории в советский период, но в настоящей статье не ставится задача полного обзора — речь идёт о неких реперах в истории развития измерений телевизионной аудитории в нашей стране.

Постсоветский период условно делится на два этапа. Первый этап берёт своё начало в 1992 г. и заканчивается в 1999-ом. Его основные черты: организация ежедневных замеров телеаудитории в российском масштабе и постепенное введение в практику телеканалов работы с рейтинговой информацией как с основой технологии эфирного программирования и размещения рекламы. В начале 1990-х гг., в связи с принятием «Закона о средствах массовой информации», на телевидении было разрешено использовать рекламу как источник дохода, что сразу же привело к необходимости замеров телевизионой аудитории на регулярной основе. Эту функцию первоначально стали выполнять зарубежные компании, специализирующиеся на измерениях аудитории, — французская Médiamétrie и британская Gallup Poll. Их пригласили на телерекламный рынок России крупные рекламодатели — транснациональные корпорации. С мая 1992 г. компания Gallup Poll начала замеры аудитории в ежедневном режиме с использованием дневниковой панели, организовав проект Russian Meda Monitor. С 1994 г. этот проект обрёл новый статус — была организована компания Russian Research, которая стала правопреемником информации, полученной в рамках проекта Russian Meda Monitor. Производимые ею аудиторные данные обрели статус основных, референтных в России (часто такой статус образно называют «рекламной валютой» рынка). Это продолжалось вплоть до 1998 г., пока не грянул финансовый

кризис. В этот же период параллельно с функционированием зарубежных компаний-измерителей наблюдается возникновение целого ряда проектов, организованных российскими исследовательскими центрами, среди которых особую историческую роль сыграла компания Gallup Media, запустившая в 1996 г. в Москве проект TV Index на основе непрерывного автоматизированного измерения аудитории.*

Второй этап в развитии системы измерения телеаудитории постсоветского периода, начало которого можно условно взять 2000 г., ещё не завершён. Данный этап связан с переходом на автоматизированные измерения российской телеаудитории. Этим занималась компания Gallup Media, с 2001 г. вошедшая в корпорацию TNS (Taylor Nelson Sofres), одну из крупнейших международных исследовательских компаний, специализирующихся на измерениях аудитории СМИ, которая в свою очередь в 2008 г. была поглощена транснациональной корпорацией Kantar Group. В настоящее время бывшая компания Gallup Media в России носит название ТНС (или в англоязычной версии TNS Russia). После организации панели автоматизированных измерений аудитории в 1996 г. в Москве, а с 1997 г. в Санкт-Петербурге, компания стала разворачивать измерения в других крупных городах — Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске и др. После августовского кризиса 1998 г. Gallup Media купила дневниковую панель компании Russian Research и стала монополистом, организовав смешанную систему, где автоматизированные измерения сочетались с дневниковыми. С 1999 г. производимая ею информация о телесмотрении в крупных российских городах выступает уже в роли «рекламной валюты» для финансовых расчётов в телерекламном бизнесе. Постепенно дневниковая панель была полностью заменена на пиплметрическую.

Современная российская система измерения телеаудитории

В России, как и в большинстве стран мира, используется пиплметрическая система измерения телевизионной аудитории. Правила её формирования, установленные международным исследовательским сообществом,[4] предполагают, что на основе большого установочного исследования на выборке, превышающей планируемый размер панели не менее, чем в десять раз,[4] производится отбор кандидатов для участия в панели на долговременной основе.

* В 1992—1998 гг. только в Москве около десятка организаций занимались измерениями телеаудитории. Среди них: ВЦИОМ (проект «ВЦИОМ-Медиамар»), КОМКОН, Фонд «Общественное мнение», НИСПИ, РОМИР, а также вышеупомянутые Médiamétrie, Russian Research, Gallup Mediaи др. К этой группе следует добавить исследования, которые проводили ведущие телерадиокомпании («Останкино»/ОРТ и ВГТРК). Попытку внедрить автоматизированные измерения телеаудитории в 1996 г. в Москве предприняла также компания НИСПИ.

Параллельно выявляются параметры, которые влияют на телесмотрение, но которые не предоставляет официальная статистика. После отбора кандидатов для участия в панели им предлагается заключить соглашение для установки в их домохозяйствах специального оборудования для автоматизированных измерений телесмотрения.

Термин «пиплметрическая система» основывается на понятии «пиплметр» (peoplemeter) — слово, которое можно было бы перевести как «измеритель людей». За этим термином скрывается желание обозначить переход от одного поколения автоматизированных измерений, распространённого в 1950-1970-х гг., когда измерялось лишь число включённых телевизоров, ко второму поколению, где, помимо регистрации факта включения телевизора на том или ином канале, стало возможным измерять реальное количество телезрителей.

Рис.2. Схема работы пиплметрической системы измерения телевизионной аудитории.

Рассмотрим вкратце, как работает пиплметрическая система (см. рис. 2). К каждому телевизору, имеющемуся в домохозяйстве, подключается прибор, называемый ТВ-метр, в комплекте с которым имеется пульт регистрации телесмотрения. Совокупность «ТВ-метр + пульт регистрации телесмотрения», собственно, и есть «пиплметр». ТВ-метр фиксирует, включён телевизор или нет, в какой момент времени происходит включение, на каком канале, а также факт перехода с канала на канал. Фиксируемые данные хранятся в памяти ТВ-метра, формируя первичную базу данных, где моментам времени ставятся в соответствие названия (точнее, коды) телеканалов. Кроме того, ТВ-метр ре-

гистрирует подключение к телевизору других устройств, таких, как например, DVD-плееры, видемагнитофоны, Интернет и т.п. Поэтому можно определить, что в такое-то время участники панели смотрели либо один из телеканалов, либо записи на DVD и т.д.

На пульте регистрации телесмотрения имеются кнопки, закреплённые за каждым членом домохозяйства (кнопки идентификации A, B, C, D и т.п.). Каждый участник панели берёт на себя обязательство нажимать кнопку идентификации, когда начинает и когда заканчивает смотреть телевизор, независимо от того, что делают другие члены домохозяйства. Сигнал от пульта поступает на ТВ-метр и регистрирует факт начала и факт окончания телепросмотра данным человеком. Поскольку социально-демографические данные каждого участника панели известны и заранее заведены в базу данных, то возникает объединение информации о телесмотрении человека с набором его характеристик и информации о включении телевизора на том или ином канале в одной базе данных. Кроме того, предусмотрены кнопки идентификации для гостей. Так для каждого момента времени получается информация о том, смотрел ли телевизор каждый участник системы измерения или их гости, и если да, то на каком канале.

Такой комплект оборудования (ТВ-метр + пульт регистрации телесмотрения) используется для каждого телевизора в домохозяйстве — число комплектов равно числу телевизоров. Информация о телесмотрении накапливается в течение суток в специальном файле в ТВ-метре, и ночью этот файл передаётся по телефонным линиям в центр обработки «сырых» данных компании-измерителя.

В центре обработки данных также ведётся регистрация всех эфирных материалов, называемых на профессиональном языке эфирными событиями, которые выходят на телеканалах, представляющих интерес для основных игроков рынка. Число измеряемых телеканалов менялось: если в 2000 г. регистрировались эфирные события на 14-ти каналах, то в 2012 г. таковых насчитывалось уже 21.

К базе данных, где для каждого момента времени представлено название канала, на который настроен телевизор, и социально-демографический профиль конкретного человека, смотревшего в некоторый момент времени данный канал, добавляется последовательность эфирных событий данного канала. Это позволяет определить количество людей, уже не просто смотревших канал, но смотревших конкретные эфирные события — передачи, фильмы, сериалы, всё вплоть до отдельных рекламных роликов, анонсов передач и межпрограммных заставок. Эфирные события классифицируются по типам, и их атрибуты также вводятся в базу данных. Это позволяет вести анализ по типам программ. Полученная таким образом база первичных данных преобразуется в формат, удобный для пользователей телерекламного рынка, и поставляется

клиентам вместе со специальным программным обеспечением, позволяющим производить расчёты в удобной форме.

В ряде европейских стран используют ещё несколько дополнительных функций, которые заложены в конструкцию пиплметрической системы. Это, во-первых, функция зрительской оценки — специальные кнопки позволяют выразить отношение зрителя к просматриваемому материалу. Во-вторых, это функция участия в дополнительных опросах в процессе телесмотрения. ТВ-метр часто содержит небольшой экран, где с помощью бегущей строки задаются несложные вопросы, ответы на которые предполагаются в упрощённом виде («да», «нет», «затрудняюсь ответить»). Для реализации этой функции используются т.н. кнопки «да/нет». Однако ни то, ни другое в российской системе измерения не используется. Основные параметры российской системы автоматизированных измерений приведены в таблице 1.

Таблица 1. Параметры системы измерения телевизионной аудитории в России компании ТНС по состоянию на начало 2013 г.

Тип измерения	Автоматизированные измерения
Метод измерения	Пиплметрическая панель
Репрезентируемая генеральная совокупность (поселенческие границы)	Российские города численностью населения от 100 тыс.чел. и более
Возрастные границы генеральной совокупности	От 4 лет и старше
Выборка	Свыше 10 тыс.чел.
Количество городов в панели	72
Временной шаг замера аудитории	1 минута
Количество каналов с регистрацией эфирных событий	21

Итак, используемая в России система измерения аудитории позволяет вести анализ по следующим направлениям:

— анализ сеток вещания с точностью до секунды, т.е. реальное эфирное наполнение крупнейших телеканалов — по каналам, по типам контента в динамике с 2000-го года по настоящее время;

— анализ аудиторных показателей реального телесмотрения крупнейших телеканалов с точностью до минуты — по каналам, по отдельным единицам контента, по типам контента в динамике с 2000-го года по настоящее время.

Динамика распределения телеаудитории по каналам в 2000-2012 гг.

Возьмём за начало отсчёта 2000-й год, точку, начиная с которой уже можно говорить о качественном переходе в российской системе измерения телевизионной аудитории, когда опросная парадигма уступила место парадигме автоматизированных измерений в масштабе страны. Стало возможным использовать базы данных высокого технологического качества, позволяющие вести многомерный анализ аудитории. В тот период в одном городском домохозяйстве России принимали в среднем семь телеканалов, а система измерения телеаудитории непрерывно мониторила контент 14-ти каналов, восемь из которых собирали 78,5% аудитории. Это (в алфавитном порядке): «Культура» (ныне «Россия К»), НТВ, «Первый канал», «Рен-ТВ», «Россия» (ныне «Россия 1»), СТС, «ТВ Центр» и ТНТ.

Поскольку ряд каналов, вещавших в тот период, перестал существовать либо его эфирные события перестали регистрировать, то ограничимся рассмотрением динамики аудиторных показателей данной восьмёрки, непрерывно вещавшей на протяжении анализируемого периода времени. В 2012 году в одном городском домохозяйстве России принимали в среднем уже тридцать восемь телеканалов, а система измерения телеаудитории непрерывно мониторила контент 21 из них. Восемь же вышеотмеченных каналов в сумме собирали уже 64,8% аудитории. Очевидна тенденция: увеличение числа принимаемых телеканалов ведёт к перераспределению аудитории между новыми и старыми каналами, причём средняя продолжительность обращения зрителей к последним уменьшается. Остановимся на этом тезисе чуть подробнее.

В таблице 2 приведены среднегодовые значения доли аудитории восьми ведущих телеканалов за период с 2000 г. по 2012 г. включительно. Уточним, что параметр «среднегодовая доля аудитории» имеет, по меньшей мере, два толкования. Первое опирается на общепризнанное определение доли аудитории: если в некоторый момент времени за 100% принять только тех людей, кто реально смотрел телевизор, то доля аудитории телеканала **k** равна процентному отношению количества зрителей **Ak**, находившихся в данный момент времени на канале **k**, ко всем, кто вообще смотрел телевизор на каком-либо канале в тот же самый момент, т.е. суммарному количеству телезрителей **A**.

Если нам нужна средняя величина доли аудитории за некоторый период времени, то рассчитывается, соответственно, средняя величина аудитории телеканала и средняя величина всей реальной телеаудитории за анализируемый период времени, затем первое делится на второе и умножается на 100%.

Таблица 2. Доля аудитории (в %) ведущих российских телеканалов в 2000-2012 гг.

	Первый канал	Россия 1 (Россия)	НТВ	Россия К (Культура)	Рен-ТВ	СТС	ТНТ	ТВ Центр	другие каналы
2000	26,9	17,6	17,9	0,6	3,9	5,2	3,8	2,7	21,5
2001	27,6	18,7	12,6	0,8	4,8	6,3	3,1	2,5	23,7
2002	28,8	19,5	14,1	1,5	5,4	6,6	3,6	2,2	18,3
2003	25,6	19,6	12,9	1,9	5,4	9,1	5,3	2,6	17,5
2004	25,7	20,0	11,9	2,3	5,2	9,8	6,6	2,6	16,0
2005	23,0	22,5	11,2	2,5	4,9	10,3	6,6	2,5	16,4
2006	21,2	19,5	12,9	2,5	2,6	10,2	5,9	2,6	22,5
2007	20,9	16,9	13,8	2,4	4,3	8,8	6,6	2,9	23,5
2008	20,8	17,2	13,2	2,1	4,5	8,8	7,2	2,9	23,1
2009	18,9	17,1	13,9	2,0	4,9	8,8	6,9	3,2	24,4
2010	17,9	16,2	15,0	1,8	4,2	8,2	7,0	3,2	26,7
2011	16,8	15,3	14,3	1,7	4,4	7,5	7,6	2,9	29,5
2011	13,7	13,3	14,0	1,6	5,2	6,7	7,6	2,6	35,2

Вторая интерпретация доли аудитории телеканала соотносит совокупное время обращения всех телезрителей к каналу **k** и к телевидению вообще. Строго математически обосновывается, что доля аудитории показывает, сколько времени провели в совокупности телезрители на данном канале относительно всего времени телесмотрения всех телезрителей, в процентном выражении.

Вернёмся к таблице 2. Обратим внимание на то, что динамика доли аудитории разных каналов в течение рассматриваемого периода выглядит поразному. Так, некоторые телеканалы за 12 лет потеряли часть своей аудитории. Среди них выделяется «Первый канал», у которого доля аудитории снизилась сильнее других — с 26,9% в 2000 г. до 13,7% в 2012 г., т.е. почти вдвое. Также зафиксированы потери аудитории у канала «Россия» — с 17,6% до 13,3% и у НТВ — с 17,9% до 14,0%. Впрочем, это снижение не было линейно последовательным. Каждый из этих трёх каналов имел фазы роста. Так, пик доли аудитории «Первого канала» в течение рассматриваемого периода пришёлся на 2002 г. (28,8%), у канала «Россия» — на 2005 г. (22,5%). Все остальные каналы также демонстрировали переменную динамику. Например, канал «Культура», имевший

в 2000-ом году 0,6% доли аудитории, демонстрировал рост данного показателя вплоть до 2005-го года (2,5%), после чего начался спад до значения 1,6% в 2012 г. Аналогичные тенденции наблюдались и в случае каналов «Рен-ТВ», СТС и «ТВ Центр». Более сложной оказалась динамика для телеканала ТНТ — зафиксированы колебания данного показателя с общим повышательным трендом, приведшим к максимальному значению в 2012 г. (7,6%), что позволило каналу занять четвёртое место по доле аудитории, уступив лишь «первой тройке» — НТВ, «Первому каналу» и «России 1».

Как объяснить столь непростой характер аудиторной динамики? Следует учитывать множество факторов, определяющих величину доли аудитории, среди которых в контексте настоящей статьи выделим три. Первый из них касается технического распространения телеканалов. Если в 2000-ом году только два телеканала — «Первый канал» и «Россия» — покрывали фактически всю территорию страны, что и предопределяло их лидерство по величине аудитории, то на протяжении 12-ти лет к ним постепенно «подтянулись» и остальные. Система же измерений аудитории была довольно жёстко закреплена географически. Следовательно, расширение географии вещания в пределах зоны измерения ведёт к повышению величины измеряемой аудитории при прочих равных условиях.

Второй фактор — быстрое увеличение числа принимаемых каналов в зоне измерения аудитории. Данные, приведённые в таблице 2, в сопоставлении с данными, приведёнными на рисунке 1, позволяют обнаружить, кто из «большой восьмёрки» сильнее всего потерял аудиторию за счёт расширения числа принимаемых каналов. Для этой цели был проведён корреляционный анализ — рассчитывались коэффициенты Пирсона между множествами значений доли аудитории, с одной стороны, каждого из восьми каналов, а с другой стороны, — средним количеством принимаемых телеканалов в городских домохозяйствах России. Оказалось, что наиболее сильная отрицательная корреляция наблюдается как раз у тех каналов, которые в 2000-ом году имели наибольшее техническое распространение. Так, коэффициент Пирсона между значениями доли аудитории «Первого канала» и количеством принимаемых телеканалов оказался равен –0,950, а для канала «Россия» равен –0,819. Обе величины, с точки зрения статистики, интерпретируются как сильная обратная связь — чем больше число принимаемых каналов, тем ниже доля аудитории каждого из двух лидеров. Из этого следует, что «Россия» и «Первый канал» конкурировали не столько друг с другом, как это принято считать в телевизионном сообществе, сколько аудиторию и того и другого перетягивали новые каналы. Для остальных телеканалов из рассматриваемой восьмёрки потери не столь заметны, поскольку результат перетекания аудитории на новые каналы был частично компенсирован приобретением новой аудитории за счёт расширения географии вещания — ресурс, которого не было ни у «Первого канала», ни у «России».

Третий фактор можно определить как характер контента, который мы рассмотрим лишь в одном аспекте — является тот или иной канал специализированным (в других терминах — нишевым) или нет. Нетрудно заметить, что наибольшие потери аудитории понесли каналы широкого профиля, не имеющие специализации ни по тематическому, ни по жанровому, ни по адресному основанию. Это универсальные каналы общего плана. В то же время большинство новых каналов, появляющихся в телевизионном пространстве, носят специализированный характер. Каждый из них захватывает сравнительно небольшую часть аудитории, но совокупный эффект аудиторных потерь на крупных каналах оказывается значительным, поскольку обусловлен большим и постоянно нарастающим количеством новых телеканалов.

Динамика совокупной структуры содержания каналов в 2000-2012 гг.

Как было показано выше, система измерения телевизионной аудитории в России сопровождается системой непрерывного мониторинга эфира ведущих телеканалов, в процессе которого атрибутируются те или иные эфирные события — передачи, фильмы, сериалы и т.п. В процессе регистрации эфирных событий ТНС использует двухуровневую классификацию, что позволяет выявить распределения как эфирного времени каналов, так и совокупного времени телесмотрения по типам программ. На первом уровне, где происходит довольно грубое разделение, ТНС использует восемь определённых типов эфирных событий и позицию «прочее», когда эфирное событие не подпадает ни под один из определённых типов:

— кинопоказ (обобщённо кинофильмы, телесериалы, мультфильмы, мультсериалы, телеспектакли и т.п.),

— развлекательные программы (обобщённо юмористические, игры и викторины, смешанные концерты, цирковые программы и т.п.),

— музыкальные программы,

— спортивные программы,

— новостные программы (обобщённо выпуски новостей, программы-комментарии, информационно-аналитические программы, прогнозы погоды и т.п.),

— социально-политические программы (кроме новостных),

— «гуманитарные» программы (сюда ТНС помещает довольно эклектичный набор культурно-просветительских и научно-познавательных программ вперемежку с программами бытовой ориентации — о кулинарии, садоводстве и пр.),*

— детские программы,

— прочее.

---

* Их уместнее было назвать познавательными программами, но мы сохраним оригинальное название «гуманитарные программы», подчеркивая его условность заключением в кавычки.

Таблица 3 даёт представление о структурной динамике перечисленных типов программ в совокупной сетке измеряемых телеканалов в 2000—2012 гг. Следует уточнить, что число измеряемых каналов, как было показано выше, определялось, исходя из величины их доли аудитории. В совокупности все измеряемые каналы собирали свыше 85% всей аудитории, и потому анализ их сеток выглядит вполне релевантным для понимания более общей картины. Из таблицы 3 видны следующие тенденции. В 2000—2012 гг. происходил рост среднесуточного объёма вещания в пересчёте на один измеряемый телеканал. Так, в 2000 г. (напомним, что это был год, когда страна ещё только выходила из тяжелейшего кризиса 1998 г.) эта величина составляла 15,7 часов в сутки, то в 2012 г. она равнялась 22,7 часа. Предположительно, постепенно шло освоение (либо восстановление) позднего ночного эфира, который на некоторых каналах долгое время оставался незаполненным.

Таблица 3. Распределение среднесуточного времени вещания (час.) различных типов эфирных событий в сетках измеряемых российских телеканалов в 2000—2012 гг.

	Кинопоказ	Развлекательные программы	Музыкальные программы	Спортивные программы	Новостные программы	Социально-политические программы	«Гуманитарные» программы	Детские программы	прочее	всего
2000	6,9	1,5	3,1	0,3	1,5	0,5	0,5	0,1	1,3	15,7
2001	6,7	1,5	2,6	0,3	1,6	0,5	0,4	0,1	1,1	14,8
2002	7,2	1,9	2,7	1,3	1,7	0,4	0,6	0,1	0,9	16,8
2003	7,5	2,2	2,7	1,8	1,5	0,3	0,8	0,1	0,4	17,3
2004	8,2	2,4	2,6	2,4	1,6	0,4	0,8	0,1	0,7	19,2
2005	8,8	2,6	2,1	1,9	1,5	0,5	0,8	0,1	0,7	19,0
2006	9,3	2,8	1,9	2,0	2,0	0,6	1,1	0,2	0,5	20,4
2007	9,2	3,1	1,7	2,0	3,3	0,6	1,0	0,2	0,4	21,5
2008	9,9	3,0	1,6	1,9	3,5	0,7	1,0	0,1	0,3	22,0
2009	10,9	3,2	1,4	1,8	3,4	0,9	0,8	0,0	0,2	22,6
2010	12,0	3,3	1,3	1,1	3,3	0,9	0,9	0,0	0,3	23,1
2011	11,6	3,2	1,1	0,8	3,3	0,9	0,9	0,1	0,1	22,0
2012	11,8	3,6	1,4	0,8	3,3	0,8	0,9	0,0	0,1	22,7

Следующая тенденция состоит в том, что на протяжении анализируемого периода происходил процесс большей определённости в классификации эфирных событий. Если в 2000 г. неклассифицированные эфирные события занимали в среднем 1,3 часа вещания в сутки в пересчёте на один измеряемый канал, то в 2012 г. на такого рода продукцию приходилось лишь 0,1 часа. Данный факт объясняется всё большей «технологизацией» процесса производства и эфирного размещения на телевидении, окончательным переходом на «форматный принцип» программирования эфира, что предполагает чёткие классификационные основания размещаемых материалов. Это заставляет ведущие каналы отказаться от жанрового экспериментирования. Так гораздо удобнее для рекламного бизнеса — чем выше показатели аудитории телеканала, тем выше риск ошибиться в формате эфирного события, а классификационная ошибка влечёт за собой прямые финансовые потери.

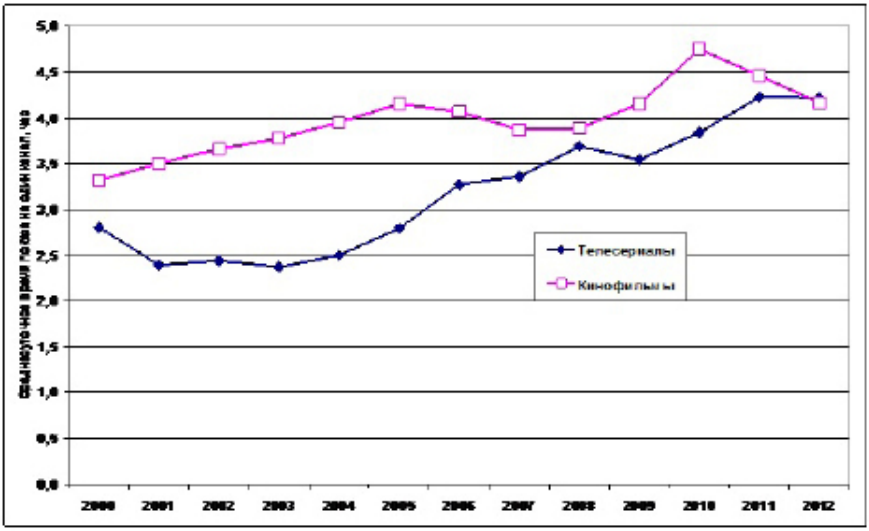

Рис.3. Среднесуточное время показа кинофильмов и телесериалов в пересчёте на один измеряемый канал в 2000—2012 гг. в России. Данные ТНС.

Ещё одна тенденция, заслуживающая самого пристального внимания, состоит во всё большем нарастании времени кинопоказа в общей структуре сеток вещания. Если в 2000 г. в среднем в сутки кинопоказ занимал 6,9 часов в пересчёте на один измеряемый телеканал, то в 2012 г. эта величина выросла до 11,8 часов. Интересны изменения в струк-

туре самого кинопоказа (см. рис.3). В 2000 г. среднее время показа кинофильмов в сутки в пересчёте на один телеканал составляло 3,3 часа, в то время как среднее время показа телесериалов равнялась 2,8 часа. В течение 2000-2011 гг. среднесуточное время показа кинофильмов превышало время показа телесериалов. К 2012 г. обе эти цифры сравнялись и составили 4,2 часа.

Тенденцию к росту объёма обнаруживают также развлекательные программы. Их среднесуточное время вещания в пересчёте на один измеряемый телеканал выросло более, чем вдвое: с 1,5 час. в 2000 г. до 3,6 час. в 2012 г.. Аналогичную тенденцию демонстрируют и новостные программы, для которых зафиксирован рост данного показателя в течение анализируемого периода с 1,5 час. до 3,3 час. Данный факт связан с появлением ряда каналов, специализирующихся на новостных программах. Среди измеряемых телеканалов это: «Euronews» на русском языке, «Вести» (ныне телеканал «Россия 24») и РБК.

Два типа программ обнаруживают прямо противоположную тенденцию — уменьшение среднесуточного времени показа в пересчёте на один измеряемый телеканал. Это музыкальные программы (снижение с 3,1 час. до 1,4 час.) и детские программы (снижение с 0,2 час. до значения 0,02 час. (округление до десятых долей даёт 0,0 час.). Справедливости ради надо сказать, что показатели детских программ оказываются такими низкими, поскольку, к сожалению, ТНС не регистрирует контент специализированных детских телеканалов, среди которых выделяются вошедший в первый цифровой мультиплекс канал «Карусель», а также ряд каналов, вещающих в сетях кабельного, спутникового и интернет-телевидения. Кроме того, к детским программам в данном случае не относят ни мультфильмы, ни специальные фильмы для детей, количество которых в эфире сравнительно велико, а относят только передачи.*

Сложнее дело обстоит со спортивными программами. Их среднесуточное время в пересчёте на один измеряемый канал в 2000 г. составляло всего 0,3 часа. Затем, когда в систему измерения в 2002 г. был включён канал 7ТВ, имевший вначале спортивную направленность, и в 2003 году телеканал «Спорт», эта величина возросла до 2,4 час. в сутки, после чего начала снижаться, достигнув в 2012 г. значения 0,8 час. Снижение объясняется исчезновением канала 7ТВ и переформатированием канала «Спорт» в канал «Россия 2» с иной концепцией вещания. Первая тройка универсальных каналов сохраняет весьма скромные объёмы спортивного вещания.

---

* Напомним, что кинофильмы и мультфильмы в классификации ТНС относятся к кинопоказу независимо от того, адресованы они детям или нет.

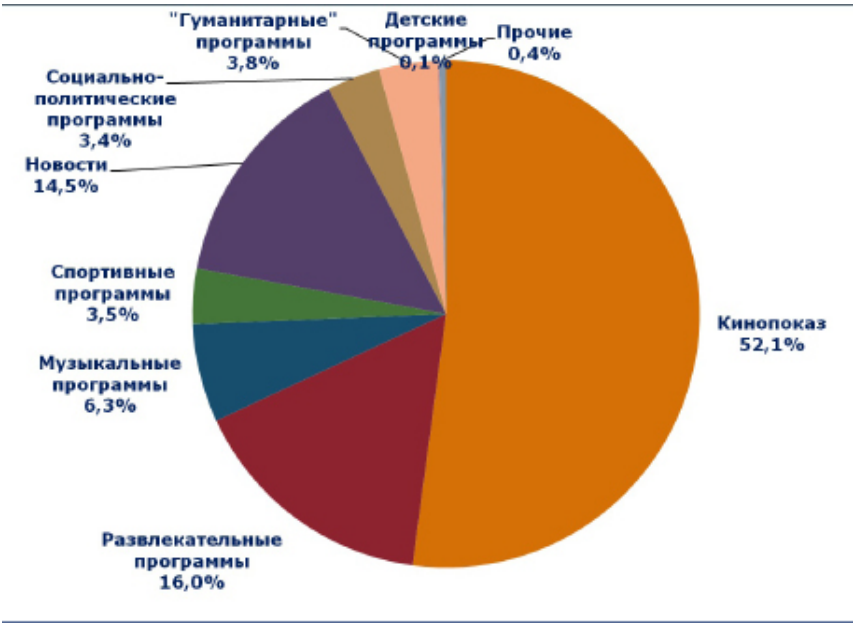

Рис.4. Среднегодовое распределение времени показа различных типов эфирных событий на множестве измеряемых каналов в 2012 г. в России. Данные ТНС.

Сходная картина наблюдается и для «гуманитарных» программ, пик среднесуточного объема которых пришёлся на 2006 г. При этом социально-политические программы обнаруживают сравнительно слабую представленность в сетках, но при этом относительную стабильность — среднее время показа этого типа программ в пересчёте на один измеряемый телеканал на протяжении анализируемого периода варьируется в пределах от 0,3 до 0,9 часа в сутки. Среднегодовое процентное распределение времени показа различных типов эфирных событий в 201 г. в России приведено на рис.4. Видно, что кинопоказ занимает более половины всего времени вещания на множестве сеток измеряемых телеканалов (52,1%). Вторым по объёму вещания типом эфирных событий были развлекательные программы (16,0%), третьим — новостные (14,5%). Все остальные типы программ, вместе взятые, составили 17,5% от всего объёма вещания.

Динамика телепросмотров по типам программ в 2000—2012 гг.

Начиная со второй половины 1990-х гг., когда российский телерекламный рынок уже привык к использованию аудиторных данных, как в рекламной, так и в редакционной деятельности, изменение содержания телеканалов и, особенно, запуск новых каналов были обусловлены желанием привлечь аудито-

рию. Планирование целевых аудиторий строилось теперь на основе анализа данных. В связи с этим интересно рассмотреть, как менялось обращение телезрителей к тем или иным типам программ, поскольку приведённый выше анализ средней доли аудитории телеканалов не даёт ответа на данный вопрос.

В таблице 4 приведено усреднённое по годам среднесуточное время просмотра телезрителями различных типов эфирных событий, полученное на множестве измеряемых каналов в России в 2000—2012 гг. Отметим наиболее заметные тенденции.

Таблица 4. Распределение среднесуточного времени просмотра (мин.) различных типов эфирных событий в сетках измеряемых российских каналов в 2000—2012 гг.

	Кинопоказ	Развлекательные программы	Музыкальные программы	Спортивные программы	Новостные программы	Социально-политические программы	«Гуманитарные» программы	Детские программы	прочее	всего
2000	80	18	6	3	21	6	4	2	5	145
2001	85	20	7	3	23	5	3	2	4	152
2002	85	23	6	2	20	4	3	1	4	148
2003	97	32	8	6	21	4	4	1	3	176
2004	102	36	11	3	20	5	5	1	1	184
2005	109	34	11	5	21	5	4	1	1	191
2006	114	35	8	5	21	8	5	1	1	198
2007	111	34	8	8	23	9	6	1	1	201
2008	108	34	7	6	22	9	6	1	1	194
2009	109	33	5	7	23	10	6	1	1	195
2010	113	35	5	5	23	11	5	0	1	198
2011	110	36	5	6	23	11	7	0	1	199
2012	100	37	4	4	22	11	7	1	1	188

Начнём с последней колонки, где приведена суммарная величина среднесуточного времени просмотров по всем типам эфирных событий. Сразу оговоримся. Эту величину не следует отождествлять со средним временем телесмотрения, поскольку в неё не входит время просмотра тех каналов, для которых не ведётся

регистрация эфирных событий, а это время в целом занимает до 15% от общего времени телесмотрения. Тем не менее, суммарная величина по всем типам эфирных событий даёт представление о тенденциях телесмотрения. Видно, что данный показатель вырос от значения 145 минут в 2000 г. до 188-ми минут в 2012 г. Причём его пик пришёлся на 2007 г., когда он превысил 200 минут. Обратим внимание на тот факт, что в 2007 г. среднее число принимаемых каналов в городских домохозяйствах России составило 17. Отсюда следует предположение, что 17 — это некоторое предельное число, и дальнейшее расширение числа принимаемых телеканалов не ведёт к увеличению времени телесмотрения.

В рамках используемой классификации каждый год наибольшее время просмотров приходилось на кинопоказ. При этом в целом видна тенденция к увеличению времени просмотра данного типа программ. Если в 2000 г. среднее время просмотра данного типа контента составляло 80 минут в сутки, то в 2012 г. эта величина возросла до 100 минут. Впрочем, данная тенденция носит нелинейный характер — пик этой величины приходится на 2006 г. (114 минут).

Если проанализировать по отдельности среднесуточное время просмотра кинофильмов и телесериалов, то можно увидеть следующие тенденции (см. рис.5). В 2000 г. в среднем за сутки просмотр и того и другого типа эфирных событий занимал 40 минут. В 2001—2003 гг. время просмотра кинофильмов нарастало, тогда как время просмотра телесериалов сначала снизилось в 2001-ом году до 36 минут, а затем стало расти. Рост времени просмотра сериалов продолжался до 2005 г., когда величина достигла 56 минут, после чего наступила фактическая стабилизация. При этом время просмотра кинофильмов стало снижаться и в 2012 г. составило 35 минут.

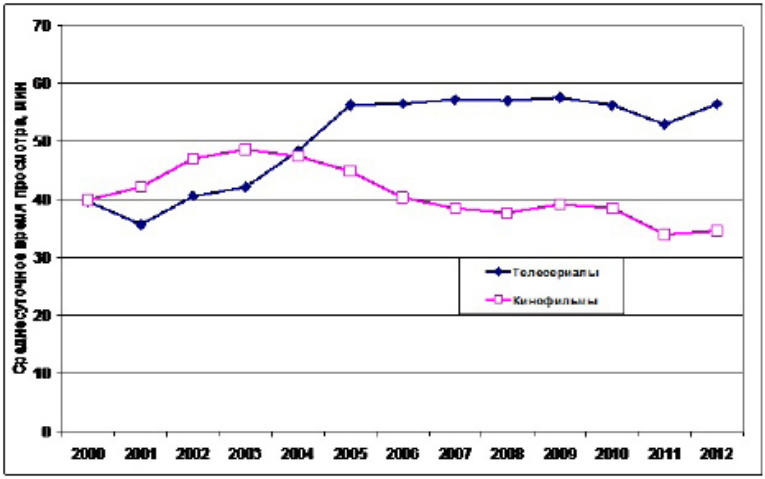

Рис.5. Изменение среднесуточного времени просмотра кинофильмов и телесериалов в 2000—2012 гг. на множестве измеряемых телеканалов.

Нелинейный характер имеют также изменения среднесуточного времени просмотра спортивных программ, которое варьировалось от 2-х минут в 2002 г. до 8-ми минут в 2007 г. Сходная тенденция наблюдается и для музыкальных программ: среднесуточное время их просмотра росло от 6-ти минут в 2000 г. до 11-ти минут в 2004 г., после чего начало снижаться, достигло значения 5 минут в 2009 г. и остановилось на нём вплоть до 2012 г.

Довольно ярко выражен рост среднесуточного времени просмотра развлекательных программ. В 2000 г. эта величина равнялась 23 минуты, а в 2012 г. — уже 37 минут.

В целом рост времени просмотра зафиксирован также для социально-политических программ. В 2000 г. на данный тип программ приходилось всего 6 минут зрительского времени. Следующие три года оно уменьшалось, достигнув минимума в 2003 г., после чего стало расти. В 2010—2012 гг. его величина составляла 11 минут. На этом фоне довольно стабильным выглядит среднее время просмотров новостных программ — в течение анализируемого периода оно колебалось в пределах 20-23 минут. И это притом, что объём их показа существенно вырос.

Среднесуточное время просмотров «гуманитарных» программ демонстрирует слабый повышательный тренд, который, впрочем, колеблется в сравнительно небольших пределах: от 3-х до 7-ми минут.

Связь динамики объёмов показа и времени просмотра по типам телепрограмм в 2000—2012 гг.

Есть ли связь между среднесуточным временем показа различных типов эфирных событий в пересчёте на один измеряемый телеканал и среднесуточным временем их просмотра? Для ответа на этот вопрос был проведён корреляционный анализ на массиве данных, представленных в таблицах 3-4. Для каждого типа контента рассчитывался коэффициент Пирсона между этими двумя величинами. Результаты представлены на рисунке 6, который демонстрирует следующие тенденции. Все рассчитанные величины коэффициента Пирсона — положительные и лежат в пределах от 0,567 до 0,925. С точки зрения математической статистики, данные факты следует трактовать как сильную или среднюю по силе прямую связь между временем показа и временем просмотра для всех анализируемых типов эфирных событий.

В то же время сила связи не одинакова для разных типов эфирных событий. Она выражена более всего для таких типов программ, как социально-политические (коэффициент Пирсона равен 0,925), развлекательные (0,845) и «гуманитарные» (0,781), слабее — для спортивных (0,567), новостных (0,593), детских (0,677) и музыкальных (0,698) программ, а также кинопоказа (0,613). Проиллюстрируем эти связи на примере социально-политических программ и кинопоказа (см. рис.7-8).

Рис.6. Корреляции между среднесуточным временем показа в пересчёте на один измеряемый телеканал и среднесуточным временем просмотра по типам контента.

На рисунке 7 представлена диаграмма рассеяния, иллюстрирующая связь между среднесуточным временем показа социально-политических программ в пересчёте на один телеканал и среднесуточным временем просмотра данного типа эфирных событий. Каждая точка соответствует одному году из рассматриваемого периода. Тренд, построенный методом регрессии, на множестве точек демонстрирует строгую зависимость: увеличение времени показа влечёт за собой рост времени просмотра. Однако эта зависимость носит непропорциональный характер: увеличение времени показа вдвое не будет означать удвоения времени просмотра — изменения последнего происходят медленнее.

Рис.7. Связь между среднесуточным временем показа в пересчёте на один измеряемый телеканал и среднесуточным временем просмотра для социально-политических программ. Одна точка соответствует одному году.

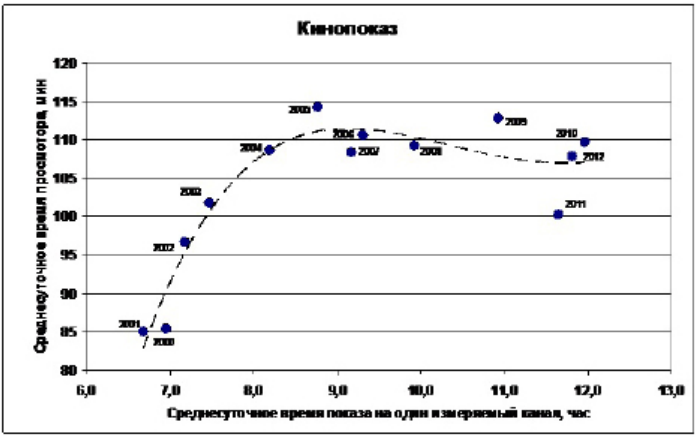

Рис.8. Связь между среднесуточным временем показа в пересчёте на один измеряемый телеканал и среднесуточным временем просмотра для кинопоказа.

Рисунок 8 показывает аналогичную связь для кинопоказа. Здесь несложно заметить, что на начальном этапе (2000—2005 гг.) наблюдалась чёткая закономерность — рост объёмов показа приводил к росту времени просмотра. Но далее наступила фаза стагнации и даже некоторого снижения, когда рост объёмов показа не влечёт за собой увеличение времени просмотра. Впрочем, данную тенденцию можно рассматривать как более общую, касающуюся телесмотрения в целом. Это отчётливо видно на рисунке 9. Так, в 2000—2006 гг. рост среднесуточного объёма вещания в пересчёте на один измеряемый канал приводил к росту среднесуточного времени телесмотрения измеряемых каналов. Далее наблюдается тенденция к стабилизации объёма телесмотрения в пределах измеряемых телеканалов.

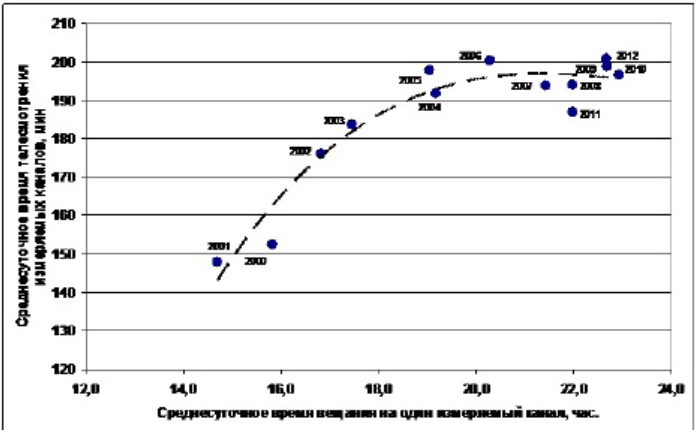

Рис.9. Связь между среднесуточным временем вещания в пересчёте на один измеряемый телеканал и среднесуточным временем телесмотрения.

***

Подведём итоги. Анализ данных системы измерения телевизионной аудитории компании ТНС, развёрнутой в российских городах численностью населения от 100 тысяч человек и более в возрасте от 4-х лет и старше, за период с 2000 г. по 2012 г. включительно позволил выявить следующие тенденции.

1. Технологические изменения, наблюдаемые в этот период, привели к резкому расширению доступа населения к телевизионным каналам. Среднее количество телеканалов, принимаемых в городских домохозяйствах России, за это время увеличилось более, чем в пять раз: с 7-ми в 2000 г. до 38-ми в 2012 г. С одной стороны, расширилась география распространения уже существовавших каналов. С другой стороны, появилось много новых, преимущественно, специализированных телеканалов.

2. Эти изменения повлекли за собой изменение параметров телесмотрения. Три ведущих телеканала («Первый канал», «Россия 1», НТВ) растеряли заметную часть своей аудитории. Самые сильные потери понёс «Первый канал» — доля его аудитории снизилась примерно вдвое — с 26,9% до 13,7%. Остальные каналы, запущенные в 1990-е гг. и выжившие в жёсткой конкурентной борьбе, демонстрировали более сложную динамику, поскольку имели ресурс развития географического распространения. Но и они, достигнув географического предела расширения, также начинали терять аудиторию за счёт появления новых каналов.

3. В течение анализируемого периода зафиксированы изменения в объёме и структуре контента в совокупности измеряемых телеканалов. Вкратце они сводятся к следующему. В 2000—2012 гг. происходил рост среднего объёма вещания ведущих телеканалов. Если в посткризисный 2000 г. он составлял 15,8 часов в сутки в пересчёте на один измеряемый канал, то в 2012 г. он достиг значения 22,7 часа в сутки.

4. Рост рекламных доходов повысил «форматные» риски ведущих телеканалов — ошибка в выборе форматов теперь влечёт за собой серьёзные финансовые потери. Это в свою очередь привело к уменьшению объёма программ, не вписывающихся в общепризнанную классификацию, с 1,3 до 0,1 часа в сутки в пересчёте на один измеряемый канал.

5. В течение анализируемого периода наиболее заметно вырос объём кинопоказа: с 6,9 до 11,8 часов в сутки в пересчёте на один измеряемый канал. Причём, если в 2000—2011 гг. в среднем в сетках вещания ведущих телеканалов преобладали кинофильмы, то в 2012 г. средний объём показа кинофильмов сравнялся с объёмом показа телесериалов. Заметная тенденция к росту среднесуточного времени показа в пересчёте на один измеряемый канал наблюдается также для развлекательных, новостных и социально-политических программ.

6. Более сложную динамику демонстрируют спортивные и «гуманитарные» программы: рост в первой половине 2000-х гг., затем спад. Музыкальные и детские программы демонстрируют более выраженную тенденцию к уменьшению объёма вещания.*

7. Расширение числа и, соответственно, совокупного объёма вещания принимаемых россиянами каналов стали причиной увеличения объёма телепросмотров, предположительно, за счёт ночных часов. Однако этот рост носил нелинейный характер и фактически закончился к 2006 г., когда среднее число принимаемых телеканалов в городских домохозяйствах России достигло 15-ти, а среднесуточный объём вещания в пересчёте на один измеряемый канал составил 20,3 часа. В 2007—2012 гг. среднесуточное время просмотра совокупности измеряемых телеканалов уже не демонстрировало чёткой и однозначной тенденции.

8. Динамика объёмов просмотра в 2000—2012 гг. оказалась различной для разных типов эфирных событий. Наиболее заметен рост среднесуточного времени просмотра кинопоказа (от 80-ти минут в 2000 г. до 100 минут в 2012 г.). Причём, среди его различных видов заметно больше времени телезрители стали проводить за просмотром сериалов (рост с 40 минут в 2000 г. до 56 минут в сутки в 2012 г.), в то время как время просмотров кинофильмов немного уменьшилось (с 40 минут в сутки в 2000-ом году до 35 минут в сутки в 2012 г.). Параллельно происходил рост времени просмотра развлекательных, социально-политических и «гуманитарных» программ.

9. Среднее время просмотров спортивных программ демонстрировало переменную динамику: тенденцию к росту до 2007 г., после чего понижательный тренд. Среднее время просмотров новостных программ оставалось примерно одинаковым, несмотря на существенное расширение новостного вещания в течение анализируемого периода. Для музыкальных и детских программ наблюдалось снижение среднего времени просмотра, что связано, прежде всего, с уменьшением их присутствия в сетках вещания измеряемых телеканалов.

10. В структуре просмотров на протяжении всего анализируемого периода доминировал кинопоказ, занимавший свыше 50% общего времени телесмотрения. Второе место по среднесуточному времени просмотра в 2000—2002 гг. занимали новостные программы, а с 2003 г. — развлекательные.

11. Корреляционный анализ между, с одной стороны, среднесуточным объёмом показа различных типов эфирных событий в пересчёте на один измеряемый канал и, с другой стороны, среднесуточным временем просмотра этих же типов эфирных событий позволил обнаружить прямой характер связи меж-

---

* Не стоит упускать из виду, что расширение абонентов платного телевидения (кабельного, спутникового и интернет-ТВ) означает также расширение доступа к многочисленным тематическим спортивным, музыкальным и познавательным каналам, которые не входят в число каналов с регистрацией каждого эфирного события, но в сумме собирают весьма заметную аудиторию.

ду двумя данными переменными. Таким образом, ответ на вопрос, поставленный в начале статьи, о том, что расширение объёма показа того или иного типа программ в совокупности принимаемых телеканалов, предположительно, влияет на рост времени просмотра телезрителями данного типа контента, звучит так: в 2000—2012 гг. расширение объёма вещания различных типов эфирных событий приводил к увеличению времени их просмотра вплоть до 2005—2006-х гг., после чего для некоторых из них рост прекратился.

12. Выявились различия в силе связи для разных типов программ. Наиболее сильная связь обнаруживается для социально-политических, развлекательных и «гуманитарных» программ. Отсюда следует, что увеличение объёма показа этих трёх типов программ ещё может стать ресурсом для привлечения аудитории. Для остальных же типов программ, из числа рассмотренных выше, простое расширение объёма вещания уже не будет автоматически приводить к увеличению объёма просмотра — там достигнуто насыщение.

В заключение необходимо сделать несколько оговорок. Представленные результаты и базирующиеся на них выводы, строго говоря, содержат погрешность, поскольку регистрировались эфирные события не на всех принимаемых телеканалах. Следует также учесть, что параметры выборки респондентов изменялись от года к году. Это также вносит некоторую неточность, обусловленную тем, что данные разных лет, строго говоря, не сопоставимы между собой. Мы также не принимали во внимание качественные изменения медиасферы, связанные с расширением доступа к интернету, развития мобильной связи, развития других видов медиа. Тем не менее, проведённый анализ позволяет увидеть несколько любопытных тенденций функционирования телевидения как социокультурного феномена.

[1] Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. — М.: Искусство, 1971.

[2] Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. — Л., 1977.

[3] Массовая информация в советском промышленном городе. — М., 1980.

[4] На пути к общемировому стандарту измерения телевизионной аудитории. Общ.ред. О.Я. Ермолаева. — М., 2005.

Е. Петренко

КАК ВИДИТСЯ НЕДАВНЕЕ ПРОШЛОЕ ИЗ НАСТОЯЩЕГО

Российские события конца XX века, круто изменившие траекторию развития страны, вызывают постоянный интерес в обществе. На центральных каналах ТВ появляется большое количество фильмов, посвященные той или иной событийной версии этого периода. А в отечественной развлекательной литературе большую популярность получил жанр «альтернативной истории», причем не просто истории, а истории именного этого периода жизни страны.

Этот интерес обусловлен, помимо всего прочего, потребностью россиян осмыслить нынешний международный статус России. А потребность в осознании настоящего времени побуждает вырабатывать определенное отношение к предыдущим эпохам, попытки их оценки и переоценки. Иными словами, в обществе постоянно идет активная ментальная работа, трансформируется исторический миф недавнего прошлого. При этом важную роль имеет преемственность нынешней Россией по отношению к достижениям и идеалам России советской, что невозможно без оценки, переосмысления событий двух последних десятилетий века двадцатого.

Заметим, что оценки эти эта весьма неоднозначны. Достаточно упомянуть активные обсуждения в блогосфере событий августа 1991 г. и октября 1993 г., приуроченные их к годовщинам.

Свидетельством актуальности проблем исторической памяти являются и результаты одного из опросов ФОМ (1500 респондентов, 6-7 октября 2012 г.), среди вопросов которого был следующий: *«Министерство культуры планирует выделить средства для поддержки отечественного кинематографа. Какие фильмы, по вашему мнению, оно должно поддерживать в первую очередь?»*. Половина респондентов ответила, что такими должны быть «фильмы об истории России». При этом фильмы о мировой истории назвали всего 16%.

Летом 2010 г. Фонд «Общественное мнение» по заказу «Фонда современной истории» провел социологическое исследование на тему «История РФ: конец XX века в коллективной памяти россиян». Одной из составляющих исследования являлся массовый опрос населения. Участникам опроса, в частности, предлагалось назвать два-три главных события в жизни России, произошедших с 1985 по 1999 гг. Кроме того респондентам была предложена карточка, на которой перечислялись 30 политических, экономических и культурных событий, произошедших за последние 15 лет XX века (с 1985 по 1999 г.) и значимых с точки зрения профессиональных историков (по сути дела, нынешних летописцев). Опрашиваемые могли оценить любые из перечисленных событий как важные для истории страны. Опрос был проведен в

44 субъектах РФ, 100 населенных пунктах. Общая выборка составила 2000 респондентов. В опросе участвовали респонденты 18 лет и старше. В конце октября 2012 г. ФОМ вновь обратился к своим респондентам с просьбой ответить на те же самые вопросы.

Результаты опросов оказались достаточно схожи. В частности, отвечая на открытый вопрос о главных событиях 1985—1999 гг., россияне как и два года тому назад упомянули следующее:

Перестройка — 23 % от всех опрошенных в 2010 г. и 25% в 2012 г.;

Распад СССР — 26 и 22%, соответственно;

Дефолт 1998 г. — 15 и 10%;

Попытка государственного переворота в августе 1991 г. (путч ГКЧП) — 15 и 15%;

Война в Чечне — 13 и 11%.

Похожая картина прослеживается и в ответах на другие вопросы. Однако за два года в оценках событий недавней истории произошли и некоторые смещения. В опросе 2012 г. незначительно, но снизилось количество респондентов, затруднившихся определить, какие из событий оказали существенное влияние на жизнь страны и людей, а какие — нет. Если ранее таких было 13%, то сейчас стало 10%. И хотя снижение не очень заметное, но если эта тенденция сохранится и в следующем году, то тогда можно будет уже с уверенностью утверждать, что обыденные интерпретации новейшей российской истории продолжают трансформироваться. Важно понять направление и интенсивность этих трансформаций.

Последнее наше исследование показало, что увеличилось количество значимых событий, упоминаемых респондентами. Это обстоятельство опять-таки свидетельствует об активности процессов реформирования обыденного нарратива новейшей отечественной истории.

Практически для всех событий, перечисленных в анкете, увеличилась доля респондентов, считающих то или иное событие значимым для жизни страны. Так например, если событие оказавшееся на первом месте в 2010 г. считали важным 37% от опрошенных, то в 2012 г. уже 51%. Судя по всему, в последнем опросе проявилась большая определенность россиян в оценках и во взгляде на события недавнего прошлого.

Вот первые семь событий, полагаемые россиянами важнейшими в опросах 2010 и 2012 гг.:

2010	2012
Вывод советских войск из Афганистана — 37%	Дефолт 1998 г. — 51%
Переход к политике перестройки 1987 г. — 28%	Чернобыльская Авария 1986 г. — 50%
Дефолт 1998 г. — 30%	Вывод войск из Афганистана 1989 г. — 43%
Начало второй чеченской войны 1999 г.– 29%	Начало второй чеченской войны 1999 г.– 37%
Выборы первого президента России 1991 г.– 29%	Начало первой чеченской войны 1994 г. — 37%
Чернобыльская Авария 1986 г. — 28%	Выборы первого президента России 1991 г.– 28%
Начало первой чеченской войны 1994 г. — 27%	Переход к политике перестройки 1987 г. — 28%

Характерно то, что в целом список первых семи событий, наиболее часто упоминаемых опрошенными в числе важнейших, за два года не изменился. Это свидетельствует об устойчивости ментальной составляющей событийной структуры исторической памяти. Изменение же частоты упоминаний для различных событий из первой «семерки» и, как следствие, изменение их ранга связано, по всей видимости, с некоторой переоценкой значимости конкретных событий по сравнению с опросом 2010 года. На основе данных, полученных в опросе 2012 года, нами были проанализированы особенности исторической памяти различных групп россиян с разными стилями жизни.

Базой для описания стилей жизни россиян послужила структура пространства *инновационных повседневных практик, которые сформировались сегодня* в российском социуме. В качестве таковых, мы рассматривали включенность в зарубежные контакты, пользование разного рода инновационными услугами, товарами, которые появились сравнительно недавно (фитнес, косметические салоны, ценные бумаги, акции, разного рода дивайсы и т.п.), либо еще недавно бывшие недоступными для среднего россиянина — услуги, предоставляемыми банками частным лицам (потребительские кредиты, мобильный банк, деловые вояжи за рубеж и т.п.).

Такой подход является развитием методологии, заложенной еще отцами — основателями, возродившими в 1960-е годы прошлого века отечественную эмпирическую социологию. Во второй половине 1970-х Б. А. Грушин публикует в одном из первых выпусков СОЦИСа, как он сам говорил, «эталонную программу эмпирического исследования» образа жизни. При этом Б.А. и не предполагал проводить исследование по этой программе. Это был «выставочный образец».

Тем не менее, следы многих сюжетов этой программы обнаруживаются в его «таганрогском проекте». В эти же годы в ИКСИ АН СССР И.В. Бестужев-Лада разрабатывает проблематику образа жизни. Он вводит понятия — «жизненный уклад», «качество жизни», «стиль жизни», которые эмпирически операционализировались через повседневные поведенческие практики респондентов. Затем Л.А. Гордон и Э. В. Клопов продолжают эту линию эмпирических исследований, используя многомерный анализ результатов массовых опросов о поведенческих практиках респондентов на «работе» и «после работы». Спустя три десятка лет (2005 г.) ФОМ продолжил эту линию Гордона-Клопова, эмпирически идентифицируя авангардную группу «Люди 21» по включенности в современные потребительские практики. В прошлом году мы в рамках вторичного анализа результатов еженедельных общенациональных опросов ФОМ обнаружили, что сегодня в российском социуме эмпирически идентифицируются 5 стилей жизни респондентов с различными доминантами поведенческих практик: массовая деловая элита, обитатели виртуального пространства, заемщики и аутсайдеры.

Рассмотрим детальнее, что представляют собой респонденты из групп с разными стилями жизни.

Массовая деловая элита

Первая группа, отличающаяся *продвинутым, современным* стилем жизни — это представители массовых элитных групп, современного т.н. «креативного класса». Мы стали их именовать — **«Деловые люди»**, т.к. отличительной особенностью их образа жизни являются «деловые поездки за рубеж». *Деловые люди*, которые составляют 8%—10% от опрошенных, молоды, высоко образованны, хорошо обеспечены; смартфон, мобильный интернет, кредитка — непременные их атрибуты. Возраст 74 % из них не превышает 45 лет, т.е. родились они в конце 1960-х начале 1970-х годов. Более 40% — имеют высокий уровень дохода. Большинство — специалисты (36%) или руководители (20%) с высшим (59%) и средним специальным (31%) образованием. Преобладающая сфера занятости — сфера услуг (19%) или образование и наука (12%). Преимущественно проживают в столицах и крупных региональных центрах — 46%, в больших городах — 35%. Судя по всему, представители именно этой демографической группы сумели наилучшим образом воспользоваться преимуществами 1990-х годов прошлого века.

Место жительства и уровень дохода позволяют *деловым людям* иметь продвинутый современный стиль жизни. Трудно найти современную потребительскую практику, еще не освоенную ими. Главное отличие их стиля жизни, как мы уже упоминали, — вояжи за границу (100%). Соответственно, большая часть из них (78%) владеет хотя бы одним иностранным языком.

Протестные настроения в этой группе выражены слабо. Лишь 10% испытывают готовность участвовать в акциях протеста.

Люди Интернета

Вторая группа — уже более массовая, по сути дела (если пользоваться расхожими штампами) наш «средний класс», а лучше — слой. Мы их назвали **«Людьми Интернета»**. Это примерно 44% от всех опрошенных. И хотя сегодня *людям Интернета* заграничные вояжи пока не свойственны (и\или не интересны, и\или недоступны из-за ограниченности в тех или иных ресурсах — временных, финансовых), им присущ, тем не менее, вполне современный стиль жизни. Их главная особенность: существенная (а по сути определяющая) роль Интернета в стиле их жизни. *Людей Интернета* можно разделить на три категории: ежедневная, наиболее опытная (можно сказать — *«старожилы Интернета»*) аудитория «со стажем» пять и более лет (12%), вторая категория, так же *ежедневно* имеющая дело с Интернетом, но их Интернет-стаж насчитывает менее пяти лет (19%) и, наконец, часть аудитории пользующиеся Интернетом *не каждый день, время от времени* (13%).

Люди Интернета также не обременены годами. 78% из них моложе 45 лет, а приблизительно половина (45%) не достигла и 30-ти. Учитывая, что овладения компьютером и смартфоном не требует сегодня глубоких познаний, образование *людей Интернета* весьма разнородное — высшее (28%), среднее специальное (44%), средне общее (20%). Сегодня интернет доступен на значительной части нашей страны, поэтому география проживания респондентов данной группы широка. Большинство из них проживают в средних и больших городах (41%), немногим менее в поселках городского типа и селах (40%), остальные в городах-миллионниках и столичных центрах. Уровень дохода у 40% средний, 17% — высокий и у 24% низкий. Главное, что любой из этих уровней дохода позволяет обеспечить им доступ в Интернет.

Компьютерные коммуникации, компьютерные игры, чаты, блогерство на работе и дома, и блогерство — как работа и дом. Здесь *люди Интернета* работают и проводят досуг, знакомятся, развлекаются, оттачивая свой стиль жизни. Здесь они фактически обитают. Естественно, что практически две трети из них владеют иностранным языком (70%) — Интернет-общение не ограничивается рамками России.

Среди ежедневных пользователей Интернета со стажем 5 лет и более преобладают люди с высшим образованием (38%). В данной категории по сравнению с двумя другими больше возрастных людей из интервала 31-45 лет (29%), больше количество проживающих в Москве и городах милионниках (29%), больше обеспеченных людей 33%. Подобные возрастные и образовательные рамки объясняется тем, что пять лет назад (и ранее) Интернет был преимущественно распространен в крупных городах, в первую очередь в Москве, Санкт-Петербурге, региональных центрах. Кроме того, работа в Сети требовала, если не специального образования, то особого склада ума — это

точно. Интернет тогда еще не превратился в средоточие развлечений и использовался скорее в рабочих целях.

В категории ежедневных пользователей со стажем менее 5 лет значительная часть людей моложе 30 лет (56%). Среди них преобладают респонденты со средним специальным образованием (47%) и со средним доходом (40%), живущие в средних городах (25%). По сути, это молодежь — студенты и школьники, получившая доступ в Интернет сравнительно недавно, благодаря развитию в России мобильного и проводного Интернета.

Прочие пользователи Интернета, работающие в Сети не каждый день — в большинстве своем, пожилые (свыше 45 лет) люди (27%), преимущественно со средним специальным (46%) и средним общим (32%) образованием. Проживают во всех типахах городов, но все-таки большинство (28%) живет в селах, а меньшая часть (4%) в Москве. В данной категории большинство составляют респонденты среднего и низкого достатка.

Заемщики

Стиль жизни следующей группы — **Заемщики** — можно описать как переходный от традиционного к современному образу жизни. Ресурсы для такого транзита *заемщики* находят с использованием кредитных практик. Таковых 12% от всех респондентов. Обратим внимание, что *заемщики* Интернетом не пользуются, а заграницу видели только по телевизору.

Среди *заемщиков* преобладают люди среднего возраста (79% от 31 до 60 лет), в большинстве женщины — 59%. Основную часть этой группы составляют рабочие (43%) и пенсионеры (24%) с низким (49%) и средним (39%) уровнем дохода. Большинство *заемщиков* живут в равных пропорциях в поселках городского типа, средних и крупных городах. В городах с населением свыше миллиона их процент невелик (5%). Образование у подавляющего большинства из них среднее или среднее специальное. *Заемщики* — люди в целом активные, что хорошо заметно по их стилю жизни. Более половины (55%) покупают товары в кредит, примерно столько же (45%) пользуются банковскими кредитами. Таким образом, транзит от традиционного (как у аутсайдеров) к современному стилю потребления для активных жителей небольших и средних городов лежит, собственно, через рост самого потребления. Доминирующие статьи расходов — еда (47%), здоровье (42%), одежда (32%), обустройство жилья (25%)

Заемщики наиболее остро реагируют на экономические изменения, происходящие в стране. Как следствие, среди них наиболее сильны протестные настроения. Так готовность участвовать в акциях протеста испытывают 21%, причем в качестве причин указываются экономические (высокие цены, низкие зарплаты) — 27%, социальные (безработица) — 26% и жилищные проблемы (цены на жилье, тарифы ЖКХ) — 29%.

Аутсайдеры

Наименее обеспеченная, и, вероятно, в силу этого обстоятельства, и наиболее консервативная группа — **Аутсайдеры** (35% от всех опрошенных). Это по преимуществу представители старших возрастных и/или низкодоходных групп, придерживающиеся традиционного стиля жизни. 48% из них уже перешагнули за 60-летний рубеж, а 31% подошли к нему достаточно близко — им от 46 до 60 лет. Соответственно, большинство из них (60%) неработающие пенсионеры. Место жительства — села и поселки городского типа (40%). Остальные равномерно проживают в средних, больших и городах-миллионниках. Образование у 61% из них среднее и среднее специальное, 21% ниже среднего, а доход у 60% — низкий.

Современные потребительские практики, за исключением мобильного телефона, *аутсайдерам* либо недоступны, либо непривычны, либо малопонятны.

Протестная активность в данной группе незначительна — лишь 13% от опрошенных готовы участвовать в акциях протеста.

Историческая память россиян с разными стилями жизни

Наиболее четко и полно оценивают события недавнего прошлого *деловые люди*. Количество событий, отмеченных ими как ключевые, оказавшие влияние на жизнь страны значительно выше, чем для остальных групп. Они чаще, чем другие группы, отмечают важность таких событий, как «выборы первого президента России» — 38% (28% в целом по опросу); «переход к политике перестройки» — 37% (28% в целом по опросу).

Еще более заметна эта разница на оценках событий «второго плана», не столь популярных у респондентов в среднем. Особо выделяют *деловые люди* события экономического характера. Так «создание кооперативов» и «обмен 500- и 100-рублевых купюр» сочли важным событием 30% (18% в целом по опросу), «начало массовой приватизации, ваучеры» — 38% (26% в целом по опросу).

Среди политических событий *деловые люди* выделяют объявление о независимости республиками Прибалтики — 31% (18% в целом по опросу). Вообще тема распада СССР, если судить по ответам на открытый вопрос, заставляет наиболее сильно реагировать именно *деловых людей* — 35% из них упомянули это событие как важное. В целом же среди всех опрошенных таковым его назвали лишь 22%.

Среди *деловых людей* наибольшее количество респондентов, считающих, что перестройка принесла России больше хорошего — 31% (20% в целом по опросу) и относящихся к ней положительно — 30% (17% в целом).

Отметим, что и в целом среди всех опрошенных существенно больше респондентов (20%) чем летом 2010 г (14%) отмечают положительные итоги перестройки. Правда, осенью 2012 г оказалось существенно больше чем в 2010 г и тех, кто уверен, что перестройка у нас еще *не закончилась* (51% против 43%). Заметно чаще других о продолжении перестройки в наши дни говорят *заемщики* (58%) и *эпизодическая аудитория Интернета* (56%).

Заемщики наиболее часто упоминают более приземленные вещи, напрямую повлиявшие на жизнь людей. «Кампанию по борьбе с пьянством», событие, наиболее ранне из всех упоминаемых в анкете, признали важным 27% заемщиков (20% в целом по опросу). Для сравнения, это же событие сочло важным лишь 15% *деловых людей* и 17% *людей Интернета*.

События же политической жизни представляются *заемщикам*, как нечто абстрактное, не влияющее непосредственно на их судьбу, а посему не заслуживающее упоминания. Принятие новой Конституции России в декабре 1993 г. сочло важным 20% *заемщиков* (26% в целом по опросу). Подобная картина обнаруживается и с победой Ельцина на выборах 1996 года — 7% (13% в целом по опросу), а так же с августовским путчем 1991 года — 21% (26% в целом по опросу). События происходящие «где-то далеко, в Столице» оставили *заемщиков* равнодушными. Хотя отношение к перестройке как таковой у них резко отрицательное (50%). Так же 58% респондентов из этой группы считает, что перестройка принесла стране больше плохого.

И еще одно наблюдение. И в 2010 и в 2012 гг баланс положительных и отрицательных оценок перестройки остается неизменным: 17% респондентов и тогда и сейчас к ней относятся положительно, а 27% и тогда и сейчас — отрицательно. При этом баланс таких оценок в группах с разными стилями жизни различен. *Деловые люди* чаще других относятся к перестройке положительно 30% против 33% отрицательных оценок. У *старожилов Интернета* — баланс оценок еще более негативный: 22% — положительно и 42% — отрицательно. Среди остальных *людей Интернета* — оценки перестройки почти нейтральные (34% положительных против 36% отрицательных). А вот каждый второй *заемщик* (50% против 19%) и каждый второй *аутсайдер* (49% против 18%) оценивает перестройку отрицательно. Очевидно, что кто сильнее проиграл, тот и наиболее критичен.

Таковы некоторые результаты опросов ФОМ.

Е. Дуков

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СЕТИ

Человек — существо фантастически странное. Особенно сегодняшний. Денег у него всегда мало, еда не такая, как хочется, одеться, как он считает, не во что. Человек до изнеможения ходит в бассейны, на фитнесы, голодает, а посмотрит в зеркало и расстроится — не получается облик таким, какой хочется, лучше вместо себя выставить модный гаджет — аватар. Пока это можно только в закрытом помещении, но не далек тот час, когда по улицам будут расхаживать клоны наших аватаров и жить своей жизнью. Правда, это будущее еще впереди. Но насколько впереди — не известно. Часть процессов уже идет помимо нас, не по нашей воле и желанию, и единственная наша задача — не пропустить наступление этого светлого будущего. Для этого нам в руки современная наука дала «верное» средство — мониторинг. Конечно, оно верное только в кавычках, но ничего другого наука пока не придумала. Посмотрим, что уже произошло и происходит с человеком.

Эпоха, в которой мы имеем счастье жить, почти все называют компьютерной. Она пришла на смену телевизионной. Хотя и не пришла, в общем. Они как бы более или менее мирно сожительствуют. Если провести мониторинг эпох, то станет ясно, что они построены совершенно по-разному. Часть прежних эпох — человеческие. Таковы эпоха Возрождения, Просвещения, Рококо, Романтизма и т.п.. А что означают современные определения — «пост-постмодерн», «пост-реализм», «пост-фольклор», с помощью которых культурологи, философы, искусствоведы пытаются описать окружающий мир и в который они нас усиленно пытаются поместить? Если же рассматривать другую историческую типологию нашей жизни, то тогда возникнет ряд более фундаментальных и древних эпох — бронзы, железа и т.д. И в конце XX века мы оказались в компьютерной эпохе. Вроде бы это — железо и компьютер — принципиально разные вещи. Но что такое компьютер? Это тоже железо, но с «примочками». Примерно так вам ответят большинство компьютерщиков. Правда, железо говорящее, как в сказках. Впрочем, как в сказках, оно по собственной воле не говорит. Но готово удовлетворять наши информационные потребности.

Компьютер не отвечал и не отвечает на извечные вопросы человечества, хотя, понятно, он имел и имеет, что сказать — все-таки он был придуман и сделан выдающимися людьми старой, докомпьютерной эпохи. Впрочем, современная PC сама предлагает «хозяину» готовые разные варианты постановки вопросов. Откройте любой поисковик, он выложит вам целую палитру вариантов, в том числе тех, о которых Вы совсем не задумывались и не догадывались, что такой путь и такое слово существуют. Правда, «извечных» вопросов среди готовых нет. Их надо или самому формулировать, или выстраивать тропинку,

по которой можно добраться до интересующей темы. Многие ли проходят весь путь от начала до конца? И многие ли ставят перед собой содержательные цели? Впрочем, это риторические вопросы. Каждый, как в гардеробе, ищет в Сети что-то свое, в данную минуту подходящее. Но главное — ищет!

Вся эта Сеть существует для человека и вызывается к «жизни» непосредственно им. Внешне она напоминает предшественник компьютера — телевидение, которое может работать бесконечно, пользуется им кто-то или нет. У телевидения своя программа, свой централизованный узел управления, непосредственно не связанный с потребностями конкретного человека. Телевизор же для человека, по существу, — калька простого восприятия. В книге «Материя и память» А.Бергсон по поводу этой особенности очень точно сказал: «Восприятие — это только отбор. Оно ничего не создает»[1]. К тому же, этот отбор лишь в единичных случаях сделан кем-то из известных человеку людей. В норме, телеотбор не только антикреативен, но и анонимен. Собственно, всех этих качеств мы от телевидения давно перестали ждать. За телевизионным восприятием скрываются более или менее ощутимые маркетинговые ходы и, относительно редко, — политические. И только!

Компьютер же, как и система компьютеров, объединенная в сеть, предполагает не простой отбор, а опору на новые формы индивидуального познания, которые сложилось к рубежу XX и XXI веков. Как бы мы не ругали гаджеты и «примочки», по большому счету, они работают на эмерджентность, на непредсказуемость нового, а, следовательно, создают новое поле для развития человека, хочет он этого или нет. Компьютер может работать только в паре с человеком, зафиксирован он перед монитором или нет. И трудно сказать однозначно, кто тут главный — человек за собой ведет компьютер или компьютер человека собственно. Да и проблема первенства здесь относительна и вряд ли главная. Когда человек впервые оседлал животное, маршрут выбирал он сам, как и скорость передвижения. Да, конечно, были ситуации, когда к животному надо было прислушиваться, как к сказочному Коньку-горбуньку. Но все же, это были исключения из правил, своего рода, аномалии. Совершенно иное происходит сегодня в диалоге компьютер-человек. Они быстро как бы «вросли» друг в друга. Компьютер, кажется, призван быть для человека одним из главных факторов индивидуального познания окружающего мира и самого себя. Он может быть своеобразным волшебным кристаллом, который подгоняется в процессе жизнедеятельности под уникальные параметры индивида и меняется вместе с ним.

Хотелось бы, чтобы так и было. Ну, а в действительности? Имеем ли мы дело с индивидом (Individuus — неделимый (лат.)), играющим с компьютером-кристаллом, или с кем-то другим?

С рубежа 1950-1960 гг., когда Э. Эриксон в исследовании «Детство и общество» (1950) и, позже, в сборнике статей «Идентичность и жизненный цикл»

(1959) сформулировал теорию психосоциального подхода, термин «идентичность» оказался в центре острых дискуссий в разных гуманитарных науках. Психология, социология, политология, этнология и другие науки примеряли на себя, но с учетом, естественно, своего предмета. Сам Э. Эриксон рассматривал идентичность как многоуровневый феномен, разделенный несколькими возрастными кризисами, который он называл «психосоциальными». Развивая теорию своего учителя З. Фрейда, он, не без влияния культурантропологии, отстаивал ту простую точку зрения, что на протяжении жизни человек может изменяться. Эту особенность психики он связал с «кризисом идентификации».

Примерно в то же время французский философ М. Мерло-Понти попытался нарисовать картину, как возникает идентичность. Он констатировал: «Я не перед своим телом, Я не в своем теле, скорее Я и есть мое тело»[2]. Но что есть тело? Одни ученые считают, что тело есть то, что противостоит духу, духовности. Но в области современных естественных наук господствует представление о теле как неделимой целостности. Конечно, его можно разъять на части и рассматривать их функционирование по отдельности. Но тогда тело становится подобным компьютеру. А процесс познания всегда целостен и начинается, по большому счету, с любопытства, охватывающего всего человека целиком, как говориться, «до кончиков ногтей». Не так давно российский философ И.А.Бескова утверждала: «Интеллект требует тела и возникает во взаимной игре мозга, тела и окружающей среды»[3].

Но так ли это сегодня? Достаточно ли этих трех слагаемых, для понимания человека? И, если мозг и тело можно считать константными сущностями, то с окружающей средой при ближайшем рассмотрении сегодня все оказывается не так просто. Проблема в границе. Где сегодня она проходит? Насколько граница и окружающая среда устойчивы? От того, включены домашние экраны (телевизор или монитор) или выключены, доступна Сеть или нет, зависит «качество» и границы окружающий человека среды. Ведь британский социолог Д. Урри неслучайно подчеркивал: «К концу XX века Интернет стал метафорой социальной жизни как текучей среды. … Появляются все новые и новые компъютерные сети и связи. В этом текучем пространстве невозможны раз и навсегда определенные идентичности, поскольку текучий мир — это мир смесей»[4].

Вот эти новые «игры» заставляют, в частности, по-новому рассмотреть процесс функционирования искусства, поставив в центр «нового» человека, новые способы его контактов с окружающим информационным полем. В отношении этого человека придется отказываться от идеи «потребителя» отдельных видов искусства — зрителя, слушателя, читателя. Конечно, эти категории людей еще остаются. Но с каждым часом их становится все меньше. Им на смену приходят не индивидуумы, а «дивидуумы» (делимые, лат.), как определяют их постмодернисты, — люди со многими ликами.

Идея множественности человеческих ликов имеет богатую научную традицию. В Новое время одним из первых об иллюзии единого, непрерывно су-

ществующего и тождественного себе Я заговорил Д. Юм. Его позиция в этом отношении была прямо противоположной известной трактовке личности как своеобразной константы, предложенной ранее Декартом. По сути дела, Декарт продолжал римскую традицию слова «persona», который использовался в самых разных областях — и как юридический термин, и как философский, и как театроведческий и т.д.. Д. Юм не был удовлетворен таким простым объяснением. Это неудовлетворенность он выразил в знаменитом вопросе из «Трактата о человеческой природе»: «“Где я и что я? Каким причинам я обязан своим существованием и к какому состоянию возвращусь? Чьей милости должен я добиваться и чьего гнева страшиться? Какие существа окружают меня и на кого я оказываю хоть какое-нибудь влияние или кто хоть как-нибудь влияет на меня? Все эти вопросы приводят меня в полное замешательство, и мне чудится, что я нахожусь в самом отчаянном положении, окружен глубоким мраком и совершенно лишен употребления всех своих членов и способностей”[5]. Европейская культура в XX веке прошла этап «массовости» и полвека назад вернулась к тому же, по существу, вопросу. «Мы больше не имеем дела с парой масса/индивидуум. — писал Ж.Делез. — Индивидуумы становятся «дивидуумами», а массы — сэмплами, данными, рынками и «банками»[6].

Новый человек оказывается все более «текуч», у него нет раз и навсегда заданных личностных свойств, не в последнюю очередь, потому что около него, в нем присутствует вечно меняющиеся компьютеры, которые задают ритмы его жизни и еще что-то, что нам только предстоит познать. Именно Интернет, как писал Д. Урри, «объединяет тысячи сетей, народов, машин, текстов и образов, в которых квазиобъекты смешиваются с квазисубъектами, образуя новые гибридные формы»[5]. Искусство в этом фантастическом мире начинает играть все возрастающую роль, но при этом все меньше становится похожим на то искусство, к которому привыкло старшее поколение. Компьютерные игры тоже перестали быть играми в традиционном смысле слова, а стремительно приближаются к границе искусства, а некоторые образцы уже перешагнули разделяющую их грань. В сегодняшнем Интернете мы перестаем видеть. И перестаем слышать. Мы перестаем интерпретировать чужие мысли. И в тоже время мы убеждены, что понимаем, что пытается нам сказать компьютер и что мы пытаемся сказать через него. И прислушиваемся к себе.

Интернет — это не просто техника связи и правила ее использования, но и люди, которые так или иначе владеют техникой и пытаются научиться говорить на ее языке. И есть «простые пользователи». Сколько б мы ни говорили о глобализации, о безграничьи Интернета, перед монитором всегда сидит, как правило, один человек, «отдельная особь», со своими привычками, ожиданиями, своей культурой. Ведь даже те, кто работает на компьютере, проводит часы за считыванием данных с экрана, все равно пока остаются людьми, в традиционном смысле слова. Тем более, это касается тех, кто, пусть немного, уделяет Сети свое

свободное время. Правда, человек у компьютера и человек в обыденной жизни — уже разные люди, хотя проверьте паспорт, и вы убедитесь, что речь идет об одном и том же человеке. Но документально в Сети это установить невозможно. Игры в аватаров — персонажей виртуальной реальности, которых примеряет на себя человек и выдает другому, ники — лишнее тому подтверждение.

Конечно, эта игра в лики дивидуумов очень напоминает маскарад. Но когда-то, в «шутовские времена», как их теперь называют, такие игры проходили лишь изредка. Почему? В разные эпохи в силу разных причин. Сначала человек скрывал свое лицо, отправляясь в мир духов, чтобы они — духи — его не опознали. Потом скрывал свое лицо, чтобы узнавали его только избранные.* Остальное время, за исключением «шутовского», человек выглядел и вел себя как все аналогичные особи. Было бы странно, если бы сакральное по времени перевешивало обыденное.

Вообще, игра с масками широко известный в психологии феномен, характеризующий человека в период созревания его как индивидуальности[7]. Но впервые, став дивидуумом, взрослый человек по собственному усмотрению стал менять на себе лики, выдавать себя за незнакомого другого, к тому же в ту минуту, которую выбирал сам. Причем это время не было отмечено какими-то психосоциальными кризисами, по Э.Эриксону. Каждый получил возможность играть в неизвестного другого, подчас (или как правило?) теряя себя настоящего. И действительно, так ли он-настоящий интересен окружающим? Может, лучше выставить взамен что-то всех устраивающее? Так или иначе, в результате население Сети стало превышать число адресов межсетевых протоколов (IP-адресов). Сколько реальных лиц общается с компьютером, никогда сказать невозможно. Единственно, что ясно — намного больше, чем IP-адресов. Сколько из них играют себя, а сколько лицедействуют (если можно так назвать игры с Сетью), сказать невозможно.

Что за компьютером делают обладатели IP-адресов? Обратимся к социологическим данным мониторингов.

В социологии одним из продвинутых считается метод определения стиля жизни. Термин «стиль жизни» был введен в первой половине XX века А. Адлером, который определил его как «целостность индивидуальности»[8], и оказался востребованным не только фундаментальной наукой, но и прикладными исследованиями на протяжении всего XX века. Идеи «стиля жизни» легли в основу разработки методика VALS — Values, Attitudes And Lifestyles (ценности, установки, стиль жизни). Эта методика была разработана Стэнфордским исследовательским институтом (США), одним из крупнейших научно-исследовательских центров мира. В 1997 году она была опробована на пользователях Интернета и с тех пор утвердилась на Западе под названием iVALS. Стиль жизни

* Например, в России в XVIII веке человек, явившийся на маскарад в маске, обязан был показать свое лицо полицейскому, стоявшему на входе.

отражается в деятельности людей, в их интересах, мнениях и т.д. Как считают зарубежные социологи, с помощью понятия «стиль жизни» можно понять, как люди оценивают происходящее, формируют свои ожидания, утверждают или пересматривают ценности. Причем такая система, как считают некоторые ученые, не является сугубо личной.

В последнее время измерение стиля жизни на примере пользователей Интернета на основе методики iVALS проводилось в разных странах. С помощью этой методики выявились психографические типы пользователей Интернета в мире. Вот вкратце ее результаты[9].

Весь массив «интернетчиков» был разделен на 10 групп.

1. *Гуру (Wizard)* — это наиболее активные и обладающие профессиональными навыками в области Интернета пользователи. Компьютеры — ключевой момент их стиля жизни, и знания технологии делают их выдающимися личностями. Больше чем 80% Гуру пользуются Интернетом более трёх лет. Хотя Гуру познакомились со многими людьми в Интернете, скорее всего эти знакомые так и остаются лишь виртуальными. Гуру не ищут друзей специально, в традиционном понимании.

2. *Пионеры (Pioneers)* — пользователи такого типа составляют приблизительно 10% от опрошенных. Они проводят много времени в Интернете, часто посещают такие конференции, как например, Usenet. Они часто чувствуют свое превосходство над остальными пользователями Интернет. В этой группе большинство мужчин разного возраста и с низким доходом (технический персонал, студенты).

3. *Странники (Surfers)* — это быстро обучающийся, но не очень технически образованный сегмент. Они уверенно чувствуют себя в Интеренте. Причем Интернет для них — это развлечение и место проведения досуга. Этот тип составляет самая старшая возрастная группа, причем с доходом домохозяйства выше среднего. «Странники», в основном, — менеджеры среднего звена, ученые, специалисты, консультанты. Они пользуются почтовыми каталогами и Интернет-магазинами. Они стали меньше смотреть телевизор, с тех пор, как стали пользоваться Интернетом. Пользователи Интернета данного типа тратят много времени по Интернету. Они стремятся узнать как можно больше о «Сети». Они увлечены не только информацией, но и общением с людьми, или работой.

4. *Основная масса (Mainstreamers).* Эти пользователи обращаются к Интернету для работы или решения личных вопросов. Они используют Интернет как место работы и сконцентрированы лишь на получении полезной для себя информации. Значительную часть своего времени они просто бродят по Глобальной Сети. При этом они чувствуют себя в Интернете довольно уверенно, они владеют определенными профессиональными навыками в этой области. Их доход выше среднего, у них высшее образование, это — специалисты по

компьютерам, ученые, менеджеры высшего звена, студенты. Это один из наиболее интеллектуальных в iVALS сегментов.

5. *Опытные пользователи (Upstreamers)*. Они составляют около 14% от опрошенных в исследовании. Наиболее близкий к ним психографический тип — это Mainstreamers. Для них, как и для большинства пользователей Интернет — это возможность удовлетворить как личные потребности, так и решить вопросы, связанные с работой или профессиональной деятельностью. Хотя Upstreamers отличаются от Mainstreamers тем, что более творчески подходят к Интернету (больше экспериментируют, пробуют). Они уверенно обращаются с компьютером, хотя не имеют технического образования. Пользователи этого типа — мужчины, ученые, консультанты, маркетологи и менеджеры по продажам. Для Upstreamers Интернет — своеобразный мостик для получения недостающих им знаний в какой-либо области.

6. *Работники (Workers)* — это люди, использующие Интернет преимущественно в утилитарных целях. Большинство из них имеет больше двух электронных почтовых адресов, они принимают участие и посещают такие конференции, как например Usenet несколько раз в неделю. Они могут чувствовать себя в Сети недостаточно комфортно, нетерпимы к допускаемым в ней фривольностям. Их интересы сконцентрированы вокруг специфической информации и поиска решения определенных вопросов. Workers — это в подавляющем большинстве — мужчины со средним и выше среднего доходом. Они работают консультантами, техническим персоналом, преподавателями, есть среди них и студенты.

7. *Общительные (Sociables)* — для этого типа пользователей наиболее важны социальные аспекты Интернета. По сравнению с наиболее близким типом по своим характеристикам — Socialites (Sociables) — они тяготеют к менее структурированным встречам в киберпространстве, таким как письма, чаты, конференции. Они любят развлекаться, в Интернете они находят ценности для детей. Социально-демографические характеристики данного типа пользователей в основном отражают картину в целом по Сети. 70% из них это мужчины, в основном молодые с различным доходом. Это учителя, юристы, менеджеры, студенты и служащие.

8. *Социально активные (Socialites)* — это пользователи, строго ориентированные на социальные аспекты Интернета, их часто можно встретить на конференциях, где обсуждаются социальные вопросы. У них много почтовых адресов, они часто получают и шлют почту. Для них Интернет — это прежде всего игра, развлечение, поэтому у них много игр и мультимедийных программ. Этот тип пользователей наиболее молодой — меньше 30 лет с доходом от низкого до среднего.

9. *Поисковики (Seekers)* — это группа, ориентированная на получение информации рабочего характера. Компьютеры они используют в основном для того, чтобы более эффективно и быстро работать, разрешать вопросы. Поэтому для них Интернет выступает инструментом для получения очень специальной

и профессиональной информации. Однако после того, как они закончат работу, они могут использовать Интернет для отдыха. По возрасту это самый старший сегмент. У них выше уровень образования и доход, чем в среднем по Интернету. Это преподаватели, менеджеры высшего и среднего звена, менеджеры по продажам, маркетологи.

10. *Осваивающие (Immigrants)* — они относительно недавно начали пользоваться Интернетом, поэтому знакомы лишь с ограниченным числом областей Сети. У них, как правило, один электронный адрес, они стараются в Интернете как можно меньше платить. Они считают, что у них есть более важные дела, нежели изучение киберпространства. Они мало времени уделяют развлечениям в Интернете, мало общаются в чатах, конференциях или переписываются с людьми по электронной почте. Они скептически оценивают Интернет, но при этом понимают всю полезность этого инструмента для своей работы и решения проблем, ясно осознают прогрессивные достоинства его использования. Immigrants — это мужчины и женщины разного возраста: от 12-летних подростков до студентов.

Нельзя сказать, что приведенная типология выглядит стройной, но с ней все-таки, как показывает практика, может работать часть науки и маркетинговая практика. Конечно, iVALS — одна из важных вех на пути исследования жителей планеты Интернет. Но ясно, что типология пользователей компьютером и идеи, которые начал формулировать Д. Юм и которые оказались подхвачены постмодернизмом в представлениях о дивидууме, сочетаются плохо. Значительная часть науки по-прежнему идет от классического человека-persona, когда на самом деле он стал уже другим.

В России также началось исследование методом iVALS. Не в последнюю очередь, это было связано с тем, что в последнее время все больше российских потребителей при покупке товаров пользуются услугами Интернета. В 2008 году количество россиян, имеющих доступ в Интернет из дома или с работы увеличилось по сравнению с 1997 г. в 3 раза и составляло около 1 400 тыс. человек, проживающих в городах с населением более 250 тыс. Безусловно, эти цифры уменьшатся, если говорить об активных пользователях Интернета — в России их было всего около 591 тыс. чел. При этом около трети пользователей сосредоточено в Москве (около 335 тыс. человек), 12% в Санкт-Петербурге, 12% на Урале, 10% в Поволжье и лишь 8% в Западной Сибири. Это и есть «российский филиал» Всемирной Сети. Основными товарами, которые покупали россияне в Интернете, являлись книги, на втором месте оказались CD и диски, на третьем месте — компьютеры, аксессуары, телефоны, офисная техника.* Особое положение книг в приведенной иерархии закономерно —

* Только в известном российском магазине «Озон» продажа книг увеличилась с августа по ноябрь 1998 г. в 3,5 раза, практически такая же ситуация и с дисками.

книжная торговля в 1990 годы была разрушена до основания. Интернет частично взял ее функции.

По стилю жизни потребителей в России выделены и обозначены следующие сегменты[9]:

1. *Новаторы (Innovator)* — обладают прогрессивными взглядами, современным мышлением, высокой потребительской и покупательской активностью, они хотят и могут покупать новые продукты, товары и услуги, как правило, делают это раньше других.

2. *Благополучные (Successful)* — тип близкий к «новаторам», но более разумно и серьезно относящийся к финансовым вопросам. Можно сказать, что «благополучные» — это повзрослевшие «новаторы», довольные своим положением, достигнутым благополучием и достаточно высоким уровнем жизни.

3. *Оптимисты (Optimist)* – энергичные, легкие в общении, стремятся произвести впечатление веселого, удачливого человека.

4. *Рассудительные (Reasonable)* — люди, которым надо во всем разобраться, все взвесить, прежде чем принять решение, они осторожны в финансовых вопросах, склонны скорее экономить, чем импульсивно тратить деньги; хотят быть уверены, что купленный товар стоит тех денег, которые за него платят; склонны покупать менее дорогие, а также российские товары, лояльны к выбранной марке.

5. *Ориентированные на фирменные, качественные товары (High quality, Brand-name oriented)* — главное для них при выборе товара — его качество, при этом они знают, что товары известных фирм отличаются высоким качеством и стоят дороже, готовы переплатить, но купить товар известной фирмы.

6. *Западник (West oriented)* — ориентирован на западный образ жизни, престижные, валютные магазины, импортные, фирменные товары, западную музыку.

7. *Молодой (Young)* — к этому типу принадлежат активные, общительные люди, которые проявляют живой интерес ко всему новому, необычному, веселые, часто безрассудные.

8. *Фаталист (Fatalist)* — пассивно относится к своему положению, своей судьбе, болезненно воспринимает критику и замечания в свой адрес, нередко негативно относится к происходящим переменам, консервативен, присуще повышенное состояние тревожности.

9. *Мужской (Masculine)* — отражает не принадлежность к мужскому полу — женщины также могут относиться к этому типу, если они обладают сильными патриархальными взглядами на роль мужчины в обществе, традиционно «мужскими» интересами и предпочтениями (более лояльны к алкоголю, интересуются техникой, поддерживают привилегии мужчины в обществе).

10. *Не вписавшиеся в рыночные условия — аутсайдеры (Not accustomed to market economy)* – те, кто не нашел свое место при изменившихся обстоятель-

ствах, они не принимают перемен, так как не видят возможности улучшения своего положения в будущем, пассивны, имеют низкий уровень жизни, ориентированы на дешевые товары, покупку только самого необходимого.

Как видим, здесь, как и в американских исследованиях, представлены десять типов, но выделенных по совершенно другим основаниям. В данный момент существуют отдельные исследования, которые определяют психографические типы российских потребителей, но рассмотрение их увело бы статью в сторону — они в основном связаны с маркетингом. А поскольку в стране, за очень небольшим исключением, нет нормального рынка в западном понимании, оперировать с этими данными просто опасно. Важно, что статистическое большинство интернет-пользователей — это люди, принадлежащие к разряду homo ludens, хотя игры в деревенской культуре и в городе очень разные. Но в том-то вся и прелесть (а может быть, загадка) компьютерной эпохи, что она позволяет использовать общие формы и способы игры совершенно разными «дивидууми». Об этом свидетельствует статистика.

После 2008 года и до 2012 года, по исследованию С.Петуховой из ФОМ, в Сети шел особенно интенсивный рост пользователей. Если в России в начале 2000 годов он ограничивался уровнем 2-4%, то в последние пятилетие эта цифра колебалась около 6%.* В результате, к 2013 году число пользователей компьютерными услугами достигло почти 60 млн человек[10]. Причем в последние три года примерно 50% прироста давали небольшие города с населением около 100 тыс. человек.

Что означают эти цифры? На примере России ясно видно, что в сети Рунета в последние годы попали не исключительно городские жители, а полугородские и сельские. Для них само наличие компьютера и выхода в сеть, видимо, означало установление символической связи с городской культурой западного типа, а точнее, с тем «привилегированным» пластом, который был связан с мифическим образом «новых русских» — с деньгами, «шмотьем», дорогой к власти и т.д.. Возможно, с этим обстоятельством было связано устойчивое положение времени, которое рунетчане уделяли компьютеру: оно почти не менялось от будней к выходным. Правда, в будни три и более часа на компьютер тратили только 13% населения, а в выходные — 21%. Разница заметная, но не кратная. Зато почти одинаковое время в будни и в выходные компьютер занимал у менее вовлеченных, обычных пользователей. Те, кто, как правило, выделяет на компьютер от одного до трех часов, составляли 33% и 35% пользователей и в будни, и в выходные соответственно. Но главное: тех, кто выделал на компьютер совсем мало времени — менее часа — оказалось большинство — 38% и 46% [10].

Таким образом, у большинства рунетчан компьютер забирал столько же времени, сколько примерно праздничный обед. Только, в отличие от праздничного

* Понятно, что процент в начале 2000 годов и в конце 2010 будут в количественном отношении совершенно разными.

обеда, он оказывался или каждодневным, или «употреблялся» несколько раз в неделю и был вписан в индивидуальный график дивидуума. При этом больше половины — 59% жителей, владеющих компьютером, в середине 2012 года использовали его раз в день и чаще, а 61% в анкете написали, что среди их знакомых есть люди, которые вообще не могут обходиться без Интернета. При этом больше половины опрошенных считало, что они проводят время за компьютером ровно столько, сколько нужно или сколько хочется.* Следовательно, скромные и относительно скромные времязатраты — это норма для большинства россиян. За это время можно поиграть в несложную игру, проглядеть новости, послушать несколько клипов песен и ничего больше. Телевизор остается пока непобедимым! Не потому ли, что он требует просто зрителя, а Сеть — пользователя?

В западном мире люди, имеющие компьютеры, считаются главными действующими лицами, способными изменить мир. Они могут нести (и мы видим, что действтельно несут!) ответственность за решение наиболее важных жизненных вопросов наряду с правительствами своих стран. Об этом свидетельствует глобальное исследование «Сообщества и гражданство: новая мировая модель», проведенное по заказу рекламной сети Havas Worldwide среди более чем 10000 респондентов в 31 стране мира. 40% опрошенных во всем мире считают, что социальные сети сделали их более влиятельными, а треть уже использует их для изменения мира к лучшему[11]. В незапамятные времена автор американской Декларации Независмости Томас Джефферсон провозгласил: «Идеи должны беспрепятственно передаваться от одного к другому по всему земному шару для морального и взаимного наставления человека и улучшения его состояния, кажется, было нарочито благосклонно задумано природой, когда она сделала их распространяющимися, подобно огню, по всему пространству без уменьшения их плотности в любой точке, и подобно воздуху, в котором мы дышим, двигаемся и имеем свое физическое существование и который не может быть ограничен или составлять исключительную собственность»[12]. Здорово сказано! Правда, идея непосредственно была связна с авторскими правами. Поэтому фраза эта заканчивается пассажем: «Изобретения по самой своей природе не могут быть предметом собственности». Но мысли это тоже изобретения. Так или иначе, в России только 15% признались, что используют социальные сети в аналогичных целях, пытались сделать действительность лучше[11]. Пока для нас западные цифры — фантастика.

В начале 2000 гг. Б.В. Марков, автор интересного учебника «Культура повседневности», сделал в одной из своих статей важный вывод: «Интернет не разрушает пространство города, но задает ему новые измерения. Глобальным городом становится сама сеть»[13]. Но Сеть, как показывает анализ, может переливаться в разных точках пространства разными красками. У нас пока она наброшена не на город, а на то, что можно назвать «большой деревней

* Пересчитано по ст. Петуховой С.[10]

баловней». Кто-то, правда, умудряется выбраться из-под нее. Но эти дивидуумы скорее исключение, чем правило. В норме, место думающего зрителя (а слово «зреть», по Далю, значит «набираться зрелости»![14]) у нас пока занимает фланёр или покупатель. То есть человек, который в любом случае расстратчик — денег, времени и, в конце концов, своей жизни. Когда же, наконец, он созреет?

[1] Бергсон А. Творческая эволюция. — М.1998. С. 48.

[2] Merleau-Ponty M. Le visible et l`invisible. — P., 1964. С. 312.

[3] Бескова И.А., Князева Е.Н., Бескова Д.А. Природа и образы телесности. — М., 2011. С. 26

[4] Урри Д. Социология за пределами обществ. — М., 2012. С. 64.

[5] Юм Д. Сочинения в 2 т.т. Т.1. — М., 1996. С. 313.

[6] Делез Ж. Общество контроля. URL: «http://bspu.unibel.by/pages/obschixxi/source/1108.html» http://bspu.unibel.by/pages/obschixxi/source/1108.html

[7] Асмолов А. Г. Психология личности. Принципы общепсихологического анализа. — М., 1990.

[8] Adler A. Superiority and social interest: A collection of later writings (H. L. Ansbacher & R. R. Ansbacher, Eds.). — New York: Viking Press. 1964. С. 69.

[9] Мухина М.К. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка на основе психографических типов. URL: «http://murketolog.ru/psixograficheskie-tipy-vals2-i-ivals» http://murketolog.ru/psixograficheskie-tipy-vals2-i-ivals

[10] Петухова С. Аудитория Интернета: вчера, сегодня, завтра. ФОМ RIV-2012. URL: «http://www.runet.fom.ru» www.runet.fom.ru

[11] Милош И. Общество «вооружилось» соцсетями.// Sostav.ru. 14.02.2013, URL: «http://www.sostav.ru/news/2013/02/14/obschestvo_socseti/» http://www.sostav.ru/news/2013/02/14/obschestvo_socseti/

[12] Барлоу Д. П.. Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети. «http://www.lib.ru/COPYRIGHT/barlou.txt» http://www.lib.ru/COPYRIGHT/barlou.txt

[13] Марков Б. Человек в эпоху масс-медиа // Информационное общество. — М., 2004. С. 480.

[14] Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. — М., 2004. С. 149.

Ю. Стракович

ПОГРУЖЕНИЕ В ХАОС: ПАРАДОКС ВЫБОРА И ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО МУЗЫКАЛЬНЫМ ДЖУНГЛЯМ

Мы все живем сегодня в информационном мире — особом пространстве, о котором несколько десятилетий назад говорили разве что самые смелые футурологи. Когда-то их слушали с восторгом и недоверием, предаваясь мечтам, манящим и одновременно, как казалось, несбыточным — пока ни грянула цифровая революция и информационная эпоха ни стала реальностью — чем-то повседневным, даже обыденным. В ней многое оказалось разыграно, как по нотам, — так, трудно представить, как еще до всякой компьютеризации исследователи, подобные Э. Тоффлеру и Д. Нейсбиту, смогли предсказать то, что теперь кажется нам прямым следствием интернет-бума — глобальную культурную фрагментацию, демассификацию. Конечно, это вовсе не дар предвидения — по крайней мере, не только он. Общественный тренд сложился вначале, а цифровые технологии создали лишь инструменты для его развития и масштабного углубления — однако именно эти инструменты сделали окончательно очевидным, что в современности «образовалась новая парадигма культуры — гетерогенное, множественное, картографическое пространство, расширять которое можно до бесконечности»[1].

Впрочем, описывая закономерности, характерные для этого пространства, теперь довольно редко поминают «Третью волну». Зато почти постоянно — концепцию Длинного хвоста, представленную в 2004 г. Крисом Андерсоном[2]. Последняя не только принадлежит цифровой эпохе целиком, но и очень наглядно демонстрирует, как то, что прежде было все же моделью преимущественно теоретической, утверждается в качестве неоспоримой реальности, подтвержденной даже наглядной статистикой.

Суть идеи Андерсона вкратце сводится к следующему: сегодня по мере того, как все более доступными становятся средства производства культурных товаров, а цифровая эпоха делает их ассортимент больше не ограниченным физическим пространством магазинных полок, создаются условия бесконечно разнообразного выбора, в которых потребитель культуры — читатель, зритель, слушатель — начинает вести себя совершенно не так, как прежде. Его интерес смещается от громких общеизвестных имен к гораздо менее популярным и более специфичным. Человек уже не стремится смотреть, читать и слушать то же, что и все остальные, невероятное культурное разнообразие провоцирует его искать иные явления, большинству окружающих, быть может, неизвестные, но оптимально подходящие именно ему. Фактически на смену культуре звезд и хитов цифро-

вая революция приводит культуру ниш, лучшим доказательством чего служит тот простой факт, что уже к середине 2000-х суммарный тираж узкопопулярных «нишевых» культурных продуктов начал заметно превышать тиражи бестселлеров.

Цифровая революция фактически открыла настоящую эпоху изобилия — наглядно проследить это можно хотя бы на примере музыкальной культуры. Так, в ней в XXI веке оказались созданы все возможности для того, чтобы делать качественные записи без больших финансовых затрат. Это привело к взрывному росту числа выпускаемых музыкальных работ — только в период с 2004 по 2005 год их количество увеличилось на 36%. В то же время емкость виртуального пространства оказалась действительно практически неисчерпаемой и к тому же требующей для своего обслуживания минимальных ресурсов, что обеспечило возможность доступа аудитории к огромной массе даже самых экзотических музыкальных явлений, сформировав условия беспрецедентно разнообразного выбора. В этих условиях направление слушательского интереса, как показывают приводимые Андерсоном цифры, действительно стало смещаться, и если «в традиционной рознице 1 тыс. самых популярных альбомов составляет примерно 80% всего рынка, то в среднем розничном магазине, который предлагает лишь часть доступных дисков, 100 самых популярных альбомов могут привлекать более 90% продаж» , то в интернет-пространстве «те же самые альбомы составляют менее трети рынка. Можно сказать, что половина рынка в Сети представлена альбомами, менее популярными, чем первые 5 тыс.»[3]. В цифровую эпоху востребованными оказываются даже те — и в основном те — музыкальные явления, которые ориентированы на достаточно узкий круг слушателей, и в целом происходит масштабный сдвиг от массовой культуры к массе параллельных культур.

Реальности, рожденной такой демассификацией, трудно не радоваться: слушатели в ней все меньше подчиняются законам толпы, артисты находят публику в обход железной логики хит-парадов, звезды по-прежнему имеют право на существование, но уже не заслоняют собой все вокруг — каждый находит свое, соразмерное место. Этот мир всеобщего благоденствия — что и говорить — привлекателен, вот только вовсе не идилличен: все его несомненные преимущества в действительности имеют свою оборотную сторону, о которой умолчали теоретики информационного общества, но которая с каждым днем все громче и громче заявляет о себе. В цифровую эпоху, когда технологии сделали создание музыки доступным практически каждому, а возможность свободной самопубликации сняла барьеры на вход в культурное пространство, исчезли практически все ограничения в производстве и распространении самых разнообразных произведений, что действительно создало беспрецедентно широкий выбор, но в то же время привело к переизбытку, огромному перепроизводству музыкальных работ. Цифра в 36%, на которое увеличилось количество записей в одном только 2005 г., — внушительная, но даже она не отражает масштаба произошедшего

скачка. На 36% за год может увеличиться количество всей выпускаемой в мире музыки, но на до-цифровом этапе едва ли существовал человек, который имел доступ ко всем создаваемым в мире аудиозаписям сразу. Сегодня же этот доступ открыт почти любому желающему, и в целом цифровая революция увеличивает объем музыки, предоставленной в распоряжение среднего слушателя, не на треть, а на несколько порядков. Только крупнейших интернет-сервисов, предлагающих музыкантам возможность для самопубликации, сейчас не один десяток, на каждом из них сотни тысяч исполнителей, не говоря уже о всей массе записей, доступной в файлообменных сетях. При этом отсутствие в медиа цифровой эпохи столь порицаемой когда-то «узколобой фильтрации» масс-культуры, централизованного отбора оборачивается отсутствием фильтрации как таковой, и в конечном итоге — информационным хаосом, способным уничтожить все преимущества культурной демассификации и для слушателя, и для музыканта.

В теории все продолжает быть верно: новые медиа и фрагментированная культура действительно могут служить интересам создателя и потребителя музыки, формируя пространство, где для каждого даже самого уникального запроса найдется соответствующий ему нишевый ответ. Однако на деле в ничем не ограниченном информационном хаосе Сети «соответствующие друг другу» музыкант и слушатель в своих попытках встретиться оказываются почти что обречены. Поощрение цифровой эпохой всех музыкальных «цветов» привело к тому, что изобилие зеленых насаждений быстро превратилась в дремучие заросли, не заблудиться в которых — весьма нетривиальная задача. Музыка самого разного рода переполняет сегодня интернет, среди многих и многих тысяч артистов каждый ждет своего слушателя, и каждый, если не успел заявить о себе прежде в традиционной медиа-системе или не стал счастливцем — объектом вирусного распространения — никак не обнаруживает себя на общем фоне. В то же время ежедневно на музыкальную охоту в Сеть выходят миллионы людей, воодушевленных отсутствием навязчивых ротаций, собственной свободой, возможностью делать уникальные открытия в самых дальних уголках безграничной музыкальной вселенной. И день за днем большинство тех и других так и не получают желаемого, не сумев найти друг друга в информационном шуме цифрового мира… В конечном итоге предельно наглядно ситуацию иллюстрирует замечание Кристофера Ихихо, фиксирующее нынешнее положение дел: «… введите в поисковую систему какой-либо музыкальный стиль, например, acid house, rock. Вы получите в результате огромный список из множества названий, где не будет видно никаких отличительных особенностей для каждого отдельного названия. “Ну, рок, ну, название…” — и что возникает? “Я не буду скачивать 1000 mp3 неизвестных мне групп”»[4]. Там, где невозможно даже обозреть, не говоря уже о прослушать, и сотую долю доступной музыки, в том, кому действительно удается, а кому нет, найти свою подходящую нишу и встречно — обрести свою подходящую аудиторию, существует слишком большая доля случайности.

Конечно, ограниченность массовой культуры всегда ущемляла интересы множества слушателей и музыкантов, однако, как выясняется на практике, отсутствие каких бы то ни было ограничений вообще удовлетворения этим интересам вовсе не гарантирует. К тому же ничем не сдерживаемое разнообразие провоцирует возникновение ситуации, которую Барри Шварц окрестил «парадоксом выбора», утверждая, что, пересекая определенную количественную черту, выбор перестает стимулировать человека, становясь слишком большим для возможностей его восприятия и в результате лишь парализуя, демотивируя[5]. В своих построениях Шварц ссылается на целый ряд исследований, в частности — на классический эксперимент, проведенный учеными из Стэнфорда и Колумбийского университета в американских супермаркетах, где посетителям предлагали поучаствовать в дегустации джемов — и они с радостью покупали понравившийся, пока вариантов на пробу было 6, но впадали в ступор и уходили ни с чем, когда вкусов становилось 24[6]. Музыка — не варенье, но принцип в ней, похоже, работает тот же самый: стремление познакомиться с как можно большим количеством предложений при физической невозможности переварить их все в конечном итоге притупляет само желание выбирать, вести поиск собственной ниши в безграничном музыкальном океане цифровой эпохи. Кризис перепроизводства ведет к кризису перепотребления, рискующему обернуться утратой интереса к музыке как таковой.

Музыкальный мир цифровой эпохи в конечном итоге становится жертвой парадокса, оказавшегося едва ли не главной болевой точкой всего информационного общества: «мы тонем в информации, но испытываем голод по знанию»[7]. Именно поэтому все нынешние цифровые достижения еще не гарантируют демассифицированной культуре светлого будущего сами по себе. По сути, они могут оказаться бесполезными вовсе, если к ним не добавить условие, в котором сегодня принято видеть залог успешного развития всей современной цивилизации вообще: возможность эффективного отбора информации, способность преодолеть информационный шум.

Однако что такое отбор применительно к музыкальному миру? Осадок, оставленный XX веком с его масс-маркетом и культиндустрией по-прежнему велик. Что такое отбор — если не тот способ, с помощью которого вертикаль музыкальной власти навязывала слушателям свои законы на протяжении всего прошедшего столетия? Впрочем, современным сетевым энтузиастам контроль выстроенной иерархиями культуры вовсе не кажется единственной альтернативой информационному хаосу интернет-пространства. Между подконтрольным порядком и хаотичной свободой они выбирают свободную упорядоченность. Подобная бескомпромиссность может казаться беспочвенной, вот только на деле за ней скрывается довольно прочный бэкграунд, составленный огромным числом вполне реальных разработок, опирающихся на базовые основы свершившейся революции — технологии и сетевые социальные связи — и рассчи-

тывающих создать совершенно новый, горизонтальный механизм отбора, не ущемляющий ничьих свобод.

Работа над этим механизмом ведется, в сущности, довольно давно. Вопрос о создании инструмента, способного стать новым культурным фильтром, встал в полный рост с тех пор, как призрак хаоса лишь замаячил на цифровом горизонте. Характерно, что именно музыкальный мир взялся за решение этого вопроса одним из первых, причем подходы его оказались принципиально отличными от того, что могло напомнить прежнюю вертикальную фильтрацию индустрии, буквально во всем. Так, разработчики новых музыкальных фильтров вовсе не стремились создать нечто, что могло бы помочь найти в Сети музыкантов, достойных стать любимцами публики, и отсечь всех прочих как не стоящих внимания. Они исходили из принципа специализации, нишевости, изначально опираясь на базовые основания фрагментированной культуры. Не пытаясь отделить зерна от плевел в масштабе всего музыкального поля, они стремились создать механизм индивидуального отбора, интуитивно предчувствуя, что в эпоху Длинного хвоста плевелы для одного обязательно окажутся зерном для кого-то другого. В общем-то, их главная цель всегда была одна — не разделить лучших и худших, а соединить ту самую музыку с той самой аудиторией. И только средства, применяемые для достижения этой цели, на разных этапах отличались довольно сильно.

Одним из таких средств стала так называемая контентная (content-based) фильтрация — та, в основу которой был положен непосредственный анализ музыкального материала. Способов этого анализа существует множество. Часть из них исходит из незыблемой веры в решения чисто технологические, пуская в ход цифровую обработку сигнала: DSP-методику* и психоакустическое моделирование. Такой подход позволяет исследовать различные параметры звукового потока в автоматическом режиме и классифицировать совершенно любую музыку в соответствии с этими параметрами. При этом подразумевается, что навигационная система, основанная на DSP-фильтрах, анализирует музыкальные произведения, которые нравятся конкретному пользователю, а затем из всей имеющейся базы отбирает для него лишь те, которые максимально схожи с ними по звучанию, и — по логике разработчиков — соответственно также должны понравиться ему. Все прочее отсекается как не нужный данному человеку «шум».

Работающие по такому принципу конкретные функциональные сервисы впервые стали появляться в самом начале 2000-х. Одним из пионеров среди них был созданный М. Уэллсом Cantametrix. Его программные алгоритмы позволяли вычленять из цифрового музыкального трека информацию о темпе,

* Медотика Digital Signal Processing предназначена для «http://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая_обработка_сигналов» цифровой обработки сигналов при помощи специализированных «http://ru.wikipedia.org/wiki/Микропроцессор» микропроцессоров.

ритме, мелодии, гармонии, тембре. С помощью работы с пятиста отобранными слушателями была также создана методика автоматического распознавания настроений — «подопытные» фиксировали эмоции, которые вызывает у них то или иное произведение, а система изучала параметры звукового сигнала, с этими эмоциями потенциально связанные. На выходе получился продукт, способный с помощью математических манипуляций с «0» и «1» цифрового звука составлять своего рода формулу вкуса любого желающего, а затем находить музыку, способную удовлетворить этот вкус.

При всей технологизированной прагматичности такого подхода, в его фундаменте лежала мечта, в сущности, чисто романтическая. Сам Уэллс однажды описывал ее так: «Представьте — вы просыпаетесь утром и говорите, обращаясь, скажем, к своим часам: «Эй, компьютер, найди-ка мне новой, хорошей музыки!». И несколько минут спустя раздаются звуки — прекрасная комбинация бопа и фри-джаза — это какой-то музыкант, скажем, из Лиссабона, который только что выложил свою новую работу в Сеть»[8]. Компьютер осуществляет постоянный мониторинг всей новой музыки, выкладывающейся онлайн из любой точки планеты, компьютер сортирует ее и всегда готов предоставить что-то новое — и ты непременно останешься доволен, ведь компьютер знает формулу твоего вкуса и всегда попадает в точку. Никаких усилий бесконечного поиска, никакого погружения в хаос, никаких разочарований.

Трудно не соблазниться — однако утопия осталась утопией, и на деле путь Cantametrix-а оказался не самым романтичым. В надежде донести свою технологию до конечных пользователей — слушателей, он предлагал ее музыкальным торговцам и издателям, рекорд-лейблам, пытался внедрять в качестве надстройки для сайтов потокового аудио и всевозможных музыкальных агрегаторов, но большого успеха не достиг. В какой-то момент его главными клиентами стали и вовсе не жаждущие новых открытий меломаны, а агентства, занимающиеся лицензированием музыки для телевидения, кино и рекламы. Они приспособили Cantametrix к своим нуждам на свой лад. «Скажем, есть режиссер, — рассказывал об этом Уэллс, — и он кричит: «Нам нужна яростная музыка! Найдите что-нибудь яростное!». И вместо того, чтобы выкладывать огромный кусок бюджета за права на «Start Me Up» Rolling Stones, компания просто находит для него что-то дешевое, но звучащее практически также»[8]. Впрочем, даже такая специфическая аудитория проекту не помогла — в какой-то момент он был продан и перепрофилирован.

Дело Cantametrix, однако, продолжили другие. В частности, вполне предсказуемым образом со своей собственной технологией обработки музыкальных параметров и выстраивания на их основе вкусовых фильтров на каком-то этапе выступил тот самый Институт Фраунгофера, создавший в свое время судьбоносный, и также выросший из психоакустического моделирования, формат mp3. На базе их разработки был выстроен доступный конечным пользователям

рекомендательный сервис Mufin. Свою технологию контентной музфильтрации с помощью автоматического анализа треков предложила в какой-то момент и Sun Microsystems. На мечту создать алгоритм технологического вычисления индивидуальной формулы вкуса до сих пор продолжают работать многие энтузиасты, но к идее в целом в последнее время наступило заметное охлаждение. Механизмы обработки сигнала совершенствуются день ото дня, но вера в машину, способную действительно «понять» и музыку, и слушателя, тем не менее, постепенно сходит на нет. Этой вере противостоит сегодня другой полюс контент-фильтрации — анализ с человеческим лицом, проводимый вручную профессионалами, который нашел свое наиболее последовательное применение в проекте по расшифровке музыкального генома…

Так называемый Music Genome Project стартовал в конце 1999 года с подачи Уилла Гласера и Тима Вестергрена и под научным руководством Нолана Гассера — пианиста, композитора и музыковеда. Имя проекта, безусловно, представляло собой метафору, но сам Гассер не раз утверждал, что относится к ней более чем серьезно. «Биологи, — объяснял он, — пришли к пониманию специфики человека как вида, расшифровывая значение генов в нашем геноме; к тому же это дало им понять, как каждый отдельный ген определяет то, что мы представляем собой как личности — а заодно, что он говорит о взаимосвязях, в которых мы находимся с другими… Именно в подобном ключе я и видел свою конечную цель. Идея состояла в том, чтобы выделить отдельные музыкальные виды — и затем выяснить из каких индивидуальных генов их геном состоит»[9].

Музыкальных видов, настолько различных, что они требуют выделения в отдельную генетическую группу, обнаружилось 5: поп/рок, электроника/хип-хоп, джаз, классика и ворлд мьюзик. При этом, по сути, геном каждого из них представлял собой все тот же набор специфических музыкальных параметров, организованных с помощью определенного математического алгоритма. Разница с методиками автоматической обработки сигнала состояла лишь в том, что анализ проводился здесь живыми специалистами, что позволило сделать набор анализируемых параметров гораздо более сложным, многомерным и всеобъемлющим. Там, где машина справлялась с определением темпа, гармонии, тембра, квалифицированный человек оказался способен выделять сотни характеристик — тех самых генов — к примеру, в геноме классики их обнаружилось более 400. Тип аранжировки, доминирующая эстетика, использованные инструменты и техники игры на них, модуляция, тип вокала и пол вокалиста, способ фразировки, прослеживающееся влияние различных жанров, основные приемы звукозаписи, корни материала, от фольклорных до уходящих в панк, тематика текста — вот лишь случайный набор качеств, которые способен описывать — и выстраивать в определенную систему — Music Genome.*

* С обширным, но также далеко не полным перечнем музыкальных «генов» можно ознакомиться, например, здесь: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Music_Genome_Project_attributes.

Такая доскональность на практике, конечно, позволяет создавать гораздо более убедительные фильтры, чем машинный анализ. Правда, мечта о свежевыпущенных новинках со всех концов света к завтраку оказывается в этой ситуации полностью утрачена. Ручная расшифровка генома — задача не из простых, справиться с ней могут лишь самые компетентные специалисты. Высшее образование в области музыкальной теории и композиции, совершенное ориентирование в самом широком спектре жанров и стилей — вот стандартные требования к человеку, которому еще предстоит пройти через многоступенчатый отбор и довольно длительное обучение для того, чтобы оказаться в Music Genome команде. Предпочтение отдается действующим композиторам и музыкантам. Очевидно, что штат такого рода по определению не может быть многотысячным — по некоторым данным на сегодняшний день в проекте работает лишь несколько десятков экспертов. При этом известно, что на расшифровку генома одного музыкального трека у специалиста может уходить от 15 минут до 2 часов, а 10% произведений в рамках контроля качества расшифровываются разными людьми повторно. Пропускная способность системы в результате оказывается мала критически. Она едва справляется с постепенной обработкой огромной массы наиболее значимой музыки, записанной прежде, из всей же лавины ежедневно появляющихся новинок в базу Music Genome успевает попасть и вовсе лишь самая крошечная часть. При этом в теории проект совершенно открыт: он принимает к рассмотрению любые музыкальные работы в независимости от того, кто стоит за ними — мейджор-лейбл или никому не известный самодеятельный артист. Вот только всех желающих заранее предупреждают, что из-за чрезвычайной загруженности большую часть предложенного компания вынуждена будет отклонить. Впрочем, даже те немногие счастливцы, что оказываются приняты, реально попадают в базу, как правило, месяца через три после своего утверждения.

Music Genome обрел довольную большую популярность — главным образом благодаря своему выходу к широкой публике в виде сервиса Pandora, существующего в качестве сайта Сети, приложения для смартфонов, даже канала ряда автомагнитол. По сути Pandora — рекомендательный ресурс, работающий в формате персонализированного радио. Пользователь указывает на любимую музыку, а система из всей доступной базы подыскивает ему — и дает послушать — ее ближайших «генетических» родственников. При этом сервис способен к дальнейшему обучению — слушатель указывает на то, что из предложенного ему нравится, а что нет, информация обрабатывается, вкусовой профиль корректируется и становится точней. Определенные ограничения — например, не предлагать песен с обсценной лексикой — можно и вовсе задавать заранее самостоятельно. Характерно, что Pandora, хотя и охраняет полную расшифровку генома любого произведения как коммерческую тайну, тем не менее, является одним из немногих рекомендательных ресурсов, всегда готовых предоставить

пользователю довольно подробное объяснение того, почему именно этот трек предложен именно ему. Все это делает Pandora, пожалуй, самой востребованной контентной фильтрационной системой на сегодняшний день, хотя конкурентов на разных этапах у нее существовало немало.

Так, например, одним из них был созданный компанией Siren Systems ресурс Soundflavor, сходный по своим базовым установкам с Music Genome, но склонный к метафорам не столько научным, сколько кулинарным. Специалисты Siren Systems точно так же раскладывали музыку на характеристики — такие, как настроение, жанр, стилистика, использованные инструменты, вокальная техника и т.д. — но при этом считали их «ингредиентами», из которых складывается неповторимое музыкальное блюдо. «Рецепт» каждого трека был, надо сказать, гораздо более прост, чем 400-элементный геном, но и выкладывался на всеобщее обозрение тут же. При этом пользователь мог сам выделять наиболее симпатичные ему ингредиенты и искать новую музыку уже по их набору, а параллельно, наблюдая за его поведением, система автоматически формировала для себя представление о том, каков же — уже почти в буквальном смысле — его вкус.

В целом ресурсов со схожей логикой за последнее десятилетие появлялось и исчезало — немало: Myna, DigitalMC, MoodLogic, Songza, Musicovery с их возможностью отбора музыки по ее соответствию сиюминутному настроению пользователя или уместности в определенной ситуации — вроде утренней пробежки или романтического ужина. Рождались среди них и начинания с нестандартным подходом — вроде рекомендательного сервиса по независимой малоизвестной музыке Audiri, в котором описывать характеристики произведений, их параметры, настроения, влияния, предлагалось вручную — но самим авторам. В общем, контентная фильтрация развивалась и развивается интенсивно. Между тем, пока что это развитие не особенно помогло контент-фильтрам разрушить репутацию технологии не слишком-то эффективной. Совершаемый ими отбор в абсолютном большинстве случаев не способен по-настоящему удовлетворить слушателя до сих пор.

Это обстоятельство не удивляет: механизмы музыкального анализа могут приближаться к идеалу сколь угодно близко, но это никак не отменяет того факта, что в самой основе фильтрации по сходству звучания лежат крайне спорные предпосылки. Предположим, музыкальный геном и вправду может быть расшифрован — но так ли много действительно важного способен он сообщить? Что раскрыл нам геном человека? Слишком много и слишком мало. Определяет ли набор генов личность? Способен ли он ее объяснить или хотя бы просто — исчерпывающе описать? Вопросы музыкальной генетики — не новы и не уникальны… Конечно, музыкальное произведение обладает многими поддающимися аналитическому разложению параметрами, но как целое оно всегда будет чем-то большим, чем сумма формальных характеристик. Точно так же и

вкус человека, безусловно, подразумевает определенные тембровые, темповые и прочие пристрастия, но никак не сводится только к ним. В сущности, контентная фильтрация не способна быть достаточно эффективной ровно поэтому: она оставляет за кадром все над-формальное, неподдающееся жесткой классификации — то есть то, что вообще-то и определяет содержание музыки. Работы гениального автора и его жалкого подражателя могут звучать очень похоже — и система не увидит между ними никакой принципиальной разницы, ведь их музыкальные характеристики близки, а судить о качестве она не в состоянии по определению. К тому же за одними и теми же выразительными средствами может скрываться совершенно разный посыл, не говоря уж о том, что совершенно разный культурный контекст. Акустическая баллада в исполнении попстарлетки и легенды фолк-рока состоят из одних и тех же элементов, но едва ли найдут общего слушателя. Отдельные фрагменты песен Muse могут иметь в точности тот же «генетический набор», что фортепианные сочинения Рахманинова, но принадлежат к другой музыкальной вселенной.

Впрочем, создатели контентных фильтров порой утверждают (и с ними вполне можно согласиться), что подобная неразборчивость их детищ — вовсе не минус, а плюс, что она дает людям возможность расширять горизонты, выходить за рамки того, что они всегда считали единственно приемлемым. Что плохого, если фанат Muse совершит экскурсию в земли Рахманинова? Да и поклонникам Рахманинова не лишним будет поумерить снобизм…

Между тем, нечувствительность к качеству и культурному контексту большинством разработчиков контентных систем все же признается проблемой — и если ситуация с качеством почти неизбежно остается тупиковой, то в отношении контекстов в последнее время, похоже, наметился некоторый прогресс. Добиться его удалось с помощью еще одного «машинного» решения — технологий семантического анализа. Метод их работы довольно прост: «специально обученной» программе задается имя артиста, и она начинает искать в интернет-пространстве всевозможные упоминания о нем. Из этих упоминаний складывается определенный текстовый массив, состоящий из многочисленных обсуждений в блогах, форумах и социальных сетях, рецензий критиков и отзывов обычных слушателей, биографий главного героя, статей о нем, наконец, текстов его творений, если они не принадлежат целиком инструментальной музыке. Этот массив и подвергается уже собственно семантическому анализу — вычленению словесных конструкций, формулировок и понятий, чаще всего встречающихся в нем. В результате формируется так называемое «облако ассоциаций», в которое погружен артист и в котором тот самый неуловимый культурный контекст должен оказаться уловленным и зафиксированным.

При всей своей незамысловатости подобный фильтрационный механизм, получивший название семантического (semantic-based) или — по аналогии с кон-

тентным — контекстного (context-based), справляется со своей задачей в целом довольно неплохо. Он обрабатывает огромный поток данных, погружается в океан описаний и суждений, выясняет, что в самых разных уголках планеты говорят о том или ином явлении, и в результате определяет культурную категорию, в которую это явление стоит поместить. Все это без трудозатрат живого специалиста, полностью автоматически и зачастую — вполне точно. При этом семантический анализ действительно дает возможность существенно корректировать данные контентных рекомендательных систем. Все акустические баллады звучат похоже, но там, где поп-стралетка окружена облаком ассоциаций из «sexy» и «baby», у фолк-рок легенды доминируют «поэзия» и «социальный протест» — что разводит их по совершенно разным нишам самым неизбежным образом. Качество фильтров в итоге растет. Понимая это, к контекстному анализу обращается сегодня множество сервисов музфильтрации: от Search Inside The Music — того самого детища Sun Microsystems — и сервиса One Llama до SmartMusic, созданного в Университете Нанкина и ориентированного на анализ китайско-язычного семантического поля в противовес всем прочим, чаще всего англоговорящим системам.

Впрочем, как бы широко не распространялись контентные и контекстные технологии, дело никогда не ограничивалось только ими. Главным соперником на поле музыкальной навигации с самого начала были для них механизмы совершенно иного рода, отталкивающиеся не столько от чисто технических, сколько от более глубоких, коммуникативных оснований цифровой эпохи — сетевой модели взаимодействия и развитых социальных связей. Эти механизмы, получившие обобщенное название коллаборативной (от англ. — совместной, кооперативной) фильтрации, подвергают анализу не собственные свойства произведений, а отношения к ним, ведут поиск музыки, соответствующей вкусу слушателя, исходя не из формальных характеристик материала и не из описывающих его словесных конструкций, а из оценок, вынесенных — прямо или косвенно — другими людьми.

В самых общих чертах принцип коллаборативной музыкальной фильтрации сводится к следующему: сначала система изучает мнения человека относительно музыки самого разного рода, затем среди всех своих пользователей она находит людей, оценки которых максимально схожи с вынесенными им, и в результате выдает список рекомендаций — тех артистов и произведений, которые данному человеку еще не известны, но были высоко оценены его «единомышленниками». Через индивидуальные фильтры проходит, таким образом, не то, что максимально похоже на любимую музыку пользователя по звучанию или описанию, а то, что востребовано максимально похожей на него аудиторией, как бы оно при этом не описывалось и не звучало. Все стилистически близкое, но отвергнутое «братьями по вкусу», равно как и все прочее — неизвестное или неинтересное им — попадает в этой ситуации в отсекаемый шум.

Сама идея — автоматически обнаруживать в сетевом пространстве людей со схожими пристрастиями и заставлять их, все так же автоматически, служить друг для друга проводниками в информационных джунглях — была предложена еще в 1992 году учеными американского исследовательского центра Xerox PARC. Первыми же, кто реализовал ее на практике в области музыкальной фильтрации, были исследователь медиа-лаборатории Массачусетского технологического института Патти Маес и один из студентов MIT Упендра Шардананд. Именно ими был создан ресурс Ringo, появившийся в свободном интернет-доступе в 1994 году и бывший коллаборативным фильтром самого классического толка. Слушатель вручную выставлял оценки разнообразным музыкальным работам, после чего получал список рекомендаций и антирекомендаций — тех музыкантов и произведений, мнение о которых по прогнозам, выданным в результате анализа оценок остальных пользователей, у него должно оказаться очень высоким или очень низким соответственно. Достоверность таких прогнозов сильно варьировалась в зависимости от того, как много музыки человек успел оценить, или числа его единомышленников, найденных в системе. В целом, однако, по мере роста популярности сервиса и соответственно — количества слушателей в каждом вкусовом сегменте — она постоянно увеличивалась, что, однако, не помешало перепрофилированию и фактически закрытию Ringo после его продажи корпорации Microsoft в 1998.

Несмотря на столь быстрый закат первопроходца, музыкальная коллаборативная фильтрация чуть позже стала развиваться небывалыми темпами. Как и в контентной истории здесь сменила друг друга целая вереница ресурсов, открывавшихся, закрывавшихся, менявших стратегии. MusicStrands, iLike, Music Recommendation System for iTunes, Emergent Music, мутировавший в Goombah и слившийся в конечном итоге все с тем же iTunes, став плагином для его медиаплеера. Сама технология тем временем трансформировалась в направлениях порой противоположных: то предельно упрощаясь на службе у электронной коммерции, сведшей ее принципы к формуле «те, кто приобрели данный товар, также интересуются…», то — напротив — совершенствуясь и усложняясь. Совершенствование затрагивало при этом аспекты довольно разные: так, помимо коррекции аналитических алгоритмов, разработчики серьезно сосредоточились на проблеме сбора стартовой информации, довольно радикально меняя представление о том, что именно должно служить материалом для анализа. Масса вручную выставленных оценок — как в Ringo — была, конечно, максимально достоверна, но подразумевала слишком много осознанных усилий, серьезных временных затрат пользователей, мешая сервису стать по-настоящему массовым, а значит — по-настоящему эффективным. Альтернатива оценкам была необходима — и в какой-то момент ее стали видеть в автоматическом поиске данных о музыкальных коллекциях слушателей. Самым очевидным источником оказались здесь файлообменные сети. Подразумевалось, что то, что тот или иной

человек открывает для скачивания в p2p, и является его любимой музыкой, а следовательно, анализ раздач позволяет выделить вкусовые группы и получить базу данных, составленную по модели: «те кто имеет в своей коллекции A, B и C, чаще всего любят также D, E и F». Учитывая огромное число пользователей файлообмена, выборка при таком подходе получалась внушительной — и не в последнюю очередь именно на нее опирались такие рекомендательные сервисы как Echocloud или UpTo11.net. Между тем, доминирующим подходом в коллаборативной фильтрации мониторинг p2p все же не стал — то ли из-за постоянных гонений на файлообмен, то ли вследствие того факта, что тождество между попавшим в «расшареные» папки и по-настоящему любимым вовсе не бесспорно.

Вообще же проблема сбора данных о вкусе слушателя в какой-то момент стала камнем преткновения не только для коллаборативных, но и для всех прочих рекомендательных систем — даже контентные фильтры, хотя и не имели намерения сравнивать предпочтения пользователя с чьими бы то ни было, тем не менее нуждались в том, чтобы как-то узнать о них, желательно — не задавая бесконечных вопросов. В конечном итоге эта всеобщая потребность в ненавязчивом накоплении информации была реализована с помощью самой беззастенчивой современной технологии — анализа следов (чаще всего попросту логов), оставляемых людьми в цифровом пространстве. Эти следы могут сообщить самые разнообразные сведения о человеке: историю посещений им интернет-ресурсов, его поисковые запросы, статистику скачиваний и прослушиваний той или иной музыки. То же, как эти сведения используются в рамках рекомендательных систем, можно наглядно проследить на примере наиболее известного — хотя задействующего и отнюдь не весь спектр доступных возможностей — сервиса Audioscrobbler, работающего в рамках Last.fm.

Для того, чтобы составить представление о предпочтениях пользователя, Audioscrobbler-у не нужно ни о чем спрашивать, он требует лишь установки специальной программы на компьютер, в медиаплеер или другие поддерживаемые цифровые устройства человека — и она сама отслеживает его поведение: какую музыку он слушает, какие треки проматывает, не дожидаясь конца, а к каким, напротив, возвращается снова и снова. В отличие от анализа p2p, логика здесь становится более сложной: важно уже не только то, какая музыкальная коллекция собрана слушателем, но и то, как он на практике взаимодействует с ней. Какие части накопленного действительно востребованы, а какие лежат мертвым грузом — вот что, по мнению разработчиков, позволяет судить о подлинных пристрастиях. При этом постоянное наблюдение за пользователем делает систему очень отзывчивой — она не только выстраивает, но и постоянно уточняет вкусовой профиль, приводя его в соответствие с внутренней динамикой человека, с изменениями в его настроениях и желаниях. Именно этот профиль и сопоставляется в свою очередь с профилями других слушателей, полученными тем же способом, позволяя вычленять группы так называемых

«соседей» — людей с максимально близким музыкальным поведением, а затем обрабатывать информацию по коллаборативным принципам и выдавать рекомендации каждому из них. Последняя часть процедуры происходит уже непосредственно на Last.fm, где при этом не только выдаются индивидуальные рекомендации, но и, как уже упоминалось выше, вещает персонально настраиваемая радиостанция — по форме сходная с Pandora, но основанная на совершенно ином механизме анализа. Система подразумевает и возможность дальнейшего обучения — слушатель может помочь автоматическому сбору данных еще и вручную, например, указывая во время «эфира», что ему особенно понравилось — или не понравилось — из предложенного. Если добавить к этому тот факт, что Last.fm к тому же содержит контентные элементы — вроде добавленных пользователями тегов, а аудитория его перевалила за 40 миллионов, становится очевидно, что системы коллаборативной фильтрации на сегодняшний день очень далеко ушли от Ringo с его предельной простотой.

Помимо подобного — практического — совершенствования коллаборативной технологии, весьма любопытны и некоторые теоретические разработки последнего десятилетия. Так, например, отечественный экономист Александр Долгин в какой-то момент предложил модель сервиса, соединяющего коллаборативные фильтры с важнейшим трендом цифровой музыкальной культуры — экономикой дара. Подразумевается, что такой сервис должен с одной стороны служить площадкой, технически обеспечивающей возможность публики отправлять артистам благодарственные платежи, а с другой — выдавать рекомендации, эти самые платежи анализируя, исходя из предположения, что именно то, кому и сколько человек добровольно платит, свидетельствует о его пристрастиях лучше всего[10]. Такая модель определенно не лишена изящества, однако попытки реализовать ее на практике, несмотря на все усилия, успехом пока что не увенчались: созданный Долгиным ресурс Imhonet.ru за 6 лет своего существования так и не смог ввести возможность «оценки рублем», за исключением эксперимента с читательской премией, в котором деньги были привнесены в систему искусственно,* да и раздел «Музыка» просуществовал на сайте совсем недолго. Впрочем, что бы там ни было с практикой, многие проблемы модели Долгина очевидны уже в теории и признаются им самим: так, например, очень сомнительно, что благодарственный платеж может выступать в качестве универсального мерила полученного от произведения удовольствия — хотя бы потому, что ценность одной и той же суммы неравнозначна для людей с разным достатком.

Между тем, серьезные проблемы связаны и с коллаборативной фильтрацией как таковой. Одна из основных среди них — так называемый холодный

* В 2010 году Имхонет объявил о вручении литературной премии. Для того, чтобы определить ее лауреата, всем пользователям ресурса была перечислена сумма в 50 руб., которые можно было либо потратить на свои нужды, либо перевести в пользу любимого писателя и тем самым «проголосовать».

старт. В самом начале любому сервису нужно как следует узнать нового пользователя — во всех нюансах изучить его поведение и вкусы. На это уходит довольно долгое время — и в течение него рассчитывать на качественные рекомендации слушателю, как правило, не приходится. Это, впрочем, всего лишь вопрос терпения. Гораздо хуже дела обстоят с холодным стартом для нового артиста. Для того, чтобы начать попадать в списки рекомендаций, ему нужно преодолеть критическую отметку, понравиться определенному количеству пользователей, а сделать это внутри системы практически невозможно — ведь в списках рекомендаций его еще нет. Этот замкнутый круг порождает особенность, коллаборативных сервисов для эпохи нишевой культуры совершенно непростительную: они не способны охватить Длинный хвост целиком. Аналитик навигационных систем Педро Кано приводит любопытную статистику: если вслед за Крисом Андерсоном разделить кривую музыкальной популярности на голову, середину и хвост, то рекомендации, выдаваемые коллаборативными системами, распределены между головой (45,32%) и серединой (54,68%). На хвост приходится гордый 0%[11]. Отдельные ресурсы — вроде вышеупомянутого UpTo11 — пытаются преодолеть сложности, давая слушателю возможность выбирать, результаты какого рода он хотел бы получить, интересуют ли его артисты более или менее популярные.

Однако решить проблему, корни которой уходят в специфику самого фильтрационного алгоритма, целиком невозможно все равно. Кстати, именно в силу алгоритма гораздо лучше обстоят дела в этой области у контентных фильтров. В них на голову приходится 6,46%, на середину — 64,74%, а на хвост — 28,8% рекомендаций. Казалось бы, неплохо, но общий вывод Кано неутешительный все равно: коллаборативные системы эффективно работают, но не умеют работать с хвостом; контентные системы работают с хвостом, но малоэффективны в принципе.

Впрочем, на деле эффективность коллаборативной фильтрации сегодня тоже постоянно ставится под вопрос, и в общем-то все современные музыкальные навигационные ресурсы по-прежнему можно рассматривать лишь как площадку более или менее успешного эксперимента. Этот эксперимент активно продолжается — так, на место чистых коллаборативных, контентных, контекстных фильтров начали претендовать гибриды — разработки, пытающиеся тем или иным способом вместить в себя всю сумму предшествующих достижений. Yahoo! Music Radio, дополняющее коллаборативные механизмы простейшими контентными; ресурс «http://rateyourmusic.com/» \n _blankRate Your Music, использующий одновременно сортировку по формальным параметрам, сложную систему метаданных, а также оценки и рецензии обычных пользователей; технология MediaUnbound и основанный на ней сайт EMusic; канадский RACOFI Music, объединивший коллаборативные фильтры с семантическими; разработанный iTunes рекомендательный сервис Genius.

Другое востребованное сегодня направление развития музыкальной навигации пошло по пути экспериментов не столько с механизмами анализа, сколько со способами представления полученных результатов. Так, определенную популярность получили на каком-то этапе визуальные сервисы, подобные Liveplasma, Musicplasma, Flokoon — многоступенчатые интерактивные схемы, отражающие внутренние связи между самой разнообразной музыкой. Пользователь задает в них стартовую точку — имя любимого артиста или произведения, — после чего попадает в графически выстроенное пространство, где может путешествовать по смежным музыкальным областям, досконально изучая ближайшие окрестности пункта отправления или, напротив, уходя через лабиринты гиперссылок все дальше и дальше — параллельно, разумеется, прослушивая музыкальные образцы. Больше всего это напоминает движение по картам, призванным помочь человеку не заблудиться в хаосе современного музыкального мира. Правда, представленные на этих картах топографические сведения сами по себе вовсе не оригинальны. Например, Flokoon берет данные с Last.fm, Liveplasma и вовсе основана на информации Amazon — а значит, все традиционные недостатки навигационных систем в наличии и здесь.

Проблема качества самих механизмов фильтрации стоит очень остро — настолько, что, например, компания Netflix, занимающаяся рекомендациями в области кино, даже учредила в какой-то момент Netflix prize, обещая $1 млн. тому, кто сможет хоть немного усовершенствовать ее (в основе своей коллаборативный) алгоритм. В 2009 миллион достался команде разработчиков BellKor's Pragmatic Chaos, сумевшей повысить достоверность прогнозов о будущих оценках пользователей на 10,09%. Между тем, никакие улучшения алгоритмов, никакие даже самые новые, яркие и смелые решения пока что так и не способны обеспечить действительно надежную навигацию в информационном шуме. Более чем наглядные результаты демонстрирует в этом смысле опрос, проведенный в феврале 2011 исследовательской группой Orpheus Media Research. Согласно нему, разнообразными рекомендательными сервисами пользуется сегодня около 54% любителей музыки, и хотя 77% из них признают, что по крайней мере однажды обнаружили с их помощью нечто действительно любопытное, 40% утверждают, что больше чем в половине случаев советы навигационных систем совершенно не адекватны, а 22% и вовсе считают, что найти с их помощью новую интересную музыку практически невозможно.*

Так что, похоже, сколько бы ни настаивали цифровые энтузиасты на том, что безграничное культурное изобилие «в принципе это вообще не проблема — просто нужны качественные фильтры»[12], создание этих фильтров оказалось не такой уж тривиальной задачей. Абсолютно эффективного способа преодоления информационного хаоса техническими средствами цифровой эпохи не

* Приводится по: http://www.cliomusic.com/are-music-recommendation-services-working

существует до сих пор — и именно этот факт заставляет все большее число специалистов, да и простых слушателей, задаваться вопросом: а что, если технологии — вовсе не решение?

[1] Костылева Т.В. По дорогам культуры индивидуальных миров // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации (Сборник статей). — М., 1998. С. 102.

[2] Андерсон К. Длинный хвост. — М.: Вершина, 2008.

[3] Там же. С. 163

[4] Ихихо К.М. Публикция музыкальных работ в Интернет // Oxid.ru, 31 марта 2006. URL: «http://cjcity.ru/news/content/statya_33.php»http://cjcity.ru/news/content/statya_33.php

[5] Шварц Б. Парадокс выбора: как мы выбираем и почему «больше» значит «меньше». — М., 2005.

[6] Why Choice Is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing? Sheens Iyengar (Columbia) and Mark Lepper (Standford), 2000

[7] Нейсбит Д. Мегатренды. — М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2003. С. 41.

[8] Comerford W. Tin ears for the 21st century // Seattle Weekly, Nov 15, 2000. URL:http://www.seattleweekly.com/2000-11-15/news/tin-ears-for-the-21st-century/

[9] Lasar M. Digging into Pandora's Music Genome with musicologist Nolan Gasser // ArsTechnica URL: «http://arstechnica.com/tech-policy/2011/01/digging-into-pandoras-music-genome-with-musicologist-nolan-gasser/»http://arstechnica.com/tech-policy/2011/01/digging-into-pandoras-music-genome-with-musicologist-nolan-gasser/

[10] Долгин А. Экономика символического обмена. — М.: Инфра-М, 2006.

[11] Cano P. Music Recommendation Systems: A complex network perspective. URL: http://mmds.imm.dtu.dk/presentations/cano.pdf

[12] См. п. 2. С. 14.

С. Стахорский

АРХАИЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧЕВОЙ СРЕДЕ (крылатые выражения, личные имена, обсценная лексика)

Речевая среда — это язык, которым владеют люди, и это мир слов, которыми они пользуются. Речевая среда подразумевает не только то, что мы говорим, но и как говорим.

Речевая среда многосоставна. В ее состав входят литературный язык и жаргон, а также специализированные языки, которые оперируют терминами, выработанными в разных областях знания и деятельности.

Речевая среда — подвижная, текучая материя. Она постоянно пополняется неологизмами, отражающими новые явления социальной жизни, и одновременно хранит ментальность народа, его историческую память и его культурный опыт.

Особый слой речевой среды образуют паттерны, имеющие архаическое происхождение. В них проступают следы древних ритуалов и обрядов, табу и тотемов. Архаические паттерны давно утратили актуальный смысл, и тем не менее почему-то сохраняются в культурном обороте.

Мой интерес к данному феномену обусловлен тем, что в последнее время я занимаюсь в основном изучением древних культур, и, наверное, поэтому отчетливо слышу тот потаенный диалог, который ведут мир архаики и мир современной цивилизации.

Чтобы предмет рассмотрения стал более понятным, приведу пример из истории театра. В древнегреческой драме был один постоянный прием, которым пользовались все драматурги. Каждый выход персонажа сопровождался оповещающей репликой хора или корифея. Прием этот имел свое название и обозначался термином «прокеригма». Так, в трагедии Софокла «Антигона» выход Креонта предваряют слова корифея: «Я вижу владыку родимой страны Менекеева сына Креонта. Он идет». Появление Антигоны, заключенной под стражу, отмечается репликой: «Это ты, Антигона? Чего ради, царевна, схватили тебя». В первой части «Орестеи» Эсхила персонажи ожидают возвращения Агамемнона. Когда же он, наконец, появляется, въезжая, как подобает царю, на колеснице, корифей говорит: «Вот и ты, государь, ты, троянских твердынь победитель, Атрид!»

Прием прокеригмы имел функциональное назначение. В древнегреческом театре V века до н.э. внешний облик актера не позволял идентифици-

ровать изображаемого им героя. Костюмы и маски всех, кто находился на оркестре, были совершенно одинаковыми; невозможно было даже различить мужских и женских персонажей. Прокеригма, таким образом, обеспечивала анагноризис — узнавание.

Позднее в период эллинизма, отмеченный персонализацией культурного сознания, в театре появляются индивидуализированные маски, но драматурги по-прежнему применяют прокеригму. Впоследствии маска уходит из сценического оборота, а реплики-прокеригмы остаются, хотя в них давно уже нет никакой надобности. Такие реплики обнаруживаются в пьесах Шекспира и Лопе де Вега, Мольера и Пушкина.

Откроем трагедию «Борис Годунов». В сцене «У фонтана» Самозванец, одержимый любовной лихорадкой, дожидается свидания с Мариной Мнишек. Увидев ее, восклицает «Она!», чтобы зритель невзначай не подумал, что это вовсе и не она. Марина в свою очередь переспрашивает: «Димитрий! Вы?». Минутой раньше Самозванец, подойдя к фонтану, зачем-то говорит: «Вот и фонтан», хотя его наличие на сцене указано ремаркой и понятно без слов. В другом эпизоде народ ждет выхода царя, однако появляется юродивый, и дабы их не перепутали — царя и юродивого — следует реплика: «Не царь ли? — Нет; это юродивый».

Данные реплики не мотивированы логикой действия, нет в них функционального смысла. Персонажи сами по себе очевидны в своих ролях. Появление подобных реплик можно объяснить только какой-то генетической памятью.

Любой драматург ориентируется, прежде всего, на свое время и учитывает его эстетические особенности. Творчество Пушкина приходится на период расцвета романтического театра, который утвердил на сцене исторические костюмы и декорации, каковых не было прежде. Однако, ориентируясь на сценическое искусство своего времени, драматург, сам того не осознавая, воспроизводит некоторые формы, связанные с древними театральными традициями.

Прием прокеригмы, избыточный в традиционных «костюмных» постановках «Бориса Годунова», оказался крайне необходимым в модернистских спектаклях. В начале 1980-х годов Юрий Любимов поставил трагедию Пушкина в виде площадного действа, отбросив всякий исторический антураж. В сцене «У фонтана» Самозванец (его роль играл Валерий Золотухин) появлялся в тельняшке и матросском бушлате, держа в руках ржавое ведро, из которого текла струйка воды. Указав на ведро перстом, Самозванец говорил: «Вот и фонтан». А потом выходила Марина Мнишек (Алла Демидова) в огромном рыжем парике, очень похожая на тогдашнюю эстрадную диву. Такому Самозванцу и такой Марине трудно было узнать друг друга, но благодаря репликам-прокеригмам, заложенным в пьесе, встреча у фонтана состоялась.

Реплики-прокеригмы имеются в пьесах Гоголя. Но тут иная ситуация, отличная от той, которую мы наблюдали у Пушкина. Гоголь в драматургии опре-

деленно ориентируется на Аристофана и связывает с ним идеал общественной комедии. Из фонда античного театра Гоголь берет не только прокеригму, но и многие другие приемы, в частности, парабасу древней аттической комедии, воплощенную в монологе Городничего «Над кем смеетесь? Над собой смеетесь».

В комедиях Гоголя обнаруживается если не стилизация, то, во всяком случае, осознанное заимствование античных приемов. У Пушкина реплики-прокеригмы не обусловлены какими-либо установками и интенциями. Рука поэта будто вписала их наперекор его желанию.

Подобными прокеригмами представляются «первообразы» древних культур, которыми наполнена речевая среда и вся окружающая нас жизнь. Такие «первообразы» мы и называем архаическими паттернами.

В каких случаях исследователь вправе констатировать архаический паттерн в изучаемом им предмете, будь то речь, быт или искусство?

Архаические паттерны имеют три основных признака: устойчивость, повторяемость и повсеместность. В языке такими свойствами обладают фразеологизмы, крылатые выражения, присказки, пословицы, поговорки. Если обнаруживается их древнее происхождение, то они могут быть отнесены к паттернам архаического типа.

Архаические паттерны, бытующие в речевой среде, как правило, не вызывают рефлексию со стороны их носителей и пользователей. Все знают и довольно часто употребляют такие выражения, как «душа нараспашку», «у Христа за пазухой», «играть с огнем», «встать с левой ноги», «взять себя в руки», «не выносить сор из избы», но мало кто задумывается над их глубинной семантикой.

Идиома «душа нараспашку» отражает некоторые традиции древнерусской одежды. Помимо утилитарного назначения одежда, как правило, выполняла апотропейные функции: согревая тело, она охраняла душу. Чтобы нечистая сила не пролезла за пазуху, ворот рубахи следовало держать туго застегнутым; с той же целью ворот обычно расшивали магическими орнаментами-оберегами. Ходить с воротом, открытым нараспашку, считалось вызывающим и рискованным. Такое поведение позволяли себе люди отчаянные, каковыми были, например, скоморохи. С открытым воротом скоморохи изображены на фреске Успенской церкви в селе Мелётово под Псковом (около 1465 года) и в миниатюре Радзивиловской летописи (XV век).

Высшая степень защиты человека, когда он чувствует себя в полной безопасности, — «у Христа за пазухой». Этот образ рассматривают как эквивалент английского «in Jesus pocket» («в Иисусовом кармане»). Однако русская идиома имеет более интимное значение. В языке Древней Руси слово «пазуха» подразумевает не только пространство под одеждой, но и грудь, грудную клетку, и соответственно «за пазухой» — под самым сердцем.

Опасное занятие — игра с огнем. Согласно древним представлениям, огонь — сакральная стихия: огонь опаляет грешников и тем уличает их грехов-

ность. А поскольку людей без греха не бывает, каждый рискует пострадать от огня. На этом поверье основаны многие обряды разных народов. Не случайно, фразеологизм «играть с огнем» встречается почти во всех европейских языках: франц. Jouer avec le feu, исп. Jugar con el fuego, нем. Mit dem Feuer spielen и др. На Руси игру с огнем устраивали в ночь на Ивана Купалу. Участники обряда прыгали через костер: тот, у кого опалилась обувь или загорелся край платья, считался погрязшим в грехах. Сакральное испытание огнем совершалось накануне Рождества. Скоморохи, исполнявшие роли халдеев в «Пещном действе», бегали по улицам с факелами и поджигали прохожих: кому тулуп, а кому бороду.

Встать с левой ноги — дурной знак, выражающий древнее представление, согласно которому правое — левое соотносятся как доброе и злое. В средние века способность пользоваться левой рукой вместо правой считалась меткой дьявола. Идиома «встать с левой ноги» имеется почти во всех романо-германских языках: французском, испанском, немецком и др. Русская семантика этого выражения связана еще и с тем, что православные совершают крестное знамение справа налево: движением руки от правого плеча к левому.

Фразеологизм «взять себя в руки», то есть овладеть своими чувствами, происходит от раннего значения слова «рука» в древнерусском языке. Слово означало не только часть тела, но и власть, волю, попечение.* Отсюда идет прозвище суздальского князя Юрия, длительное время домогавшегося киевского престола, — Долгорукий.

Традиционное на Руси восприятие собаки как «нечистого» животного (сохранился чин начала XVII века «На очищение церкви, егда пес вскочит») отразилось в распространенных фразеологизмах «съесть собаку», «вешать всех собак», «где собака зарыта». Та же традиция обусловила обычай собачьих кличек: недопустимыми считаются человечьи имена за исключением имен иностранных, не включенных в православные святцы. По старинным понятиям иностранцы как бы и не вполне люди — собаки. В том их уравнивает упомянутый чин: его полное название — «На очищение церкви, егда пес вскочит или от неверных внидет кто». Кошкам же как «чистому» животному дают обычно русские имена.

Выражение «не выносить сор из избы» для русских крестьян некогда имело прямой, буквальный смысл. Сор не выметали из избы: его сжигали в печи, дабы не осквернить землю. За этим обычаем возникает целый комплекс магических связей древнего человека с землей.

Из старинного крестьянского быта в речевой оборот вошли фразеологизмы «вить веревки», «как сыр в масле», «кровь с молоком». Более древние выражения, имеющие античные корни, — «белая ворона», «крокодиловы слезы», «на седьмом небе», «ловить рыбу в мутной воде» и др.

---

* Та же омонимия содержится в греч. χείρ и лат. manus.

В историческом времени архаические паттерны часто теряют изначальную семантику. Словосочетание «кожа да кости» в древности выражало представление о мертвом теле, значение худобы — вторичное. Выражение «шевелить кости» ныне имеет пейоративную окраску: раньше оно означало «поминать предков».

Традиционный речевой оборот в любом застолье — «выпьем за…», то есть за кого-либо из присутствующих, кому адресован тост. Между тем, этот оборот явно нарушает лексические нормы. В русском языке (и не только в нем одном) приставка «за» подразумевает замещение: сделать что-либо за кого-то означает вместо него. Поэтому, если мой сотрапезник предлагает выпить за меня, то я, по логике, должен протянуть ему свою рюмку, чтобы он из нее выпил вместо меня.

Откуда же произошел фразеологизм «выпить за»? В нем видится отголосок языческого пира древности, когда пирующие выпивали за умерших предков — вместо них, ибо они находятся в нематериальном состоянии и самочинно выпить не могут.

Возьмем крылатое выражение, которое у всех на слуху: «Дело помощи утопающим — дело рук самих утопающих». Источник выражения известен: роман Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев». Комментаторы романа, в их числе составитель наиболее полного комментария Ю.К.Щеглов, объясняют это выражение как пародию на слова Ленина: «Освобождение рабочих должно быть делом самих рабочих»[1]. По всей видимости, Ильф и Петров подразумевали пародийный эффект. Однако содержание текста никогда не исчерпывается личностным смыслом, который вкладывает автор. Культурная память приписывает другие смыслы: о них писатель может и не подозревать.

За фразой «Дело помощи утопающим — дело рук самих утопающих» скрывается древний запрет, согласно которому нельзя помогать тонущему, попавшему в речной омут или морскую пучину. Спасти его — значит отобрать добычу у владыки подводного царства. Кто так поступает, сам рискует стать жертвой.

Эдуард Тайлор в книге «Первобытная культура» подробно рассказывает об этом запрете: в средние века он был распространен повсеместно — у всех народов Европы, а на Востоке сохранялся вплоть до XX века[2]. Допускаю, что об этом запрете Ильф и Петров могли знать. Оба родом из Одессы — города, где помнят и чтут древние морские обычаи.

Одним из главных языковых идентификаторов человека является его имя — личное имя. Оно имеет несколько разновидностей. Официальное имя записано в паспорте и других документах. Под этим именем человек живет в обществе. Однако дома, в семье он нередко обзаводится другим именем — домашним псевдонимом. Во всех подобных случаях пробивается старинная традиция двойных имен, широко распространенная на Руси. При крещении человек получал сакральное имя, но держал его в тайне, дабы не навлечь на себя порчу. Сакральное имя было известно домочадцам и духовнику. В соци-

альной жизни человек пользовался подставным именем, и с ним находился на людях — в миру.

Под мирскими именами остались в истории правители Киевской Руси, а их крестные имена сегодня знают только специалисты. Князь Владимир Святославич имел крестное имя Василий, его сын Ярослав Мудрый — Георгий, Всеволод Большое гнездо — Димитрий и т.д. Всем известны имена первых русских святых — Борис и Глеб, но это их мирские имена. Имена же церковные — соответственно Роман и Давид.

В документах Московской Руси постоянно встречаются лица, названные мирскими именами: Дружина, Дунай, Дорога, Истома, Лихач, Неудача, Невежа, Роспута, Субота, Тишина, Шестак, Шумило, Шуба и др. Видный дипломат рубежа XV–XVI веков, дьяк Курицын по церковному имени звался Иваном, а по мирскому — Волком. Составленная им книга «Мерило праведное» имеет подпись: Иван-Волк. Государственный деятель периода царствования Алексея Михайловича, думный дьяк и начальник Посольского приказа в 1653–1667 годах Ерофей Иванов (по крестному имени) был известен современникам как Алмаз Иванов.

Обычай двойных имен долго сохранялся в крестьянской среде. Достаточно вспомнить тургеневских мужиков: Хорь, Моргач, Касьян с Красивой Мечи по прозвищу Блоха и др. Постепенно сакральное имя древности трансформировалось в домашний псевдоним.

Домашним псевдонимом часто служит ласкательное или шутливое имя. Прославленная оперная певица Галина Вишневская рассказывала о прозвищах, которыми обзавелись она и ее муж, Мстислав Ростропович: «Я называла его Буратино, потому что он был очень худой и у него торчал острый нос, а Ростропович всегда называл меня Жабочка». Целая коллекция домашних псевдонимов содержится в письмах А.П.Чехова, адресованных жене. Обращаясь к О.Л.Книппер, он называет ее Дусей, Супружницей, Актрисулей, Актриской, Бабусей, Бабулей, Замухрышей, Балбесиком, Лошадкой, Собакой.

Иногда домашним псевдонимом делается самое обычное, простое имя. Меня зовут Сергей Всеволодович, а моего отца звали наоборот — Всеволод Сергеевич. Имя Всеволод он получил по святцам, и оно стало его официальным именем. Но в домашнем общении за ним закрепилось имя Владимир, и так его называли все родственники. Имя Владимир ничем не лучше, чем Всеволод. Это схожие имена, созвучные фонетически, имеющие один исторический корень. Оба происходят от древнеславянского глагола «владеть»: Всеволод — владеющий всем, Владимир — владеющий миром. Домашний псевдоним служил одной-единственной цели: отделить частную жизнь от жизни публичной. Приходя домой со службы, отец вместе с мундиром (он был военным) снимал с себя официальное имя и надевал родное имя, как надевают уютные домашние тапочки.

С традицией двойных имен связан обычай, принятый пользователями интернета. Регистрируясь в Сети, пользователь придумывает себе nickname, заме-

няющий настоящее имя, и под «ником» общается «в контакте», переписывается по электронной почте и т.п. Зачем нужна такая конспирация? На наш взгляд, здесь срабатывает все тот же архетип защиты своего имени. Собственное имя человек воспринимает как пароль, открывающий вход в личное пространство. «Ник» ограждает от незваных гостей и непрошенных посетителей.

Тут обнаруживается любопытный парадокс. Сетевой пользователь, фигурируя под «ником», без стеснения «выкладывает» свой портрет. Пряча собственное имя, не считает нужным скрывать свое лицо.

В современной жизни лицо, как и имя, идентифицирует личность и обеспечивает ее социализацию — face-control. Однако это явление относительно новое, утвердившееся в XX веке. (В паспорта фотокарточки стали помещать 70–80 лет назад: в нашей стране с 1937 года.) В прежние времена лицо не обладало современным качеством идентичности, и поэтому культурная память, столь чувствительная к имени, в отношении лица выказывает явное безразличие.

Я ни в коей мере не принадлежу к тем исследователям, которые в буквальном смысле одержимы розыском архетипов и в любом артефакте усматривают магический след древности. Но есть и другая крайность, когда за видимостью не замечают сущность. Ученые, вероятно, тем и отличаются, что способны проникать в глубинные слои культуры и понимать их связи с тем, что находится на поверхности.

Исследуя доставшиеся от древности «первообразы», как бы их не называть — архетипами, паттернами или как-то иначе, нельзя ограничиваться одним лишь внешним сходством. Артефакт может рассматриваться как архетип только в том случае, если прослеживается историческая цепочка, ведущая к древнему «первообразу».

Почему, например, «шапка свободы», которую надели на головы французские либертены конца XVIII века и которую потом изобразил Делакруа в картине «Свобода на баррикадах», являет собой паттерн фригийского колпака античности? Между ними существуют связующие нити. Они тянутся от элевсинских мистерий, в которых фригийский колпак был знаком посвящения, в Древний Рим, где он входил в обряд, сопровождавший получение рабом вольной. Актеры низового театра пронесли фригийский колпак через средние века и эпоху Возрождения, и, в конце концов, он сделался символом Великой французской революции.

Когда культурно-исторические связи проследить невозможно, об архетипичности того или иного образа можно говорить только в порядке гипотезы. Мне нравится, например, гипотеза, связывающая персонажей американских комиков братьев Маркс с образами-масками римской ателланы. Братья Маркс опирались на живую традицию комедии дель арте, истоки которой обычно усматривают в ателлане. Но тут имеется обрыв исторической цепи. Последнее свидетельство об ателлане содержится в сочинении Арнобия «Против язычников» (около 295 года), а первые упоминания комедии дель арте датируются

серединой XVI века. Если между ними и существует связь, то пролегает она по каким-то неведомым тропам средневековья.

Тему своего выступления я ограничил речевой средой. Однако архаические паттерны проявляются не только вербально, но визуально и акционально — в знаках и символах, в жестах и церемониалах.

Паттерн-жест — обычай прикрывать ладонью рот при зевоте (в старину осеняли крестом, чтобы в утробу не вошел нечистый). Древний паттерн-жест, имевший фаллическую семантику, — кукиш. У славян он служил традиционным оберегом, посредством которого оборонялись от дурного глаза и всякой нечисти. В народной медицине кукиш использовался как средство лечения некоторых болезней: например, при появлении ячменя кукиш подносили к глазу. Дериваты кукиша в современном обороте: обычай сжимать кулаки на удачу в каком-либо предприятии, а также обсценный жест, производя который левой ладонью ударяют по правой руке, согнутой в локте и поднятой вверх.

Недавно в сводках новостей прошла информация о том, что президент Путин посетил отремонтированный Театр наций и по просьбе актеров прибил к планшету сцены серебряную монету. Такой обычай, действительно, существует в театре, и существует достаточно давно. Но за этим обычаем стоит магический обряд так называемой «строительной жертвы».

Обряд «строительной жертвы» выражал архаическое представление о том, что любая постройка должна быть оплачена щедрой жертвой «земляному хозяину» или некоему духу-хранителю места. В средние века при строительстве замков, крепостных сооружений и даже церквей в фундаментах или стенах заживо замуровывали человека. Считалось, что душа замурованного будет стражем здания и убережет его от разрушения. В последующие эпохи «строительные жертвы» стали менее жестокими и практиковались главным образом в фольклорной среде. Польские крестьяне при закладке дома убивали кур и по углам закапывали их отрубленные головы. Чехи и словаки зарывали под фундамент сосуды с вином и пищей, украинцы — горки зерна.*

Со «строительной жертвой» связано поверье, что любой дом строится на чью-либо жизнь, и тот, кто первым войдет в него, должен в скором времени умереть. Поэтому владельцы нового дома, прежде чем войти в него, пускали вперед кошку или курицу. Этот обычай существует поныне, и его соблюдают, не задаваясь вопросом, для чего он нужен. Так повелось, так поступали всегда...

В этой связи вспоминается рассказ Карла Юнга, касающийся его посещения одного из племен черной Африки. Юнг стал свидетелем какого-то непонятного обряда и обратился за разъяснением к туземцам. Те не смогли ничего объяснить и послали его к шаману, но и он не добавил ясности и только сослался на предков, которые данный обряд совершали всегда.

---

* Обширный этнографический материал, посвященный обряду «строительной жертвы», содержится в трудах выдающегося ученого Д.К.Зеленина[16].

Носители современной цивилизации, конечно, отличаются от туземцев, описанных Юнгом. Но в некоторых своих действиях руководствуются тем же императивом: так делали всегда.

Возвращаясь к современной речевой среде, хотел бы обратить внимание на явление, имеющее очень древние корни, образующее глубинный архаический слой. Это обсценная лексика, сквернословие, русский мат.

Обсценная лексика в истории отечественной словесности и в современном речевом обороте — большая и сложная тема, требующая отдельного разговора. Мою задачу несколько облегчает издание ряда научных трудов, посвященных русскому мату[3, 4, 5], а также мои собственные публикации, в которых этот феномен рассматривается на материале Древней Руси[6, 7].

Большинство исследователей сходятся в том, что русский мат представляет собой сакральный язык, происхождение которого связано с языческими культами и основанными на них магическими заговорами и заклинаниями. Изначально в этом языке не было ничего кощунственного и запретного. В ходе христианизации Руси мат сохранил присущую ему сакральность и, вместе с тем, приобрел обсценность. Его стали воспринимать как «срамословье», по выражению «Повести временных лет». Последнее обусловило установление неписанных правил его употребления и границ допустимого применения.

Испокон веков русский человек, оказавшись в неприятных для него обстоятельствах, споткнувшись на ровном месте или ударив молотком по пальцу, произносил матерные слова, и делал это для того, чтобы отогнать беса, который поставил подножку, толкнул под локоть.

По древним поверьям матерные слова обезвреживают нечистую силу. Вместе с тем, сама нечистая сила постоянно сквернословит. Тогда оказывается, что посредством сквернословия человек поражал нечистую силу ее собственным оружием — клин клином.* Но любым оружием надо пользоваться осмотрительно, соблюдая предосторожность, дабы не навредить самому себе и другим. Отсюда табуирование фаллической брани в отношении людей. Обруганный человек мог стать легкой добычей для злых духов, и особенно уязвимыми были дети и женщины. Поэтому сквернословие в их адрес считалось совершенно недопустимым.

Запрет сквернословия распространялся на магические территории, каковыми считались дом и прилегающий к нему двор. Когда бранные слова звучат в доме, то его покидают благожелательные духи (домовые) и небесные покровители (ангелы), и в дом, оставшийся без защиты, проникают бесы.

---

* Клин клином — принцип, которым руководствовался древний человек, сталкиваясь с нечистой силой. Та оповещает о своем появлении стуком и треском, и, чтобы ее отогнать, следует произвести ответный шум, ударив в колотушки и трещотки. Дьявол имеет рога: защитой от него служат тоже рога. Отсюда происходит апотропейный жест, называемый «рога», или «коза»: мизинец и указательный палец подняты вверх, а остальные пальцы прижаты к ладони.

Нельзя сквернословить во время грозы. Этим можно навлечь на себя удар молнии. Небесные воды, проливаясь на землю, ранят нечисть. Та поднимает матерный вой и спешит укрыться под деревьями, где ее убивают стрелы-молнии Ильи-пророка.

Апотропейные функции мата объясняют странный, на первый взгляд, обычай простонародья. Родители, воспитывая мальчиков, специально обучали их матерной брани. Об этом факте сообщает И.Т.Посошков в письме к Стефану Яворскому и характеризует его как «обыклое в народе нашем безумие»[9]. Обычай, возмущавший просвещенного деятеля начала XVIII века, в народном сознании имел жизненно важный смысл. Обученный сквернословию считался вооруженным против возможных напастей.

Как всякое оружие, фаллическая брань — прерогатива мужского поведения. Если матерные слова произносит женщина, то это выдает в ней ведьму. Крестьяне Полесья считали, что бабий мат оскверняет землю, и та не сможет дать хороший урожай.

Древнее сквернословие называют языком фольклора. Действительно, обсценные песни дошли до нас в фольклорных антологиях, начиная со знаменитого сборника Кирши Данилова. Однако ареал употребления матерной речи, разумеется, не ограничивался фольклорной средой. По свидетельству антиохийского путешественника Павла Алеппского, побывавшего в Москве в середине XVII века, у царя и патриарха главное ругательство — «б<…>дин сын»[9]. Не стеснялись в выражениях церковные проповедники. «Матерной лаей» разит своих врагов протопоп Аввакум, и в этом ему не уступает ученейший Симеон Полоцкий. Обсценные выражения встречаются в составленных им официальных документах церкви: «Сказание о святом соборе» и «Жезл правления».

О том, сколь глубоко укоренилась в народном сознании магия сквернословия, говорит примечательный случай, который произошел в Художественном театре во время постановки драмы Л.Н.Толстого «Власть тьмы» (о нем рассказывает Станиславский в книге «Моя жизнь в искусстве»). Мало знакомые с жизнью современной деревни, «художественники» отправились в село Тульской губернии, где разворачивается действие пьесы, и привезли оттуда в качестве консультантов старика и старуху — кума и куму. «Они оказались на редкость способными к нашему актерскому искусству, — пишет Станиславский. — После нескольких репетиций они уже запомнили слова всех ролей. Особенно талантлива была старуха. Как-то раз, по болезни артистки, исполнявшей роль Матрены, пришлось просить старуху репетировать. Когда она передавала Анисье порошок для отравы ее мужа и засунула свою корявую руку за пазуху, ища между старческими дряблыми грудями маленький сверток с ядом, а потом совершенно спокойно, деловито, не понимая степени своего злодейства, объясняла Анисье, как надо постепенно и незаметно убивать ядом человека, — мурашки пробегали у нас по спине». Под впечатлением этой репетиции решено было, что старуха сыграет роль вместо на-

значенной актрисы. «Но обнаружилось неодолимое препятствие. В тех сценах, в которых куме приходилось на кого-нибудь сердиться, — она бросала текст Толстого и пользовалась своим собственным текстом, составленным из таких отборных ругательств, которых не пропустила бы ни одна цензура»[10].

Почему неграмотная крестьянка, прежде никогда не бывавшая в театре, так легко освоилась на сцене, поняла все ее условности, но не смогла выполнить пустяковое, казалось бы, требование? Видимо, для нее тут был вовсе и не пустяк, а нечто важное, в своем роде священное.

Фольклорное сознание характеризуется трепетным и целомудренным отношением к слову («слово не воробей…»), и такое отношение в известном смысле распространяется на сквернословие. Над этим парадоксом задумывался Достоевский: «Народ наш очень даже целомудрен, несмотря на то, что это бесспорно самый сквернословный народ в целом мире»[11]. Наивному сквернословию простонародья Достоевский противопоставлял «матерную вонь» представителей высших сословий: им «нравится вонь, словно лимбургский сыр утонченному гастрономy».

Древняя магия русского мата со временем почти полностью выветрилась. То, что было сакральным, сделалось профанным. Этот процесс протекал несколько столетий и заметно ускорился в XX веке. В современном речевом обороте дезавуированы гендерные табу (мат перестал быть сугубо мужским речевым кодом), размылись существовавшие прежде границы употребления обсценной лексики. Старинный запрет сквернословия в доме спародировал Леонид Гайдай в фильме «Кавказская пленница». Персонаж, сыгранный Ф.Мкртчяном, услышав незнакомое слово «волюнтаризм», восклицает: «В моем доме не выражаться!»

Пародийный след верований в магию обсценного слова обнаруживается в анекдоте, который я слышал лет двадцать назад.

Армянское радио спрашивают:

— Как построить забор?

— Надо написать слово из трех букв и приколотить к ним доски.

Давно замечено, что обсценность не сводится к одной лишь брани. Это язык, на котором не только и не столько ругаются, — на нем говорят. Сама возможность такого разговора при относительно малом количестве обсценных слов обусловлена коннотативностью матерной речи. Эту особенность отмечал Достоевский: мат позволяет одним-единственным существительным «выразить все мысли, ощущения и даже целые глубокие рассуждения»[12].

Ненормативную лексику относят к экспрессивным элементам речи. Как всякая речевая экспрессия, матерное высказывание произносится спонтанно, «слетает с языка». При этом говорящий вполне осознает табуированность мата и намеренно допускает девиантное поведение, нарушающее социальные конвенции.

Спрос на обсценную речь возрастает в периоды общественных возбуждений. Так было в годы перестройки и гласности, когда художники вышедшего из подполья андеграунда атаковали матерным словом твердыни советского строя[13]. Можно вспомнить скандальный перформанс, устроенный в Москве 18 апреля 1991 года. Участники группы «Э.Т.И.» («Экспроприация территории искусства») своими телами выложили на брусчатке Красной площади слово из трех букв. Данной акцией, как объяснял ее устроитель Анатолий Осмоловский, они стремились «десакрализовать» пространство главной площади страны.

Ненормативная лексика выполняет различные функции: инвективные, смеховые, пародийные и проч. В разных социальных и возрастных группах она имеет свои особенные мотивации. Ближе всего к сакральному сквернословию древности находится мат подростков. Определяющее значение тут имеет момент речевой инициации. Через обсценные слова подросток утверждает свою причастность миру взрослых.

Любопытно отметить, что речевая инициация входила в ритуальный фонд так называемых «тайных мужских союзов», существовавших в первобытных сообществах. Вступая в союз, юноша проходил испытательные обряды, показывая умение терпеть голод и жажду, переносить боль; пройдя их, узнавал новый язык — язык посвященных, который отныне ему позволялось использовать[14].

Архаические паттерны, наполняющие речевую среду, можно в целом охарактеризовать как своего рода «заумный язык»: в том значении, какое этому термину придавали русские футуристы, — язык, находящийся за умом, принадлежащий внерассудочной сфере сознания[15].

Древние паттерны свидетельствуют о том, что мир архаики и мир цивилизации, разделенные в историческом времени веками и тысячелетиями, в культурном измерении постоянно соприкасаются и ведут друг с другом непрерывный разговор.

А дальше, «кто имеет уши слышать, да слышит»…

[1] Щеглов Ю.К. Комментарии к роману «Двенадцать стульев». — М., 1995. С. 618.

[2] Тайлор Э.Б. Первобытная культура. — М., 1980. С. 68.

[3] Успенский Б.А. Мифологический аспект русской экспрессивной фразеологии // Успенский Б.А. Избранные труды. — М., 1994. Т.2;

[4] Левин Ю.И. Об обсценных выражениях русского языка // Левин Ю.И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. — М., 1998;

[5] Михайлин В. Тропа звериных слов: пространственно ориентированные культурные коды в индоевропейской традиции. — М., 2005.

[6] Стахорский С.В. Театральная культура Древней Руси. — М., 2012.

[7] Стахорский С.В. Русская литература. — М., 2007.

[8] Олеарий А. Описание путешествия в Московию. — М., 2003. С. 175.

[9] Путешествие антиохийского патриарха Макария в Россию в половине XVII века, описанное его сыном, архидиаконом Павлом Алеппским // Чтения в обществе истории и древностей российских. — М., 1898. Т. 4. С. 126.

[10] Станиславский К.С. Моя жизнь в искусстве. — М., 1962. С. 318-319.

[11] Достоевский Ф.М. Полн. собр. соч. — Л., 1980. Т. 21. С. 116.

[12] Там же. С. 108.

[13] Гусейнов Г.Ч. Материалы к русскому словарю общественно-политического языка XX века. — М., 2003.

[14] Элиаде М. Тайные общества. Обряды инициации и посвящения. — М., С-Пб, 1999.

[15] Михайлин В. Тропа звериных слов: Пространственно ориентированные культурные коды в индоевропейской традиции. — М., 2005.

[16] Зеленин Д.К. Избранные труды. — М., 2004. Т. 4. С. 145-175.

II

ЭКРАНЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КУЛЬТУРОЛОГИИ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ

О. Строева

ЗНАКОВАЯ ПЕРСПЕКТИВА КАК ОТРАЖЕНИЕ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ

Термин «знаковая перспектива» был введен основателем Неоакадемизма в современной живописи Тимуром Новиковым. Он писал о постмедийной революции: «В наше время тотального изменения происходит формирование множества индивидуальных систем адаптации трехмерного мира к плоскости. (…) Я начал разрабатывать не перцептивную, а семантическую систему построения пространства. (…) В результате создания этой семантической перспективы у меня появилась возможность совершенно условным путем расширять и уменьшать пространство за счет размещения одного и того же знака ближе или дальше от линии горизонта»[1]. Медийность, проявляющая себя в безграничном потоке визуальной информации, снизила способность видения вещей, так что при восприятии изображений работают лишь стереотипы сознания, которые пытались разрушать в свое время модернисты. Абстракционисты показали предел изобразительности (в «Белом квадрате на белом»), очистили знаки от привычных смыслов, обесценили интенциональность сознания и само изображение избавили от видимого.

Все что происходило далее в искусстве — было попыткой вернуть видимость вещам, однако «концепция», как новый принцип искусства, закрыла снова путь к непосредственному видению. Это сближение изобразительности (физиопластики) и выразительности (идеопластики), показанное еще у Рене Магритта в картине «Это не трубка», в современной реальности приобрело форму возвращения к пиктограммам на экранах мобильных телефонов и других высокотехнологичных устройств. Логоцентрическое восприятие информации сменяется на пиктографическое, что реализуется на практике в полном погружении в такую знаковую виртуальность, где изображение становится аналогом вещи.

Таким образом, мы наблюдаем появление нового типа чувственности постсовременного человека, сформировавшегося в условиях всеобщей виртуализации. Этот шизоидный или симбиозный тип чувственности описан у Ж. Делеза и Ф. Гваттари. Они говорят «о теле без органов», то есть теле, противостоящем «организации организма»[2]. Знаменитый образ орхидеи и осы, как разновидность ризомы, иллюстрирует также тип существования в Виртуальности или в Медиареальности, которая предоставляет человеку возможность раздвоиться или находиться в состоянии симбиоза. Они писали: «Тотальное протезирование чувственной реальности заставит исчезнуть это, мое тело и тело Другого; тело уже больше невозможно мыслить

как тело-порог, т.е. как орган, дифференцирующий и защищающий себя от избыточных внешних раздражений»[3].

Симбиозное состояние есть регрессия к состоянию «мать и дитя», утрата собственного Я, возврат к недифферинцированности, то есть практически к мифологическому состоянию сознания. Материнская плата и Матрица, по всей видимости, неслучайно имеют один и тот же корень со словом «мать». Возрождение архаического матриархата происходит в виде всеобщей виртуальной матрицы, где роль матери-земли буквально играет «черный квадрат» телевизора или монитора, что интуитивно предвидел К. Малевич. Мы можем рассматривать Супрематизм как гениальное прозрение Малевича о тотальной перестройке восприятия и чувственности, а также предвидение формирования нового типа мимесиса.

Новый мимесис, или «критический мимесис», или «психомимесис», утверждает современное искусство как многоуровневую симуляцию. «Черный квадрат» стал одним из наиболее заметных кирпичей в кладке Вавилонской башни Виртуальной Культуры и Неомифологического сознания XX—XXI века. Освобождение изображения от действительности, которого добивались абстракционисты, а также от какого бы то ни было оригинала привело к созданию фантомов, то есть образов, имеющих ценность самих по себе и благодаря себе.

То, что постмодернисты называют «симулякрами», то есть знаками без оригинала, кроме них самих, производящих себя, чтобы выдать за единственный оригинал, не единственный, но яркий пример такого рода. Телевидение стало продуцировать симулякры, то есть изображения, потерявшие связь с оригиналами, как и абстрактные изображения, оно доставляет нам образы, лишенные какой бы то ни было интенциональности. Как случилось, что от «Черного квадрата» К. Малевича мы шагнули в эпоху тотальной власти экрана телевизора, такого же черного и почти квадратного, ставшего Супремусом массовой культуры, ее идолом и иконой? Пытаясь ответить на этот вопрос, хотелось бы еще раз внимательно рассмотреть весь алгоритм генезиса Визуального в европейской культуре.

С точки зрения феноменологии историю развития искусства можно рассматривать как последовательное изучение механизмов конституирования своего образа Я, неотделимого от тела, и его способов пребывания в мире, что древние называли соотношением микро- и макрокосмоса. Фигуративная тенденция в искусстве, начиная с античного канона, переосмысленного в эпоху Возрождения и закрепленного академизмом Нового времени, демонстрирует нам историю трансформации восприятия человеческого бытия через призму вещей и свое собственное тело, как одной из вещей этого мира и способа организации пространства. Мерло-Понти писал: «Поскольку мое тело видимо и находится в движении, оно принадлежит к числу вещей, оказывается одной из них, обладает такой же внутренней связностью и, как и другие вещи, вплетено в

мировую ткань»[4]. После того как Лакановская «стадия зеркала, как образующая функцию Я»* в визуальном изображении успешно была пройдена гениями Ренессанса, начался процесс отделения от материнского антично-христианского тела. Боги постепенно начали превращаться в людей.

Интерес к своему «телесному эго» особенно живо представлен в череде портретов и автопортретов барочно-классического и романтического толка, а также ставшим популярным у голландцев «мотивом зеркала». В период «позднего реализма» конца XIX века художники в совершенной форме научились создавать полную визуальную иллюзию телесного пространства на холсте. В дальнейшем фотография, кинематограф и, в конечном счете, цифровая реальность посредством оптических технологий все же довела тенденцию создания телесно-пространственной иллюзии до крайности, добавив к полноте воссоздания вещного пространства, вторую фундаментальную характеристику бытия — время, и на какой-то момент усилия художников-реалистов были обесценены. Однако живописный гиперреализм, завоевавший популярность в Америке 1960-х, свидетельствует о потребности зрителя в подобном аттракционе — наблюдать чудесное рождение плоти «мира» из красочной «земли». Новые технологии позволили художникам сделать этот аттракцион еще более потрясающим. Сознание человека настолько заштамповано готовыми образами, что мы лишены видения, о чем бесконечно писали философы от М. Хайдеггера до Ж. Делеза. В условиях медиакультуры при постоянном переизбытке визуальной информации, ситуация усугубляется, и потребность в высвечивании вещей и в целом телесного бытия-в-мире через искусство является неизбывной.

Но телесная точка зрения в отношении реальности стала подвергаться экспериментам уже в XVII веке. Ярким примером подобного эксперимента по изменению системы отсчета служит знаменитая картина Диего Веласкеса «Менины», становившаяся неоднократно предметом интерпретаций, как со стороны философов, так и художников-модернистов. Мишель Фуко начинает свое знаменитое произведение «Слова и вещи» с разбора «Менин», и делает следующий вывод: «Возможно, эта картина Веласкеса является как бы изображением классического изображения, а вместе с тем и определением того пространства, которое оно открывает. Однако здесь, в этой разбросанности, которую оно собирает, а заодно и расставляет по порядку, все указывает со всей непреложностью на существенный пробел — на необходимое исчезновение того, что обосновывает изображение: того, на кого оно похоже, и того, на чей взгляд оно есть всего лишь сходство. Был изъят сам субъект, который является одним и тем

* Ликующее приятие своего зеркального образа существом, еще погруженным в моторное бессилие и зависимость от питания, каковым на этой стадии инфанс является младенец, отныне в образцовой ситуации проявит, на наш взгляд, ту символическую матрицу, в которой Я оседает в первоначальной форме, прежде чем объективизироваться в диалектике идентификации с другим и прежде чем язык всесторонне не воссоздаст ему функцию субъекта.

же. И изображение, освободившееся, наконец, от этого сковывающего его отношения, может представать как чистое изображение»[5].

Нефигуративность в живописи возникла как антитеза телесному освоению мира через призму искусства. Начиная с пиктограмм и иконописи, художники развивали знаковую живопись, направляя взгляд зрителя от физики к метафизике. Пабло Пикассо буквально препарировал в 58 вариантах «Менины» Веласкеса, стремясь вывести на свет всю процедуру конструирования образов и непосредственного изображения самой внутренней структуры вещи, не пользуясь при этом видами, то есть понятиями. Тем самым от телесного ощупывания мира взгляд художника обратился к трансцендентальному полю и редукции ноэтических актов сознания. Кроме того, Пикассо показал, что сознание человека начала XX века заштамповано и закрыто не только в отношении вещей мира, но и в целом образов Культуры: мы видим «Менины» Веласкеса в любой из 58 версий искаженной до неузнаваемости картины. Наше культурное сознание бесконечно дорабатывает все детали и образы в любой конфигурации. Этот феномен перегруженности сознания стереотипами, символами, знаками, фантомами был в дальнейшем описан постмодернистами, а Тимур Новиков назвал это явление «семантической перспективой». Если бы мы показали один из кубистских вариантов «Менин» индонезийскому рыбаку, естественно, для него это изображение показалось бы набором линий, пятен и геометрических фигур, лишенных телесной пространственной ориентации.

Чтобы обрести новую позицию вне привычного мира, абстракционисты пошли еще дальше, они попытались создать некий взгляд по ту сторону вещей, выйдя за рамки своего образа-тела. Любимый для интерпретаций феноменологов художник Пауль Клее продемонстрировал вариант живописи, будто не основанной на человеческом чувственном опыте. В. Подорога назвал точку зрения художника «космической»[6], поскольку в его произведениях вообще нет никакой пространственной ориентации, что сближает их с одной стороны с иероглифическим письмом, и с другой стороны, с нотной записью. Казимир Малевич определил этот новый темпоральный элемент живописи как «четвертое измерение».

Еще более показательным примером живописи-музыки, безусловно, являются композиции Василия Кандинского. С другой стороны, в нефигуративности были утверждены формализм и самоценность эстетической конструкции как самостоятельно действующие элементы восприятия Реальности. Были созданы чистые симулякры, не имеющие и не предполагающие никакого оригинала. И символическая виртуальная Реальность одержала окончательную победу над Реальным, что, безусловно, подготовило почву для появления Медиакультуры и связанной с ней Новой мифологии.

Современное искусство становится одним из наиболее ярких проявлений нового типа чувственности постсовременного человека, сформировавшегося в условиях всеобщей виртуализации. Выставка Ольги Тобрелутс («Новая мифоло-

гия» в ММСИ, февраль, 2013) может служить хорошим материалом для анализа этих тенденций. Одна из лучших работ, представленных в этой экспозиции, «Битва голых» демонстрирует, как конструкция сама по себе (золотое сечение) определяет зрелище. Намеренно абсурдный сюжет — битва обнаженных мужчин и собак посреди леса — не вызывает никаких вопросов у зрителя благодаря самодостаточности композиции. Таким же образом устроены симулякровые изображения медиакультуры, а кроме того, мы читаем здесь и отсылку к нефигуративности. Это еще раз доказывает, что современному зрителю не нужна референтность, не нужна символичность, и любое изображение становится для него вполне автономно действующим и вписывающимся в общую смоделированную Реальность образов-фантазмов. Телевидение и массовый кинематограф говорят сегодня со зрителем на языке вымышленных образов, что буквально изображено на второй картине из этой серии, представляющей сцену из компьютерной игры или фильма, смоделированного с помощью 3D графики. Удивительно, что первая картина воспринимается нами более реалистичной, не вызывающей вообще никаких сомнений по поводу действительности происходящего. При взгляде на вторую картину у нас возникает референция к некоей цифровой реальности, и мы еще способны отличить реальность от сконструированной действительности.

Многие сюжеты произведений Ольги Тобрелутс представляют собой полемику или диалог Античной эстетики и Медиакультуры. Античное тело становится чуть ли не центральным персонажем выставки (Ганимед, Аполлон и Гиацинт, Нарцисс, Тарквиний и Лукреция). Подобно ребенку, делающему первые шаги, древнегреческое восприятие самого себя только начинало отделять себя на физическом уровне от матери-природы, что привело к появлению абстрактно-телесного канона в скульптуре. Валерий Подорога сравнивает канон со «второй кожей», которую обретают греки, чтобы утверждать себя в мире. Подорога писал: «Вторая кожа в ее особой, протекторной функции, в качестве неуничтожимого фантазма приобретаемого тела, сводит на нет развитие психических функций прототелесного Эго (собственно, оно и не получило должного развития в древнегреческую эпоху). Вторая кожа — топологический предел греческого образа тела»[7]. Синкретическая формула греческого мира через скульптуру сразу же включала зрителя в пространство мифа, где человек видел свое отражение в образе богов, как ребенок видит себя в отражении матери. Что современный зритель увидит в этом обнаженном мальчике Ганимеде или умирающем Нарциссе, уже далеко не канонического типа?

Новая интерпретация этих образов, предпринятая художником, состоит в измененном типе чувственности, который возник под воздействием Медиасферы и полемизирует с академическим. Казалось бы, неоакадемический Нарцисс представляет собой тоже воплощение индивидуализированного образа Я-тела, организованного и цельного. В действительности, возможность выйти за рамки

своего образа Я-тело у человека ограничена, о чем писали Ф. Ницше и А. Арто. Такая дионисийская способность «превозмочь собственные границы» существует у шизофреников и «аффективных тел». Греческая культура с ее вакханалиями давала шанс человеку легально совершать побег из тюрьмы своего образа Я-тела.

Сегодня выход за рамки своего телесного эго происходит в рамках шизоидного или неомифологического типа, пребывающего в симбиозе с Медиакультурой. Таким образом, «Умирающий Нарцисс», больше не глядящий на свое отражение в зеркале, — знаковая фигура для нашего времени. Если у Караваджо, Рубенса, Брюллова «Нарцисс» — символ открытия своего телесного эго и любование им как эстетическим объектом, то у Ольги Тобрелутс — это знак отказа от своего индивидуального экзистенциального образа. Кстати, если мы взглянем на «Метаморфозы Нарцисса» Сальвадора Дали, то заметим явную раздробленность, разложение на объекты, разрушение целостной организации фигуры, что свидетельствует о начале века новой мифологии или шизофренического типа чувственности. Подобно скандинавским богам Одину, Вилли и Ве, художники модернисты начали снова разрубать тело ледяного гиганта Имира на части, что подготовило еще в начале 20 века появление «полифонического тела» (по определению В. Руднева)[8] или нового типа сознания, растворенного в Медиакультуре. В XXI веке художники пытаются собрать это тело в нечто цельное и вдохнуть в него новую жизнь. Но для культуры жизнью, как известно, является миф. Эти новые мифы продуцируются Медиакультурой, в симбиозе с которой неизбежно находится и современное искусство.

В серии античных раскрашенных скульптур Ольги Тобрелутс мы как раз можем наблюдать, как уже мертвое тело Античной культуры вновь оживает благодаря Поп-культуре или культуре Гламура: Аполлон, одетый в Moschino, Афродита, одетая в Versace, Антиной, одетый в Lacoste. Как известно, в Древней Греции все скульптуры, как и у египтян, расписывались в яркие цвета, кожа имела телесный оттенок, одежда окрашивалась в красный и синий цвет, оружие — в золотой. В истории сохранились имена древнегреческих живописцев, в частности Никия, расписывавшего статуи Праксителя. Древние греки подчеркивали подобие телесности с помощью цвета в скульптуре, поскольку по-другому образ бога или атлета был бы недостоверным или вообще не воспринимался юы, как черно-белая фотография для аборигенов представляет собой просто набор пятен. Как и египетские статуи фараонов с глазами, инкрустированными алебастром и хрусталем, греческие скульптуры выполняли функцию двойников. Причем жизнеподобие никак не противоречило абстрактному математическому канону. В современной гиперреалистической скульптуре, казалось бы, та же тенденция мимесиса получает свое развитие, художники используют новые технологии, трехмерное моделирование и силикон для того, чтобы абсолютно точно воспроизводить иллюзию телесности, и в результате они получают абсолютно индивидуализированное, конкретное тело, однако вместе с сакральностью и каноном в

них пропадает и жизненная сила. Эти гиперреалистические скульптуры больше напоминают староримские портреты, выполненные в традиции этрусского веризма, которые в свою очередь ведут начало от восковых масок, снятых с лиц умерших. Собственно такое же впечатление они и производят — эффект мертвого тела или кунсткамерных объектов. Античные модели Ольги Тобрелутс, напротив, обретают новую жизнь, так как совмещают в себе архаическую мифологическую реальность и новую потребительскую мифологию поп-культуры.

Тоже происходит и со Священными христианскими образами, перекрещенными с идолами гламура и кинематографа, например, Леонардо ди Каприо распят на столбе в образе Святого Себастьяна. Политический миф об Американском солдате и в целом мессианской роли США в современном мире предстает наслоенным на образ римского атлета, концептуально воспроизводя стремление к имперским завоеваниям.

По мере развития всеобщей виртуальной матрицы еще одна тема набирает сейчас все большую актуальность — «женский взгляд» в искусстве или идея «женского искусства». О. Тобрелутс поставила себе сложную задачу — попытаться отказаться от традиции мужского взгляда в искусстве, при этом оставаясь в рамках академизма — наиболее концентрированного воплощения фаллоцентризма. Как известно, деконструкция постмодернистской эпохи охватывает все сферы человеческого мировосприятия, в том числе фундаментального архетипа Логос-Отец. Ж. Деррида рассматривает понятие «женщина» как метонимическую замену своей ключевой категории «difference». К этому ряду метонимических замен «различия» относятся также: письмо, след, метка, симулякр, фармакон, деконструкция и другое. Он сравнивает «историю освоения истины» со скольжением «дарения — принятия, дарения — хранения, дарения — вреда»[9] между женщиной и мужчиной.

Ж. Деррида интерпретирует женоненавистничество Ф. Ницше как деструкцию метафизики, поскольку истина сравнима с женщиной или с «движением завесы, направляемой женской стыдливостью». По сути, он говорит о неуловимости истины через понятие женщины, которая сама становится ускользающей пара-категорией-призраком «difference» и обозначает систему следов. В эстетическом ракурсе difference можно трактовать в качестве феномена скольжения между фигурацией и нефигурацией, репрезентацией и образом. Из этого следует, что женский поворот в искусстве как раз ведет к некоему размыванию границ и всеохватному зрению, а именно материнскому круговому зрению. Сама Ольга говорит о том, что мужской тоннельный, охотничий взгляд в построении живописной композиции не приемлем для женщины-художника.

Этот новый тип чувственности, присущий женщине-матери, возможно, способен породить новый виток в развитии изобразительности.

С другой стороны, постмодернистский взгляд на современную культуру не заменяет «мужское» на «женское», поскольку смысл деконструкции не в пере-

ворачивании бинарных оппозиций, а в их разбиении, то есть в отказе от структурированности. У М. Фуко, например, речь скорее идет о стирании субъектности как таковой в связи со «смертью автора» (демиурга, субъекта, фаллоса)[10], где проблематична идея рождения и смерти, предков и потомков. Таким образом, мы вновь возвращаемся к многомерности и виртуальности сегодняшней Медиакультуры, к ее мифологическим характеристикам. Как известно, логоцентризм признавал превосходство фонетического письма над всеми остальными типами, в том числе, письмом иероглифическим. М. Фуко пишет, что «иероглифическое письмо не воспроизводит в горизонтальных линиях ускользающий полет голоса; оно воздвигает в вертикальных столбцах неподвижный и все же опознаваемый образ самих вещей, не придавленных и не деформированных от гребенок до ног трансцендентальной Идеей»[11] Благодаря развитию технологий и огромному количеству визуальной информации мы наблюдаем, как человеческое восприятие вновь становится пиктографическим, оперирующим современными иероглифами и магическими рунами. Ольга Тобрелутс, как и многие современные художники, пытается препарировать мифологию новой матрицы, где-то деконструируя ее, где-то демонстрируя механизмы ее образования. Мы вместе наблюдаем, как происходит возвращение к синкретическому матриархальному мировосприятию, где Мать-Земля в образе «черного квадрата» телевизора или монитора собирает воедино своих детей. И никто из нас уже не способен перерезать пуповину.

[1] Новиков Т. Иосиф Бродский. Горизонты: [Электронный ресурс] // Новая Академия Изящных Искусств. Спб., 2013. URL: “http://www.newacademy.spb.ru/novikov/gorizont.html”http://www.newacademy.spb.ru/novikov/gorizont.html

[2] Делез Ж. и Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. — М., 2008.

[3] Там же. С. 86.

[4] Подорога В. Феноменология тела. Введение в философскую антропологию. — М., 1995. С. 14.

[5] Лакан Ж.. Инстанция буквы в бессознательном. — М., 1997. С. 23.

[6] Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. — СПб., 1994. С. 201.

[7] Там же. С. 48.

[8] Подорога В.. Пауль Клее как тополог. // Феноменология тела. Введение в философскую антропологию. — М., 1995.

[9] Руднев В. . Полифоническое тело. — М., 2010. С. 116.

[10] Деррида Ж. . Шпоры: стили Ницше // Философские науки № 2, 3. — М., 1991. С. 12-41.

[11] Фуко. М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. — М., 1996. С. 36.

[12] Мерло-Понти М. Око и дух. — М.: «Искусство», 1992. С. 12.

Е. Сальникова

ВЗГЛЯД СОВРЕМЕННОГО КИНО НА МАССМЕДИА. ТЕХНИКА И ЕЕ ГЕРОИ

В 1960-начале 1980-х годов художественный кинематограф обращался к теме массмедиа эпизодически. Присутствие техники массмедиа и самого массмедийного пространства могло никак не фиксироваться в картине мира, создаваемой кинематографом. Ситуация меняется к концу 1980-х. Присутствие массмедиа и/или техники запечатления реальности становится в киносюжетах все более регулярным и вариативным. Кино начинает неусыпно следить за развитием массмедиа, за ролью аудио-визуальной техники в повседневности, как будто интуитивно ощущает приближение электронной революции, бума сотовой телефонии и интернета, которые принципиально изменят картину мира.

В данной статье мы попытаемся сделать обзор наиболее внятных интерпретаций западным художественнным кинематографом роли и функций техники аудио-визуального запечатления и в целом массмедиа на рубеже XX-XXI столетий. Обращаясь как к выдающимся произведениям арт-хаусного кино, так и к заурядной, чисто развлекательной кинопродукции, мы постараемся ограничиться фильмами, претендующими на отображение именно современного реального мира.*

Конечно же, мы осознаем, что любая классификация относительна, так как те или иные тенденции восприятия массмедиа искусством кино формируются стихийно. И все-таки нам кажется необходимым произвести хотя бы условную классификацию образных высказываний (или идей) о технике и принципах массмедиа. Первое высказывание касается ценности экранных технологий для приватного человека, для психофизического самочувствия конкретного неповторимого индивида. Второе высказывание посвящено новым интеллектуально-социальным типам — активному создателю и активному пользователю массмедийных технологий. Третий вариант высказывания — это рефлексии кино над силой воздействия массмедийных форм на человеческие сообщества, на общественно-политическую действительность.

Есть немало кинокартин, где присутствуют сразу несколько типов высказывания. Существуют и особые случаи, когда прямых, осознанных высказываний вроде бы нет, однако вся художественная ткань кинофильма свидетельствует о радикальности трансформаций, производимых массмедиа в обществе и искусстве.

---

* Особая и весьма многочисленная категория картин — фантастические и научно-фантастические фильмы, в которых предлагаются сценарии развития массмедийных технологий и массмедийного общества будущего. Однако сколько-нибудь подробный анализ этих сценариев требует отдельного исследования.

В личном партнерстве с массмедийной техникой

В конце 1980-х, в виде преамбулы к компьютерному и интернет-буму оказались существенными две картины о перипетиях интимной жизни героев, в одном случае на фоне общественных конфликтов, в другом случае на фоне нейтральной реальности социума. В фильме «Невыносимая легкость бытия» (режиссер Филипп Кауфман, 1988) по одноименному роману Кундеры (1982, опубликован в 1984 во Франции) главная героиня, Тереза (Жюльет Бинош), зачем-то снимает на фотокамеру советские танки и разгром уличных шествий в Праге в 1968 году. Она передает пленки голландским журналистам, из-за чего у нее возникают неприятности с представителями просоветской власти.

Показательно то, что Тереза не является ни профессиональной журналисткой, ни профессиональным фотографом, ни даже просто политизированным гражданином. Напротив, она человек сугубо приватный, живет любовью и чтением книг. Однако именно такой инстинктивный принцип поведения, родственный деятельности честного фотографа-репортера, оказывается органичен для героини в экстремальной политической ситуации. Это и есть стиль поведения современного рядового европейского жителя, по представлениям романа, написанного в 1982 году. Стремление к максимальной публикации происходящего, свобода запечатления политических реалий, свобода распоряжения отснятыми материалами — не столько проявление героизма, сколько выражение гражданской полноценности индивида, в мирной жизни весьма атомизированного и далекого от политики. Гражданская полноценность состоит в спонтанном ощущении права любого человека запечатлевать политическую реальность и публиковать запечатленное.

Следующая кульминация использования фотокамеры наступает тогда, когда Тереза получает заказ журнала на съмки обнаженной натуры. Героиня приходит к любовнице своего мужа, художнице, и там они вместе устраивают фотосессию, поочередно представая перед фотокамерой обнаженными или полуобнаженными. Для Терезы это способ адаптироваться к регулярным изменам Томаша и наладить душевный контакт с его постоянной подругой, для которой та же самая фотосессия — очередной способ эротического самовыражения. Получается, что обе девушки общаются и привыкают к существованию друг друга через взаимодействие с фотоаппаратом. Осуществляя фотосъемку, каждая как бы присваивает себе образы интимного облика другой, адаптируется к ситуации любовного треугольника и переключает ее в символический регистр, поскольку фотоаппарат автоматически попадает на место Томаша, любимого обеими героинями и любящего обеих девушек.

Герой американской картины «Секс, ложь и видео» Стивена Содеберга (1989) на протяжении многих лет переживает любовную драму, используя видеокамеру для интервьюирования разных женщин, рассказывающих о своем сексуальном

опыте. Видеозаписи этих интервью складируются героем у себя дома, к ним он регулярно обращается, будучи не в состоянии без этого сохранять эмоциональный баланс или же вести сексуальную жизнь. Так происходит до тех пор, пока он не встречает замужнюю женщину, жену школьного приятеля, которая в тот период страдает от кризиса своего брака. Обсуждение видеоматериалов помогает одинокому молодому человеку и несчастной женщине лучше понять себя и друг друга. Кульминация отношений и преодоление физической дистанции в личных взаимоотношениях героев происходит во время видеозаписи интервью, на которое решается героиня.

Картина Содеберга показывает, что видеозапись является формой самоанализа, исповеди, самопостижения и проникновения в психофизическую природу другого человека, формой личного дневника, психотерапии, а также предлогом для общения, провокацией сближения. То есть, это важное звено в регуляции интимной психофизической жизни, самопозиционирования, человеческих контактов — гораздо более эффективный способ преодоления внутреннего кризиса индивида, чем сеансы психоаналитика. Героиня посещает их без какого-либо результата.

Обозначенная линия восприятия техники аудио-визуального запечатления продолжается в более поздних кинокартинах. Так, в драме «Время прощания» (2005) Франсуа Озона молодой успешный фотограф меняет образ жизни и отношение к фотосъемкам, когда узнает, что болен раком и жить ему осталось несколько месяцев. Он откладывает в сторону профессиональную фотокамеру, перестает делать фотографии для глянцевых журналов, а берет в руки маленький любительский фотоаппарат и начинает снимать картины повседневной жизни — прохожих на улице, играющих детей на площадке, загорающих людей на пляже. Он постоянно запечатлевает самую обыкновенную жизнь, и это помогает ему адаптироваться к мысли о неминуемости скорого ухода из этой жизни. Фотоаппарат выступает спутником героя в мучениях и «расширителем» заключительного временного периода жизни — перманентная фотосъемка создает ощущение более насыщенно проживаемых и как бы удерживаемых, сберегаемых мгновений бытия.*

Современный обитатель большого города нередко прибегает к услугам интернета, испытывая серьезные проблемы с межличностным общением напрямую. Герой нашумевшей американской кинодрамы «Стыд» (2011) Стива Маккуина живет в Нью-Йорке, в небоскребе, работает в каком-то большом офисе, расположенном в другом небоскребе. Дома у героя исключительно функциональная мебель. Теплой обжитой среды она не создает, а словно рабо-

* Мотив любительских видеосъемок стабильно присутствует в фильмах, посвященных современным локальным войнам или терроризму («Война по принуждению», «Рай сейчас», «Пять минаретов в Нью-Йорке», «Чистая кожа», сериал «Поколен ие убийц» и т.д.) Воюющим американским солдатам видео необходимо для развлечения и самовыражения, это неотъемлемая составляющая их повседневности и их рефлексий о своей роли в военных конфликтах. Террористам видео необходимо как идеологические материалы, как воззвания, исповеди перед совершением теракта. Комплекс смыслов в подобного рода картинах может явиться предметом развернутого исследования.

тает мебелью в домашнем офисе. Своей «нулевой степенью декоративности» она будто желает угнаться за компьютерами, которые явно задают общий стиль любым интерьерам, где бывает герой.

Вне квартиры героя окружает мир бетона и стекла, создающего зыбкое марево отражений городского ландшафта. Идя по улицам некоторых районов, можно созерцать парочки, занимающиеся любовью за стеклянными стенами небоскребов. Эти люди похожи на насекомых из чьей-то коллекции, насаженных на булавки внутри стеклянных витрин. Внешняя среда Нью-Йорка, такая, какой она изображена у Маккуина, словно отторгает от себя человека, превращая его прежде всего в отстраненного зрителя. У себя дома герой нередко ходит абсолютно голый, а домашний и офисный компьютеры использует для посещения порносайтов и эротических интернет-сеансов. Так проявляется не только и не столько развращенность героя или его эротомания, сколько переживаемый им дефицит физического взаимодействия с окружающей средой, психофизическая изолированность. Он нуждается даже не столько в полноценных сексуальных партнерах, сколько в общении с собственным телом. Сыгранный Майклом Фассбендером герой картины молод, привлекателен, и весьма нравится девушкам. Его странный образ жизни рожден исключительно психологической проблемой — внутренней дистанцированностью от людей, неготовностью к полноценным человеческим отношениям, отвыканием как от душевных страданий, так и от душевных наслаждений. Герою проще иметь дело с проститутками, случайными партнершами, экранными картинками работниц сферы «сексуального досуга».

Однажды придя на работу, герой обнаруживает пропажу своего компьютера. Коллега сообщает, что «комп» унесли в ремонт, так как в нем обнаружено гигантское количество следов захода на порносайты. В офисе это восприняли как наличие вирусов, тормозящих работу компьютера. На самом деле это следы той личной жизни героя, которая давно уже превратилась для него в естественную составляющую повседневности.

В целом кинематограф не склонен привычно повторять расхожее суждение обыденного сознания о губительной безнравственности интернета и прочих электронных средств связи и запечатления, но видит их социальную многофункциональность и, в конечном счете, зависимость от своих пользователей, авторов контента, программистов, всех тех, кого можно назвать экторами массмедийных средств. Это более или менее прямо проявляется в ряде картин, в том числе в «Я, ты и все, кого мы знаем» Миранды Джули (2009), «Чат» Хидео Наката (2010).*

* В английском фильме «Чат» (Chatroom) интернет-общение представлено как общение в трехмерном пространстве с комнатами, в том числе гостиными для общего сбора приятелей, куда они приходят физически, «по-настоящему». Тем самым, воплощается представление об интернет-общении как прямом аналоге взаимодействия людей в реальном мире. Один из подростков ставит себе цель довести до самоубийства другого, из общей интернет-тусовки. Однако фильм внятно показывает, что само интернет-пространство не повинно в порочных наклонностях героя, а лишь служит до известного предела орудием его планов.

В бельгийском фильме «Бен Х» (2007, режиссер Ник Балтазар) показано, как тинэйджер-аутист с помощью хорошего владения компьютером и умения талантливо играть в компьютерную игру с драками и преследованиями преодолевает невыносимую ситуацию — постоянные издевательства недалеких одноклассников.* Бен знакомится со своей виртуальной партнершей по игре — ею оказывается красивая и добрая девушка. Она относится к Бену как к более чем полноценному человеку, поскольку критерием для нее является не его поведение в реальном мире, а его умение преодолевать экстремальные ситуации в мире компьютерных приключений. Она поддерживает решение Бена открыто выступить против компании болванов, которые стащили с Бена джинсы и с гоготом снимали его на свои сотовые телефоны.

Бен с помощью матери и других членов семьи инсценирует самоубийство на пароходе, запечатлевает его на видеокамеру, а потом устраивает в церкви просмотр двух видеозаписей — издевательства в школе и своего мнимого самоубийства. Виновники третирования героя оказываются посрамлены и, тем самым, нейтрализованы. Видеозаписи выступают в качестве составляющей обвинения и возвращают представление о нравственных нормах, единых для всех людей вне зависимости от их психофизических особенностей или изъянов. Причем видеозапись мнимого самоубийства подается в фильме не как обман, не как симуляция достоверности, но как воплощение сценария вполне возможного развития событий, поскольку после издевательств одноклассников Бен действительно был на грани суицида.**

Любительское кино в «Бен Х» интерпретируется как носитель картины возможного будущего и способ проигрывания человеком различных сценариев своей судьбы, а также способ воздействия на человеческие сообщества, в данном случае — агрессивных одноклассников и пассивную администрацию школы. Тем самым «Бен Х» объединяет в себе первый, второй и третий типы высказывания. Чем меньше в фильме откровенной жанровости, чем больше стремления отобразить современную человеческую драму, тем более универсальными по своим социально-психологическим функциям предстают и отдельные электронные средства, и вся система массмедиа.

---

* Генетически Бен ведет свое происхождение от героя знаменитого «Газонокосильщика». Умственно неполноценный герой, выигрывающий от союза с компьютерной реальностью, сначала появляется в фантастическом сюжете, а потом перекочевывает в картины, претендующие на правдивое отображение реальности наших дней.

** Вполне шекспировский мотив мнимых похорон сопровождается уже модернизированным, но тоже в глубинных основах шекспировским мотивом — инсценировкой событий, которая должна убедить всех присутствующих в их достоверности и заставить испытывать определенные чувства. У Шекспира для подобных целей использовали живых людей, будь то бродячие актеры в «Гамлете» или Кассио и Бьянка в «Отелло». В современном искусстве роль иллюзийного зрелища выполняет видеозапись.

Компьютерные гении и злодейство

Жанровое кино больше интересуется экзотическим колоритом новой профессии «компьютерщика». Возникает новый типичный персонаж — компьютерный гений; он может быть как мужского, так и женского пола. Наряду с компьютерщиками-одиночками («Сеть», 1995, режиссер Ирвин Уинклер) «Антитраст», 2001, режиссер Питер Хоуит и пр.) в киносюжетах действуют компании друзей-коллег, готовых проворачивать весьма смелые, в том числе противозаконные или, напротив, направленные на восстановление законности, операции с помощью новой электроники (американские «Хакеры», 1995 и «Тихушники», 1992, английский телесериал «Жучки», 1995-1998). Таковы наиболее рано оформившиеся мотивы развлекательного кино с авантюрным сюжетом.

Психологической особенностью компьютерных гениев может быть малая коммуникабельность, нелюдимость. Когда героиня «Сети» Анжела (Сандра Баллок) утрачивает все документы и ее обвиняют в том, что она — не она, а совсем другое лицо, ей сложно найти кого-нибудь, кто может подтвердить ее личность. Герой «Антитраста» ни с кем, кроме своей девушки и двух друзей, не видится. Разветвленная среда для неформального общения у него отсутствует. Однако то, что у Бена из приведенного выше фильма является болезнью, — невозможность и нежелание общаться с людьми, — в образах компьютерных гениев трактуется как легкая и даже обаятельная странность, к тому же профессиональная черта. Работа за компьютером это работа «с компьютером», она требует душевных сил и времени; сокращение непосредственного общения является нормой для новой профессии. Кроме того, именно неудачи в реальном общении — например, ссора с девушкой, невозможность стать членом какого-либо престижного клуба — могут служить импульсом для удачных изобретений в компьютерной реальности, как то происходит у одного из создателей Facebook'а, Марка Цукерберга (Джесси Айзенберг) в фильме «Социальная сеть» (2010, режиссер Дэвид Финчер). Удачи во взаимодействии с виртуальной реальностью компенсируют неудачи в социальной и приватной жизни. Соответственно, для развития виртуальной реальности нужны и даже полезны человеческие несчастья: они двигают человечество вперед.

Если героине «Сети» нужна была помощь друга в спасении от могущественных корпораций, то героине «Девушки с татуировкой дракона» (2011), еще более некоммуникабельной, уже ничья помощь не требуется. Будучи психически неуравновешенной сиротой, она обязана иметь опекуна. Им становится негодяй, требующий от своей подопечной сексуальных услуг. Девушка снимает его бесчинства на видеокамеру (она похожа на пуговицу, прикрепленную к рюкзаку для украшения), создает файл и грозит в случае дальнейшей агрессии опекуна распространить этот файл как вирус в интернете. Тем самым, героиня отомщена и защищена. Вера кино в эффективность самозащиты компьютерно грамотного человека неуклонно растет.

Персонаж, обладающий ценной информацией на искусственном носителе (дискета, диск, флешка, сотовый телефон, ноутбук и пр.), нередко выполняет функции, ранее свойственные профессиональному журналисту, борцу за правду и справедливость. Как свидетельствует сегодняшнее кино, в эру мобильной электроники и густой сети массмедиа роль журналиста, потенциального публикатора информации, оказывается доступна практически любому человеку.

В американском «Антитрасте» молодой человек, приглашенный на работу в очень престижную корпорацию, занимающуюся разработкой электронных программ, выясняет, что эта корпорация создала целую систему кражи результатов работы других фирм, других программистов, а временами устраняет тех программистов, которые ей мешают. Это делается ради монопольного обладания властью в сфере информационных технологий. Герой начинает бороться против своих злых боссов их же методами и их же оборудованием, активирует их спутниковую систему и транслирует на весь мир данные о преступлениях корпорации. Публикация нежелательной информации расценивается кино как наиболее эффективный способ нейтрализации враждебных персон или организаций. Информационные войны теперь ведут приватные индивиды, а не только корпорации и государства. Возможна война одного человека против больших человеческих сообществ.

Дружба в тени бизнеса

Кино фиксирует существенное омоложение бизнеса, связанного с новейшими электронными средствами. В телефильме «Пираты Силиконовой долины» (1999, режиссер Мартин Берк) показаны Стив Возняк, Стив Джобс, Билл Гейтс и прочие будущие магнаты в пору своего студенчества. По виду это люди двадцати лет с небольшим, очень молодые, но все-таки уже взрослые. В «Социальной сети» основатели Facebook'а, хотя уже являются студентами Гарварда, по манере одеваться, общаться и разговаривать — типичные тинэйджеры. А в американском телесериале «Ай Карли» («i carly», с 2007 г., режиссер Дэн Шнайдер) мы видим уже школьников, создающих собственные веб-шоу. Главным героям 11-14 лет. Показано, что в случае растущей популярности своего сайта дети могут получать заманчивые многотысячные предложения от коммерческих структур, например, на создание и трансляцию рекламы или на участие в каких-либо акциях.

Во всех трех произведениях речь идет о конкуренции ровесников. В центре кинофильмов об исторических персонах — ближайшие друзья, которых конкуренция грозит сделать врагами или как минимум отдалить друг от друга. Таким образом, сюжет о социальном лифте через успешное создание и раскрутку новых возможностей компьютера и интернета синтезируется с мифом об идеальной дружбе. Героям приходится разрываться между дружбой и успехом в мире электронных технологий.

В детском сериале дружба побеждает во всех сложных ситуациях, главная же конкуренция разворачивается отнюдь не между близкими друзьями. Во взрослых же картинах показано, что дружба — та цена, которую приходится платить и, главное, увы, оправданно, по мнению кино, за рождение новых средств связи, запечатления, воздействия на мир. Ценность открытий и свершений в сфере электронных технологий, связанных с тотальностью аудиовизуальной информатизации общества, успешно конкурирует с ценностью человеческих взаимоотношений. «Пиратов Силиконовой долины» и «Социальную сеть» вполне можно прочесть как сюжеты о необходимом жертвоприношении на алтарь электронной эры. В отличие от малой коммуникабельности в реальной жизни — душевном свойстве, которое формируется и усиливается само по себе, как бы помимо воли героев, — пожертвование дружбы является волевым актом, который вполне осознанно совершает человечество в лице отдельных избранных. Это закон жизни, его не следует критиковать или хотя бы обсуждать. Кино предлагает зрителю просто следить за тем, как неминуемо этот закон реализуется.

Миф о всевластии

Можно говорить о вариативном мифе всевластия массмедиа, дистанционно воздействующих на отдельных индивидов, на малые и большие человеческие сообщества. На сегодняшний день сохраняет свои позиции идея прагматического использования массмедиа политиками, бизнесменами, журналистами в приватных или корпоративных целях. Вполне классический вариант сюжета развернут, к примеру, в последнем фильме бондианы — «Координаты Скайфолл» (2012). С помощью виртуозного управления компьютерными сетями мира бывший агент британской разведки мстит своему бывшему боссу, М (Джуди Денч), устраивая ряд катастроф в Лондоне и стремясь к уничтожению М и Джеймса Бонда.

Сила воздействия в эру массмедиа далеко не всегда определяется высокой электронной экипированностью индивида или человеческих сообществ. Одним из лейтмотивов современного кино можно назвать эпизоды коллективного слежения за визуальной информацией, транслируемой по мультиэкранным системам в офисах спецслужб, организаций, обладающих грандиозными полномочиями. Сегодня подобный тип эпизода можно встретить как в откровенно жанровых авантюрных картинах (например, в фильмах о Джейсоне Борне), так и в картинах, претендующих на серьезное осмысление политической реальности («Путь к 11 сентября», 2006, «Цель номер один», 2012). Кино полагает, что мультиэкранные системы все активнее внедряются в реальные рабочие интерьеры, в том числе и рядовых служащих. Регулярный объект внимания сегодняшнего кино — пульт наблюдения службы охраны в учреждении или приватном жилище, оснащенном полиэкранной системой. Во множестве случаев оказывается, что иллюзии тотального контроля с помощью мониторов

оборачиваются коллективно переживаемым поражением персонажей, претендующих на контроль за происходящим. Тем самым, массмедийная техника становится амбивалентным образом. Он может зримо символизировать как мощь персонажей, так и их бессилие, отсутствие ориентации в происходящем.

В последнее время формируется иной сюжет — о непрагматической жажде власти и контроля над более или менее обширными людскими сообществами. Власть оказывается нужна не для политической карьеры, обогащения или мести, а просто так, как нечто самоценное. Вернее, как неограниченный узкими целями, неисчерпаемый ресурс. На данный момент герои используют его чаще всего для гарантий личной безопасности, для изменений лица страны, атмосферы работы правительства, представлений человека о себе как о виде. То есть, кино видит в массмедиа орудие для изменений мира в целом. В эпоху, когда все более традиционные орудия для воздействия человека на окружающую реальность утрачивают силу, массмедиа обнаруживают фантастическую эффективность; потому кино даже склонно к некоторой фетишизации массмедиа, да и любых отдельных технических средств запечатления и/или трансляции.

Власть, получаемая с помощью массмедиа или локальных аудио-визуальных технических устройств, наглядно демонстрирует способность одного «вооруженного» индивида управлять эмоциями и поступками многих людей на разных уровнях социальной пирамиды.

Драма одного из лидеров европейского кино Михаэля Ханеке «Скрытое» (2005) ставит в центр очень благополучную интеллигентную семью. Ее глава, Жорж Лоран (Дэниэль Отой) — литературный критик и телеведущий, его жена работает в издательском бизнесе. Однажды они получают кассету с весьма скучной записью — долгое слежение за жизнью их тихой улицы напротив входа в их дом. Ничего компрометирующего на кассете нет. Однако супруги начинают ощущать проявление чьего-то недоброжелательства и чуть ли не угрозы. Лоран расследует происхождение кассеты и выясняет, что видеозапись сделана алжирцем Маджидом, его ровесником. Будучи мальчиком, Маджид жил со своими родителями в очень состоятельном доме семьи Лоран. Но после гибели своих родителей мальчик-алжирец был насильно отправлен в приют. Теперь на вопросы о том, что ему нужно от Лорана и что он дальше собирается делать, Маджид отвечает: «Ничего». Однако он посылает кассету в редакцию телестудии, где работает Лоран, и у того происходит неприятный разговор с начальством. Ничего компрометирующего на кассете нет, однако само ее поступление в редакцию бросает тень на успешного телеведущего и способно порушить его карьеру. Зависимость современного человека от законов медиапространства весьма опосредована и при этом удивительно прочна.

Жить по-прежнему семья Лоран уже не может, в их доме поселяется атмосфера недоверия. Разлаживаются отношения родителей с сыном. Во время очередной встречи с Лораном Маджид перерезает себе горло и мгновенно уми-

рает на глазах потрясенного Жоржа. И хотя никто не собирается всерьез преследовать правоверного французского гражданина за происшедшее, однако он ощущает себя раздавленным. Похоже, именно этого и добивался алжирец.

Видеозапись находится на одном конце замысла по выражению протеста самодовольством «полноценных» французов, оберегающих себя от цветных. На другом конце — самоубийство немолодого алжирца на глазах своего жизненного врага. Демонстративное и несанкционированное видеонаблюдение интерпретируется у Михаэля Ханеке как проявление свободы и ненависти, отчаяния и агрессивного неприятия мира обуржуазившейся интеллигенции. Оказывается, что этот мир хрупок и лишен духовного стержня, а потому его можно взорвать и дистанционно, символически, лишив сознания безопасности и всеобщего одобрения.

Управление самоощущением отдельных персон, по должности являющихся «медийными лицами», ведет к управлению самоощущением социума в целом, как показывает английский сериал «Черное зеркало» (2011).* В первой его серии неизвестный похищает британскую принцессу и выкладывает в интернет видеоролик с видом рыдающей девушки, вынужденной зачитывать текст угрозы: она будет убита в случае, если премьер-министр Англии не произведет половой акт со свиньей в прямом телеэфире. Похитителю, которым оказывается авангардный художник, странный человек (однако не маньяк, не безумец), не нужны деньги, он не выдвигает никаких прагматических требований, связанных с его личной выгодой. Он руководствуется жаждой воздействия на общество и государство, желанием доказать, что государственное лицо можно легко принудить к самым отвратительным действиям, а народ будет увлеченно смотреть, как премьер выполняет условия похитителя.

Самые говорящие кадры этой серии — абсолютно пустые улицы британских городских ландшафтов. Жизнь в публичной городской среде замирает, когда разворачивается сюжет со свиньей. Все граждане концентрируются вокруг экранов, несмотря на многочисленные просьбы выключать, не смотреть, игнорировать. Обществу показывают, каково его состояние, какова роль низких инстинктов, как далеко простирается беспомощность спецслужб и правительства. Никто не догадается вовремя, где содержится девушка, никто не выследит похитителя, никто не спасет премьер-министра от свиньи. Вся нация делится на зрительскую аудиторию и организаторов или участников телеэфира, то есть на потребителей и создателей массмедийного продукта. Все прочие социальные роли не актуальны.

Другой английский сериал «Шерлок» (2009—2011), серия «Скандал в Белгравии», ставит в центр Ирен Адлер, молодую даму, оказывающую садо-мазохистские сексуальные услуги высокопоставленным персонам и сообщившую

* Данный сериал тяготеет к фантастике, однако первая серия не содержит фантастических деталей, рисуя в целом достоверную картину Англии наших дней.

королевской семье, что у нее имеются фотоматериалы, компрометирующие принцессу. Шерлок (Бенедикт Камбербэтч) отмахивается от этого дела, советуя просто заплатить требуемую сумму денег. Однако тут же оживляется, когда государственные мужи сообщают в смятении, что мисс Адлер не выдвигает никаких требований, но лишь сообщила о наличии у нее нежелательной для королевского дома визуальной информации. «Вот это действительно мощное воздействие! Это действительно стремление доминировать!» — говорит Шерлок Холмс, сразу чувствуя в Ирен Адлер интересную личность.

Хотя и череп, и скрипка, и камин и даже английская кепочка охотника с двумя козырьками сохраняются как милые патриархальные атрибуты Шерлока Холмса, они напрочь теряют свою функциональность. Традиционные вещи служат уютным декоративным оформлением мира, атмосфера которого складывается в медийном пространстве между ноутбуком, сотовыми телефонами, видеокамерами слежения, электронными считывающими устройствами для идентификации личности, газетами, телевидением.

Следующим любителем власти ради власти как таковой станет Мориарти, создающий вымышленную личность, многогранно документируя ее бытие с помощью электронных информационных систем. Отменить существование и дееспособность этой личности оказывается невозможно. Преступления ради личного удовольствия и чужих страданий, зло ради зла в союзе с массмедийностью — чья-то индивидуальная манипуляция средствами массмедиа — это не менее, а сегодня быть может более актуальный поворот сюжета, нежели традиционный вариант, когда имперсональные массмедиа манипулируют людьми, подчиняя их своей архетипической образности, своим условностям, интересам, концепциям успеха и престижа.

Массмедиа на службе политики, Политика на службе массмедиа

Однако самые существенные высказывания о массмедиа исходят от картин, посвященых, вроде бы, вообще не медийности и не электронной революции как таковой. Скорее, они повествуют о ближней и дальней политической истории.

«Операция «Арго» Бена Аффлека (Оскар как «лучший фильм» 2012 года) ставит в центр революционные события 1979 года в Иране, когда посольство США в Тегеране было взято штурмом и все находящиеся в нем американцы оказались заложниками. Только шестерым дипломатам удалось сбежать и укрыться в доме канадского посла. Перед американскими спецслужбами встал вопрос, как и под видом кого могут быть вывезены из Ирана эти шестеро. Работники Госдепартамента США предлагают планы один хуже другого, пока наконец сотрудник ЦРУ Тони Мендес (Бен Аффлек) не решает, что единственный способ спасения — это симуляция грандиозного массмедийного проекта.

Эта светлая мысль приходит в голову Тони, когда он разговаривает по телефону с сыном и спрашивает, что именно малыш смотрит по телевизору. Включив тот же канал и увидав «Битву за планету обезьян», Тони принимает решение. Получается, что телевизор как звено массмедиа выступает в роли уместного напоминания «о главном», то есть о том, что массмедиа могут выступить единственной защитой в период политических бурь.*

С помощью сценаристов и продюсеров Голливуда создается симуляция работы над фантастическим боевиком, натуру для которого и приехали якобы искать в Иране члены съемочной группы, шестеро канадцев. Приходится срочно написать сценарий, протолкнуть его, сделать макеты костюмов, устроить публичную читку и пресс-конференцию, организовать материалы в прессе, то есть включить фабрику грез на полную мощность.

Если шестеро спасаемых дипломатов — бледные невнятные образы, то парочка матерых голливудских сценаристов выписана с большой любовью и юмором. Фильм показывает, что именно Голливуд, по сути, прилагает реальные усилия для спасения американцев из антиамериканского пекла. Все остальные, более профильные, организации обнаруживают свою недееспособность. Президент в последнюю минуту отменяет всю операцию, в сущности, сдавая своих, так как опасается более значительного скандала в случае провала операции, нежели в случае гибели шестерых работников посольства. И только массмедиа с Голливудом во главе выполняют свои обещания до конца. Иными словами, Бен Аффлек снимает кино о том, что в Америке давно прогнило все, кроме Голливуда. Притом Голливуд подается именно как лидер мирового пространства массмедиа, а не просто знаменитый центр создания американского киноискусства.

Америка для остального мира — это прежде всего Голливуд, востребованный бренд, грандиозная система образов, понятная и интересная людям вне зависимости от их политических и религиозных взглядов.** Засветиться в голливудском проекте значит получить универсальный паспорт, гораздо более универсальный, чем паспорт гражданина США. Желая успешных переговоров, лучше говорить только на языке массмедийной продукции, как считает «Операция «Арго».

---

* Еще более почетная роль отводится художественному кино в фантастическом «Облачном атласе» (2012, режиссеры Том Тыквер, Лана Вачовски, Энди Вачовски). Посмотрев фрагмент из случайного фильма и услыхав, как персонаж говорит в кадре «Я не потерплю преступного ущемления своих прав», девушка-клон бунтует и готовится бежать из ресторана фаст-фуда, где должна была исправно функционировать всю свою недолгую жизнь. Поведение героев кинофильма оказывается заразительным. Кино становится импульсом для пробуждения духа свободы в искусственно созданном человекоподобном существе, что кардинально меняет будущее мира.

** В фильме «Киндом» (2007, режиссер Питер Берг) есть показательный мотив. Взаимопонимание фэбээровцев и саудовского офицера, вместе расследующих теракт на территории Саудовской Аравии, начинается с разговора об американских блокбастерах. Офицеру нравится фильм о «зеленом великане», то есть о Халке. По логике американского кино, человек, способный оценить голливудскую продукцию, не может не встать на защиту демократических ценностей. Арабский офицер по ходу действия оказывается положительным героем.

Если Бен Аффлек выступил со своим фильмом как апологет массмедиа, то Кэтрин Бигелоу своей картиной «Цель номер один» (2012) скорее продемонстрировала, до какой степени массмедиа способны трансформировать и наше восприятие реальности, и законы художественного кино.

Режиссер стремится художественными средствами создать иллюзию документальной хроники поиска и уничтожения Усамы Бен-Ладена. При этом традиционная киноэстетика полностью разрушается. Нет ни внятно очерченных персонажей, ни их взаимоотношений, ни полноценной картины мира. В фильме на тему «о борьбе со злом» не окажется даже толком показанной героической личности.

Мы так ничего и не узнаем о молодом агенте ЦРУ Майе (Джессика Честейн), которой удается вычислить местонахождение Бен-Ладена. Она остается без биографии, без привычек, без дома, без привязанностей. Рыжеволосая девушка без свойств. У нее нет ничего, кроме готовности бесконечно работать над обезвреживанием террориста номер один. Так почему бы не представить ее столь же ярко, как, например, в «Молчании ягнят» был очерчен образ Клариссы Старлинг? С одной стороны, очень похоже, что Кэтрин Бигелоу попросту боится приближаться к своей героине. Заглядывать внутрь ее души режиссер во всяком случае не собирается, опасаясь то ли увидеть там нечто страшное, то ли оказаться перед фактом отсутствия духовной ипостаси личности.

С другой стороны, у Кэтрин Бигелоу, кажется, есть подозрение, что государство не заинтересовано в духовном богатстве своих сотрудников, это слишком большая роскошь на сегодняшний день. Если человек желает успешно функционировать, он должен всегда держать при себе свой внутренний мир. А потому какие-либо проявления яркой личности будут старомодной условностью в духе кинематографа прошлого века.

Если Кларисса, вычислившая местонахождение маньяка раньше спецслужб, обезвреживала его самостоятельно, на свой страх и риск, Майя, вычислившая Бен-Ладена, остается в своем офисе, в окружении компьютеров. На территории самой операции героиня не нужна. Больше никто не ходит сражаться с мировым злом в одиночку и без подходящей экипировки.

«Цель номер один» вроде как борется с романтическими условностями жанрового кино. Мир дистанционных операций нейтрализует личный героизм. Эту новую реальность электронной эры и фиксирует фильм. Но вместе с наступлением электронной эры сам актуальный героизм тоже претерпевает изменения. Теперь он может быть тождествен самоотверженной работе с информацией. И он не может полностью соответствовать общечеловеческим нормам морали. А потому и кино не может быть всецело заодно с таким героизмом. Есть большие подозрения, что дело не только в большой любви режиссера к реалистической достоверности, а еще и в том, что кино стремится снять с себя обязанность восхищаться главной героиней.

Главный антагонист, Бен-Ладен, в картине так и не появляется, если не считать клок седой бороды трупа Бен-Ладена. Киноглаз не рискует приближаться к телу главного террориста и рассматривать его, пускай он уже упакован в специальный чехол.

В невозможности и неготовности демонстрировать и обсуждать личность Бен-Ладена кинематографическими средствами читается весьма двойственное отношение к самой ситуации новейшего, медийного существования персоны. С одной стороны, фильм рассчитан на аудиторию, автоматически встраивающую картину мира данного фильма в контекст глобального медийного пространства. А в нем Бен-Ладен неизвестным быть не может.

Однако и после «Цели номер один» Бен-Ладен известен не более, чем после демонстрации мельком в новостных телевыпусках. Как полноценный антагонист, как персонаж, имеющий право на внимание сценариста, режиссера и оператора, Бен-Ладен так и не рождается. Кино не может себе позволить приблизиться к личности Бен-Ладена, увидеть или сочинить и показать ее. Это означало бы «личное знакомство» с врагом Штатов номер один. А ведь того, кого знаешь лично, уже нельзя мыслить исключительно целью, подлежащей физическому уничтожению без каких-либо рефлексий. Кэтрин Бигелоу косвенно признает, что невозможно приближаться к самому большому врагу Америки посредством методов киноискусства, поскольку тогда в нем придется увидеть человека. А это неминуемо приведет к обязанности вернуться на гуманистические позиции, что, в свою очередь, может привести к антиамериканскому прочтению сюжета о зачистке Бен-Ладена.

В неистовом стремлении к объективности Кэтрин Бигелоу можно прочесть как нежелание проявлять дежурную любовь к Америке, так и желание не проявлять дежурную ненависть к международным террористам. Однако скорее всего речь идет не об управляемых творческой волей желаниях, но об эмоциональной самоблокировке киноискусства, поставленного в тупик современностью.

Киноглаз не позволяет себе жалеть заключенных террористов, которых пытают американские работники спецслужб. Однако и взорванных террористами коллег Майи киноглаз тоже не готов пожалеть и оплакать. Взрыв показан издали, таким, каким его фиксируют видеокамеры. Гибель близких коллег главной героини (а ближе у нее никого нет) показана так же, как мог быть показан в теленовостях не только теракт, но и простой несчастный случай. Киноглаз работает как телерепортер, а то и как равнодушная камера наблюдения. Иначе работать он не может. Вопрос, чего он боится больше — художественной неправды или жизненной правды.

В нарочитой объективации Кэтрин Бигелоу есть и внутренняя провокация. Стоит на минуту представить себя не нашпигованным информацией о политических событиях и персонах, стоит на секунду усомниться в том, что это вообще единственно возможная картина мира и единственный ракурс взгяда

на события фильма, как складывается совершенно другая история. О том, как значительное количество хорошо экипированных и вооруженных молодых боевиков врываются ночью в чей-то дом, чинят расправу над всеми мужчинами, причем делают это без суда и следствия, без выяснения личностей убиваемых людей. С женщинами и детьми ведут себя как с помехой, уничтожение жизни которой все-таки не желательно. В процессе этой странной боевой операции, направленной на безоружных людей без военного камуфляжа, без касок и бронежилетов, убивают старика с седой бородой.

Операция по уничтожению преступника номер один выглядит весьма сомнительно, как только даешь себе право и труд выйти из системы проамериканских образно-информационных массмедиа. И тогда очевидно только то, что американское военное подразделение, находясь на территории чужой страны чужого континента осуществляет расправу над группой лиц, чья личность предварительно не установлена или только предполагается, однако не доказана. Нет никакого подвига в том, чтобы учинить ночную расправу над безоружными спавшими людьми. Есть успешно выполненная работа. Но о ее благородстве и высокой нравственности говорить не приходится.

Мир становится таким, что режиссура не в состоянии его оценивать. И она как бы слагает с себя эту обязанность, вскрыв лишь тот парадокс, что изъятая из массмедийного контекста современности, переполненного политическим контентом, картина «Цель номер один» не может быть прочитана так же, как и при учитывании этого массмедийного контента.

Режиссер смотрит на события фильма с безопасного для себя расстояния, пребывая в скорбном изумлении от бессилия искусства в современной реальности. Длится и не проходит эстетическое остолбенение кино перед лицом нового мира, с его постгероизмом и постнравственностью, с его дистанционностью, деловитой жестокостью, отсутствием духовного пространства личности, диктатом социальных и корпоративных конвенций, а главное — непреложной властью массмедийного информационного пространства.

Подводя итоги наших наблюдений, мы констатируем, что в конце XX века активнее всего оформляется уверенность кино в плодотворности союза человека и техники аудио-визуального запечатления. Актуален образ индивидуального, приватного союза человека и технического устройства, когда во взаимодействии с техникой ищут новый ракурс взгляда на свои личные проблемы. Кинематографу интересно работать с концепцией аудио-визуальной техники, дающей индивиду дополнительный ресурс для самопознания. Это и средство экстериоризации, визуализации внутреннего мира личности, и возможность заглянуть внутрь другого «я».

В разновидностях авантюрного киносюжета на протяжении всего периода 1990-2010-х гг. популярны образы аудио-визуальной информации на техниче-

ском носителе как нового оружия, которое может использовать любой одиночка и любое сообщество для самых разных целей.

Позже, в конце 2000-х — начале 2010-х гг. кино все чаще фокусируется на феномене массмедиа, пронизывающих всю среду обитания современного человека и создающих атмосферу эпохи. Формируется образ могущественной системы массмедиа, управление которой открывает дорогу к управлению глобальными процессами в окружающей реальности. Кино интерпретируется как одно из ключевых звеньев массмедиа, прочно встроенных в его структуру и зависящих от нее.

Также современные массмедиа могут становиться фактором, зримо трансформирующим саму эстетику фильма, его содержание.

Экранные устройства, будь то телевизор, монитор компьютера, сотовый телефон, видеокамера и пр., являются излюбленным объектом внимания кино, стабильно присутствуют в картине мира на правах одного из центральных визуальных образов, В ряде случаев экранная реальность художественного фильма транслирует экранную реальность телепрограмм, документальных видеоматериалов, интернета, видеоигр, sms-сообщений и многих прочих видов экранных «картинок», что заслуживает рассмотрения в отдельной статье.

В. Руднев

ТЕЛЕЭКРАН В КИНОЭКРАНЕ: ИДЕИ ВОЗДЕЙСТВИЯ

В кинематографе второй половины XX — начала XXI вв. имеется своеобразная гиперриторическая фигура: «телеэкран внутри киноэкрана». Таков «фильм в фильме»: «Восемь с половиной» Феллини, «Все на продажу» Вайды, «Внутренняя империя» Дэвида Линча. В фильме «Пять вечеров» по ТВ показывают, как Ван Клиберн исполняет Первый концерт Чайковского — один из символ эпохи Оттепели, потом он играет «Подмосковные вечера», и зрители внутри фильма сладко плачут ностальгическими слезами. Это слабое воздействие. Пример сильного воздействия — в фильме Дэвида Финчера «Игра» , где миллионер Ван Ортен приходит домой, включает телевизор, но диктор вместо того, чтобы сообщать биржевые сводки, начинает говорить с героем. Ему кажется, что он сошел с ума, но тут он вспоминает, что его младший брат подарил ему на день рождения игру с альтернативными мирами, и он понимает, что игра началась.

Более сложный пример: в «Зеркале» Тарковского первый кадр — Игнат включает телевизор — после этого следует сеанс гипноза — это пример очень сильного воздействия фигуры «телеэкран в киноэкране» (с которым может сравниться разве только порез глаза бритвой в «Андалузском псе»). Перефразируя Шекспира, можно сказать: «Вся жизнь — киноэкран, а мы в нем зрители». Поэтому первое реалити-шоу в России состоялось 19 августа 1991, когда диктор мрачно объявил о начале путча, а потом целый день мы по всем каналам смотрели и слушали «Лебединое озеро» (вероятно, редактор этой программы был любителем кинокомедии «Кавказская пленница», в финале которой происходит расправа с товарищем Сааховым под то же «Лебединое Озеро»: «Сестра, сделай погромче телевизор», — говорит Шурик Нине, после чего стреляет незадачливому жениху солью в задницу. По мнению Жана Бодрийара, вся первая война в Персидском заливе проходила только на экранах CNN (см. его статью «Войны в заливе не было»). Итак, включенный телевизор воздействует на Игната. Что же такое идея воздействия?

Бред воздействия является наиболее специфичным для шизофрении. Почему это так? В клинической картине выделяют три вида психических автоматизмов: ассоциативный (идеаторный, или мыслительный), сенестопатический (сенсорный, или чувственный) и двигательный (моторный). Ассоциативный автоматизм часто начинается с ощущения нарушения мышления. У больного течение мыслей ускоряется, замедляется или внезапно останавливается. Появление мыслей и представлений сопровождается ощущением, что это совершается помимо его воли (ментизм). Больному кажется, что окружающим известны его мысли и чувства (симптом открытости мыслей) или они вслух повторяют его мысли (эхо-мысли). В дальнейшем отмечаются «отнятие» мыслей, их насиль-

ственный перерыв, насильственные воспоминания; возникает мысленное общение с различными лицами, в первую очередь с преследователями, которые с больным спорят, ругаются, приказывают. При прогрессировании расстройства ассоциативный автоматизм проявляется мысленными голосами, разговорами душ, «внутренними голосами» (словесными псевдогаллюцинациями), затрагивающими различные стороны жизни. Больные утверждают, что им меняют чувства, настроение. В этом плане проблема бреда воздействия — и шире — воздействия вообще (см. ниже) тесно связаны с проблемой странных объектов, концепта, выделенного английским психоаналитиком У. Бионом в книге «Научение через опыт переживания»[1], собранных в книге «Идеи У. Р. Биона»[2].

Наиболее подходящим местом для появления и функционирования странных объектов является психотическое мышление, то есть так называемый бредово-галлюцинаторный комплекс. Допустим, человек видит мертвого отца. Галлюцинирующий субъект (он тоже является странным объектом, так как находится внутри агломерата странных фактов) прежде всего не является ни сознательным, ни бессознательным. Что это значит? С одной стороны, бредящий галлюцинант формально находится в сознании, но лишь формально, так как его сознание и бессознательное меняются местами. С другой стороны, он не является полностью бессознательным, т. к. наиболее существенным свойством бессознательного по Фрейду, является понятие вытеснения.

Что такое психотическое мышление человека, который находится в состоянии ни сознания, ни бессознательного? Он находится в состоянии мифа, то есть состоянии нейтрализации — ни сознательный, ни бессознательный; ни живой, ни мертвый; ни спящий, ни бодрствующий; ни одушевленный, ни неодушевленный.

Основной модальностью при бреде воздействия является эпистемическая, так как шизофренику сообщается при псевдогаллюцинации некая важная для него информация позитивного или негативного свойства.

При этом, если говорить о негативном воздействии, оно связано с предшествующим бредом преследования, а позитивном — с последующим терминальным бредом величия (подробнее о бреде преследования и величия см. соответствующие главы нашей книги «Философия языка и семиотика безумия»[3]). В то же время, для бреда воздействия так же характерны и остальные модальности –ксиологическая со знаком плюс или минус в зависимости от того, негативный или позитивный характер носит соответствующий бред воздействия, деонтика со знаком плюс или минус — шизофренику нечто предписывается — (в зависимости от того же) и алетика (поскольку вся ситуация бреда воздействия воспринимается им как нечто чудесное, то есть в психологическом плане невозможное).

Основными механизмами защиты при бреде воздействия является проекция (что очевидно, поскольку любой бред и любая галлюцинация являются проекциями бессознательных констелляций бредящего), а также проективная идентификация, выделенная М. Кляйн[4] и развитая Бионом и их учениками.

Проективная идентификация является таким механизмом защиты, при котором некая невыносимая психическая констелляция выносится из бессознательного и переносится в бессознательное Другого (матери, психоаналитика и т. д.) и которая может быть либо принятой другим или бумерангом отосланная обратно.

При действии проективной идентификации, как было показано Бионом, и формируются странные объекты. Почему же мы можем говорить о проективной идентификации применительно к бреду воздействия лишь с осторожностью? Потому что неясно, какого рода объекты наблюдаются бредящим шизофреником, и являются ли эти объекты странными объектами. Приведем наиболее знаменитый случай бреда воздействия, описанный В. Райхом в книге «Анализ Характера».

Пациентка была хорошо знакома с «силами». Она могла описать их детально. Некоторые характеристики этих сил абсолютно совпадали с теми, которые приписывают всемогущему существу = Богу, другие были сходны с описанием Дьявола — хитрого, изворотливого и злобного искусителя. Первая группа характеристик давала пациентке чувство защищенности, и поэтому она была «во власти сил»; что касается второй группы, то здесь она защищалась от «сил», от их дьявольских намерений и искушений, таких, как убийство. Двойственность «сил» постепенно прояснилась в процессе работы.

Моя гипотеза на этой стадии работы была следующей. Если «силы» представляют собой «добро« и «зло» в одном эмоциональном образовании, то несомненен вывод, что расщепление на два диаметрально противоположных вида переживаний вызвано двумя диаметрально противоположными ситуациями в структуре характера, взаимоисключающими и несовместимыми. Таким образом, шизофреническое расщепление личности можно описать как подобную несовместимость; каждая из двух противоположных эмоциональных структур могла бы попеременно сдерживать организмическое функционирование[5]. При бреде воздействия может быть задействован, кто угодно: Бог, лакановское Имя Отца, мать, агрессивный начальник, учитель, священник и т. д.*

Мы все, так или иначе, воздействуем друг на друга. В детстве на детей воздействуют родители, постепенно формируя их стереотипы («Будь хорошим мальчиком!» «Учи уроки!») и, тем самым, вводя их в согласованный транс[6], то есть в галлюцинаторный мир в слабом смысле. Анна Фрейд утверждала, что родители прививают ребенку психотическое мышление, говоря ему «Ты ведь уже совсем взрослый, такой же большой, как папа», тем самым вводя его в галлюцинаторную реальность в сильном смысле.

В психиатрии идея воздействия является центральной в формировании развернутого шизофренического бреда. Это, прежде всего, так называемые

---

* Наиболее интересными примерами странных объектов при бреде величия, проанализированными нами в статьях[3, 6], являются телевизионный и киноэкран и монитор компьютера, прежде всего — Интернет.

«голоса». Когда предполагаемый шизофреник приходит на прием к доктору, тот первым делом спрашивает его, не слышит ли он голосов. Если человек слышит голоса, то дело его плохи. Голоса в голове и формируют бред воздействия. Как голоса воздействуют на человека? Они могут внушать ему что-то приятное, могут просто ругать его, но чаще всего они внушают ему какие-то мысли. Все религиозные мистики-духовидцы слышали голоса. Одним из таких великих мистиков был Даниил Андреев, который по ночам в тюрьме каждую ночь слышал голоса. Голоса нашептали ему «Розу мира» одно из своеобразнейших мистических произведений.

Как проявляются идеи воздействия в кино? Прежде всего, сам фильм оказывает сильное воздействие на зрителя. Можно возразить, что это особое эстетическое воздействие. Но эстетическое воздействие тоже является психическим. Вообще воздействие художественного произведения, особенно на человека достаточно примитивного, огромно. В.И.Ленин, прочитав роман «Что делать?» Чернышевского, сказал, что «эта книга всего его перепахала». В принципе эстетическое воздействие должно быть несколько иным, более опосредованным. Воздействие кино или другого экранного дискурса сложнее. Никто перед выборами Путина не говорил «Путин — самый лучший президент», то есть к зрителю не применялся директивный гипноз. Просто показывали Путина в различных эпизодах, косвенным образом, показывающих его достоинства, то есть применялись элементы недирективного гипноза, который разработал М. Эриксон. Недирективный гипноз, типа эриксоновского, действует гораздо глубже, чем прямой гипноз, который применялся на заре психоанализа. Однако при бреде воздействия часто имеет место нечто вроде прямого гипноза, например, когда голос говорит человеку: «Ты должен убить ...».

Символика зеркала многообразна. Прежде всего, зеркало подразумевает удвоение мира и границу между миром видидимым и миром потусторонним (например, кэролловским зазеркальем). Зеркало наделено способностью воссоздавать невидимый мир. Зеркало — опасный предмет, оно может быть создано нечистой силой. Как в сказке Андерсена* «Снежная королева»:

«Ну, начнем! Дойдя до конца нашей истории, мы будем знать больше, чем теперь. Так вот, жил-был тролль, злющий-презлющий; то был сам дьявол. Раз он был в особенно хорошем расположении духа: он смастерил такое зеркало, в котором все доброе и прекрасное уменьшалось донельзя, все же негодное и безобразное, напротив, выступало еще ярче, казалось еще хуже. Прелестнейшие ландшафты выглядели в нем вареным шпинатом, а лучшие из людей — уродами, или казались стоящими кверху ногами и без животов! Лица искажались до того, что нельзя было и узнать их; случись же у кого на лице веснушка или родинка, она расплывалась во все лицо.

---

* URL: «http://www.lib.ru/TALES/ANDERSEN/korolewa.txt»http://www.lib.ru/TALES/ANDERSEN/korolewa.txt

Дьявола все это ужасно потешало. Добрая, благочестивая человеческая мысль отражалась в зеркале невообразимой гримасой, так что тролль не мог не хохотать, радуясь своей выдумке. Все ученики тролля — у него была своя школа — рассказывали о зеркале, как о каком-то чуде.

— Теперь только, — говорили они, — можно увидеть весь мир и людей в их настоящем свете!

И вот они бегали с зеркалом повсюду; скоро не осталось ни одной страны, ни одного человека, которые бы не отразились в нем в искаженном виде. Напоследок захотелось им добраться и до неба, чтобы посмеяться над ангелами и самим творцом. Чем выше поднимались они, тем сильнее кривлялось и корчилось зеркало от гримас; они еле-еле удерживали его в руках. Но вот они поднялись еще, и вдруг зеркало так перекосило, что оно вырвалось у них из рук, полетело на землю и разбилось вдребезги. Миллионы, биллионы его осколков наделали, однако, еще больше бед, чем самое зеркало. Некоторые из них были не больше песчинки, разлетелись по белу свету, попадали, случалось, людям в глаза и так там и оставались. Человек же с таким осколком в глазу начинал видеть все навыворот или замечать в каждой вещи одни лишь дурные стороны, — ведь каждый осколок сохранял свойство, которым отличалось самое зеркало. Некоторым людям осколки попадали прямо в сердце, и это было хуже всего: сердце превращалось в кусок льда. Были между этими осколками и большие, такие, что их можно было вставить в оконные рамы, но уж в эти окна не стоило смотреть на своих добрых друзей. Наконец, были и такие осколки, которые пошли на очки, только беда была, если люди надевали их с целью смотреть на вещи и судить о них вернее! А злой тролль хохотал до колик, так приятно щекотал его успех этой выдумки.

Но по свету летало еще много осколков зеркала».

Эти осколки — бионовские странные объекты. Зеркало тесно связано со смертью. Разбитое зеркало предвещает смерть, после смерти зеркало в доме покойника занавешивают, чтобы он не вернулся с того света. В славянских гаданиях по зеркалу гадают не только на жениха, но и на собственную смерть[7]. В психологии и в психоанализе концепт зеркала, прежде всего, связан с так называемой стадией зеркала. Но для нашего анализа, пожалуй, самое главное, что зеркало может быть рассмотрено как символ бессознательного. Эта модель из двух зеркал пробно описана нами в книге «Новая модель бессознательного»[6]. Вкратце эта модель можно описать следующим образом:

Бессознательное может быть построено как система зеркал, отражающих друг друга. Я думаю, каждый в своей жизни проделывал хотя бы один раз такой эксперимент: держа в руках зеркало, вставал перед большим зеркалом, и тогда малое зеркало, которое вы держали в руках, отражалось в большом зеркале и так до бесконечности. Вот примерно так, мне думается, можно себе

представить бессознательное. И если другой человек, другое бессознательное — это малое зеркало, которое мы держим в руках, то наше собственное бессознательное, большое зеркало, в этой модели вообще не может существовать без малого зеркала.

Ю. М. Лотман когда-то высказал гипотезу, что правое и левое полушария человеческого мозга это система зеркал, отражающих друг друга[9]. Я же полагаю, что в бессознательном тоже «имеются» два «полушария» и «межкомиссурные» связи между ними. В одном хранится в свернутом виде полезная информация, накопленная веками и тысячелетиями, в другом («малом зеркале») накапливается информационный «кармический» мусор. Это малое зеркало, наверно, каким-то образом соотносится с идеей субдоминантного полушария, где, можно сказать, господствует «принцип удовольствия», все эмоции, хорошие и плохие («эмоциональный центр» по Гурджиеву). Причем этот мусор, по моему мнению, идет не только из актуальной жизни, из деонтических отцовских запретов и норм, то есть из фрейдовского Суперэго, но и из других жизней, из «культуры» (отсюда и другое лотмановское понимание культуры как системы норм и запретов). Большое зеркало мы в определенном смысле отождествляли с юнговским коллективным бессознательным, которое, возможно, и имеет смысл назвать «сокровищницей позитивных смыслов», а малое зеркало нарекли чем-то вроде отбраковки плохих вытесненных «фрейдовских» содержаний.

Итак, есть два бессознательных — индивидуальное и коллективное. Индивидуальное вытесняет, коллективное хранит. Если объединить их в «дизъюнктивный синтез», то и получится модель двух зеркал. Индивидуальное малое зеркало вытесняет «плохое» в большое коллективное зеркало. Но одно зеркало отражается в другом. Допустим, меня в детстве кто-то сильно обидел . Я это “вытеснил». Куда? Я отразил это из малого зеркала в большое, то есть в архетипы. Дальше все это произошло путем проективной идентификации. Каким же образом? Я перенес плохое содержание в бионовский контейнер, он же — в юнговское коллекивное бессознательное — то есть в мать, которая переполнена своими архетипами и которая меня же и обидела. А что дальше произошло с этой «обидой»? Могло быть два пути: контейнер ее принял, и тогда все хорошо, или он ее обратно отразил, и тогда она бумерангом вернулась ко мне (из большого зеркала отразилась обратно в малое). Мое «фрейдовское» бессознательное с этим не справилось, и я был затоплен «юнговским» коллективным, архетипами. В результате психоз.

Любая мысль, любой поступок человека отражается в малом зеркале индивидуального бессознательного, напротив которого находится большое зеркало коллективного бессознательного, и эти зеркала отражаются друг в друге. Человек все время глядит в большое зеркало своего «контейнера» и хочет поместить в него себя, в каком-то смысле полностью обустроиться в

нем, заново вернуться в него, как в теории травмы рождении Ранка. Но контейнер не дает ему этого сделать, потому что, если он даст ему это сделать, то человек может окончательно превратиться в шизофреника, чего «контейнер» не хочет. Поэтому происходит обратное движение от «контейнера» в контейнируемое, и в этом, в сущности, состоит психическая жизнь человека. Умирающий индивид — это зеркало, которое смотрит в направленное на него огромное зеркало коллективной смерти. Индивидуальное бессознательное смерти, контейнер, смотрится в коллективное бессознательное смерти, контейнируемое, и ждет: примет оно его или не примет. Мы рождаемся и умираем каждую минуту.

Итак, фильм А.Тарковского «Зеркало» начинается с того, что Игнат, сын героя, включает телевизор. После этого следует документальный эпизод, который, на первый взгляд, не имеет никакого отношения к последующему действию. Врач-женщина проводит гипнотерапию логоневроза. Перед ней юноша, который очень сильно заикается. Она просит его смотреть ей прямо в глаза, потом напрячь пальцы руки и после этого снимает невроз. Пред нами трансферентная картина «мать и сын»,что создает главную парадигмальную сюжетную основу «Зеркала»: сложные отношения матери (=жены) и сына (=мужа). Но это, конечно, не все. Здесь налицо своеобразная инициация. Человек — животное говорящее, как его определил Лакан. То, что юноша начинает говорить, — это посвящение в мир людей.

Теперь заглянем почти в самый конец фильма и вспомним эпизод, в котором мать и сын посещают дом, где живет богатая женщина, которой они хотят продать серьги. Здесь происходит своеобразная инициация к смерти в противоположность прологу — инициации к жизни. Дом в лесу напоминает сказочную избушку на курьих ножках без окон без дверей: в доме вообще как будто нет окон, их никто не показывает. Это лесной дом, только не мужской, как в обряде инициации, а женский. Помимо мужской инициации, непременным условием которого является содержание испытуемого в лесу, в мужском доме, существует еще и женская инициация, смысл которой в том, что девушку злая мачеха (как в сказке «Морозко») отправляет в волшебный лес, и она претерпевает там серьезные испытания после чего она может стать полноценной женщиной, например, рожать детей. Вспомним, что В. Я. Пропп выводил волшебную сказку к обряду инициации и баба Яга — персонаж из мира мертвых[10]. В завершение сделки женщина предлагает забить петуха, правда, не черного, а белого. Мать в ужасе это проделывает, потом она уходят, так и не взяв денег.

Таким образом, этот обряд антиинициации не проходится героем, он так и не превращается в мужчину, остается просто «нарциссическим расширением» матери, которая всю жизнь мечтает, чтобы он превратился в ребенка, что и происходит в конце фильма. Потому что герой, не прошедший иници-

ацию, как бы и не существует вовсе. Поэтому мы его не видим взрослым. Мы слышим только голос Иннокентия Смоктуновского. Мы слышим также голос отца режиссера, Арсения Тарковского, который читает четыре стихотворения, тесно вплетенных в сюжет фильма, причем в тех коротких эпизодах, где появляется отец, молодой Олег Янковский, он говорит голосом Арсения Тарковского: «Ты кого хочешь, мальчика или девочку?» Возможно, этот сын так и не родился.

Подключение Игната к большому зеркалу коллективного бессознательного происходит в том мистическом эпизоде фильма, когда мальчик остается дома один, и оказывается как бы в прошлом. В комнате появляется таинственная женщина, она предлагает Игнату прочитать неизвестную ему книгу, и он читает вслух (вновь тема голоса) письмо Пушкина Чаадаеву 19 октября 1836 года о судьбах России. После этого закономерным становится показ документальных эпизодов второй мировой войны, событий на острове Даманском и т.д. В этих эпизодах «накапливается время», по выражению Владимира Мирзоева, ученика Тарковского (ср. название знаменитой статьи Тарковского «Запечатленное время»*). Происходит это подключение с помощью механизма интимизации. Знание о другом человеке интимизируется в том случае, когда другой в глазах получателя информации разусредняется, то есть становится не просто безликим источником информации, но и ее равноценным производителем, когда другой становится не таким, как «другие», когда мы ценим не только свою оценку другого, но его оценку себя и других вещей и объектов, которые в этом случае как бы одушевляются, получают статус событийности.

Автор этой концепции, петербургский философ Борис Шифрин, пишет по этому поводу: «интимизация — это некое преображение мира, когда ставится под вопрос его одинаковость для всех. Так же как любая масса искривляет пространство и по-своему изменяет его геометрию, так наличие другого человека, который как-то относится к жизни, воспринимает свою явь, должно настолько преображать мир, что возникает чувство расширения, когда становится непонятным, кто субъект постижения нового бытия, кто инструмент для этого постижения, а кто — само это бытие!».[11]

В процессе интимизации участвуют всегда трое: воспринимающее сознание, деобъективизированный объект восприятия и то, что он воспринимает, нечто третье; это может быть созерцанием цветка, чтением книги, заглядыванием в окно, — нечто другое, чем то, что видит первое сознание. То, что наблюдается этим другим, как правило, неизвестно, оно лишь подает некие мистические сигналы того, что с этим другим сознанием происходит нечто, возможно, чрезвычайно важное. Интимизация превращает вещь (книгу, окно, дверь, зеркало, картину — все пространства-посредники-медиаторы) в собы-

* URL:http://www.filgrad.ru/sitizens/tarkovsky.htm

тие. Поэтому интимизация противоположна остранению, которое, наоборот, превращает событие в вещь: во втором томе «Войны и мира» Наташа Ростова смотрит в театре оперу, и все, что происходит на сцене, деинтимизируется для нее, приобретает статус конгломерата непонятных и ненужных вещей, странных объектов.

Противоположный пример — интимизация в фильмах Тарковского, особенно в «Зеркале», в частности, в эпизоде, о котором мы говорим. При этом важно, что часть зрителей знает, а часть не знает (как сам мальчик-герой), что это письмо Пушкина к Чаадаеву, и зритель не понимает, как именно воспринимает мальчик этот текст, читающий его сбивающимся, ломким голосом подростка, едва ли не по слогам. Но в этот момент и зрители, и герой понимают, что происходит нечто чрезвычайно значительное.

При обычной коммуникации общение происходит в канале Я — Другой. При интимизированной коммуникации оно происходит в канале Я — Я. Здесь нас, прежде всего, интересует случай, когда передача информации от Я к Я не сопровождается разрывом во времени. Сообщение самому себе уже известной информации имеет место во всех случаях, когда ранг коммуникации, так сказать, повышается. В системе Я — Другой носитель информации остается тем же, а сообщение в процессе коммуникации приобретает новый смысл. В канале Я — Я происходит качественная трансформация информации, которая в результате может привести к трансформации сознания самого Я. Передавая информацию самому себе, адресат внутренне перестраивает свою сущность, поскольку сущность личности можно трактовать как индивидуальный набор значимых кодов для коммуникации, а этот набор в процессе интимизиции меняется. Одним из главных признаков такой коммуникации, по Ю. М. Лотману, является редукция слов языка, их тенденция к превращению в знаки слов. Пример коммуникации такого типа — объяснение в любви между Константином Левиным и Кити (которых в данном случае можно рассматривать почти как одно сознание) в «Анне Карениной» Толстого:

— Вот, — сказал он и написал начальные буквы:

к, в, м, о, э, и, м, б, з, л, э, н, и, т?

Буквы эти значили: «когда вы мне ответили: этого не может быть, значило ли это, что никогда или тогда?» <...>

— Я поняла, — сказала она, покраснев.

— Какое это слово? — сказал он, указывая на н, которым означалось слово никогда.

— Это слово значит никогда...

Как пишет Ю. М. Лотман, «речь идет о возрастании информации, ее трансформации. Причем вводятся не новые сообщения, а новые коды, а принимающий и передающий совмещаются в одном лице. В процессе такой коммуни-

кации происходит переформирование самой личности, с чем связан весьма широкий круг культурных функций — от необходимого человеку в определенного типа культурах ощущения своего отдельного бытия до самопознания и аутопсихотерапии»[12].

[1] Бион У. Научение через опыт переживания. — М., 2008.

[2] Идеи У. Р. Биона в современной психоаналитической практике. Сб. научных трудов. — М., 2008.

[3] Руднев В. Философия языка и семиотика безумия. — М., 2007.

[4] Кляйн М. и др. Развитие в психоанализе. — М., 2000.

[5] Райх В. Анализ характера. — М. 1999. С. 368.

[6] Руднев В. Новая модель бессознательного. — М., 2012.

[7] Тарт Ч. Пробуждение. — М., 1998. С. 183.

[8] См. п. 6.

[9] Лотман М. О двух моделях коммуникации в системе культуры // Лотман Ю. М. Избранные статьи в 3 т. Т. 1. — Таллинн, 1996

[10] Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. — Л., 1986.

[11] Шифрин Б. Интимизация в культуре // Даугава, Рига, № 8, 1989. С. 98.

[12] См. п. 9. С. 57.

О. Мороз

ШОК И ДРАМА: МОКЬЮМЕНТАРИ-ЭКСПЕРИМЕНТЫ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ*

За последние несколько лет на российском телевидении появилось несколько весьма ярких передач: новостные шоу «Реутов-ТВ» и «Hobosti» (канал 2x2), многосерийный документальный фильм «Россия. Полное затмение» А. Лошака и фильм «Анатомия протеста-1,2» производства правового вещания канала НТВ, фильм-расследование «Провокаторы» А. Мамонтова (производство ВГТРК, канал Россия-1) и т.д. Как будто различные по нарративным и дискурсивным характеристикам, интенциональной окраске и особенностям художественного языка, все эти программы тяготели к смеховой и шоковой стилистике, что позволяет исследователям медиа сегодня вполне корректно объединять их в отдельный кластер ТВ-контента. Симптоматично, но проблематизация этих разных медиапродуктов в качестве примеров единого, пусть и гипертекстуального жанра[1] отражает не только мнение профессионального сообщества. Зрители также интуитивно ощутили родство названных шоу, удивительно быстро и интенсивно продемонстрировав повышенный интерес к проектам и выделив их как спорные и зачастую сомнительные попытки обновления телеязыка, риторики. В результате создание и запуск в эфир этих программ породили масштабные профессиональные дискуссии, а также обывательские прения об экспериментальных возможностях телевидения и его возрождении как максимально востребованного, «флагманского» медиа.

Фактически на примере рискованных инноваций, запущенных на отечественном телевидении, аналитики медиа могли наблюдать реактуализацию методов псевдодокументалистики или мокьюментари (от англ. «mock» — пародия, подделка и «documentary» — документальный) — жанра, имеющего за рубежом довольно долгую и успешную историю, а в России реализованного лишь в нескольких перестроечных и постперестроечных проектах**.

Для понимания специфики мокьюментари необходимо зафиксировать момент рождения жанра, медиа-событие, имеющее статус точки сингулярности для всех дальнейших экспериментов. По мнению кинокритиков,[2] историю существования мокьюментари необходимо вести с 1938 года, когда Орсон Уэллс представил американским радиослушателям постановку романа «Война миров». Действие книги было перенесено в Нью-Джерси, а вместо простого

* Подготовленно при поддержке Программы стратегического развития РГГУ (проект 2.1.4)

** Например, см.: сюжет «Ленин-гриб», сделанный С. Курехиным и С. Шолоховым для ленинградской телепередачи «Пятое колесо».

чтения текста Уэллс предложил слушателям набор экстренных репортажей «с места событий». Успех был огромным, но специфическим: в мире, охваченном предвоенной лихорадкой, в ситуации тотального доверия медиа, людей обуял ужас, приведший к массовой панике. Эффект шокового воздействия на неподготовленную аудиторию, принимающую игровую реальность медиа-текста за документальное повествование, и стал меткой мокьюментари.

Стоит отметить, что реципиенты западных медийных сообщений в духе мокьюментари, как и современные российские зрители, не сразу восприняли псевдодокументальный дискурс в качестве одной из приемлемых и успешных стратегий кино- и телепространства. Допустим, кино второй половины прошлого века уже многим казалось неотделимым от смеховых манипуляций с аудиторией, «перевернутого» отражения жизни как легитимации «авторского» высказывания из области искусства[3].Так, псевдонаучные рассуждения Вуди Аллена в фильме «Все, что вы хотели знать о сексе, но боялись спросить» (1972 г.) вызывали массу негативных откликов, но направлены они были преимущественно на проблему принятия/неприятия «артхаусной» составляющей дискурса. В то же время использование близких комических технологий в телевизионной псевдодокументалистике зачастую не рассматривалось публикой как независимый и возможный акт творческого осмысления действительности. Даже сегодня аналогичное исследование секс-стереотипов, проведенное английским комиком Сашей Бароном Коэном в авторской передаче британского телеканала Channel 4 Da Ali G Show («Шоу Али Джи»), оценивается многими зрителями как «пошлый, низкопробный юмор без малейшего представления о вкусе»[4], неприкрытое издевательство[5], не имеющие ничего общего с эстетическими или морально-этическими поисками.

Вероятно, такая избирательная реакция на мокьюментари объясняется тем, что телевидение как самый распространенный и влиятельный для середины-второй половины XX века вид медиа до определенного момента воспринимался не как искусство, а как механизм документального отображения и демонстрации повседневности, культурной и социальной идентичности. С этой точки зрения, в задачи телевидения, в первую очередь, входит формулирование т.н. «повестки дня»[6], оформление ареалов комфортного существования его потребителя путем трансляции знакомых знаков и символов. Псевдодокументалистика же ставит под вопрос возможность не-ангажированного взгляда и вообще способность телевидения как медиума, удовлетворяющего общественные запросы, конструировать абсолютно непредвзятые изображения в духе «no comments».

Тот факт, что мокьюментари на западном телевидении приобрело популярность и обзавелось поклонниками только во второй трети прошлого столетия, а в легитимный и понятный жанр превратилось еще позже, свидетельствует о серьезных изменениях, произошедших в общественном восприятии «объектив-

ности» происходящего. Видимо, для возникновения удовольствия от осознания мнимости медиа, для развития чувства индивидуальной ответственности за рефлексию экранированной реальности, зрителю необходимо было приобрести болезненный опыт переживания катастрофической действительности, на собственном опыте ощутить, что медиа активно используются для идеологически корректного перевода репрессивных властных требований в образы повседневности. Только так массовый зритель смог выработать сомнения по отношению к репрезентациям реальности и картинам мира, которые предоставляют печатные и аналоговые СМИ. И только так он смог принять правила игры, по которым телевидение, создающие ситуации и образы «естественности», «типичности», «обыденности», основано на снабжении реципиентов набором четких установок и ориентиров, необходимых для «нормализации» всех и каждого[7].

Благодаря этим развивающимся практикам внимания к текстам медиа западное мокьюментари получило более изощренного, хотя пока и не массового зрителя, которому можно было предложить все многообразие технологий осмеяния норм и сопротивления конвенциям. В результате псевдодокументалистика существенно расширила свой инструментарий: авторы научились подделывать любой кино- и тележанр. Для успеха необходимо было лишь использовать основную, зарекомендовавшую себя интенцию документалиста — изучить изображаемое пространство, проникнуть в него, стать его частью[8] — с тем, чтобы потом подвергнуть его ироническому осмеянию.

За десятилетия существования псевдодокументалистики на радио, телевидении, в кино медиа-производители потешались над любыми видами высказываний: и над элементами ответственного, вполне серьезного научного дискурса*, и над легковесными журналистскими расследованиями в жанре infotainment**. При этом, опираясь на полижанровый генезис, мокьюментари уже давно не проблематизирует себя в жестких рамках типичных по форме высказываний, согласованных по теме, композиции или стилю[9]. Сегодня псевдодокументальным могут назвать фильм, снятый в стилистике докудрамы, т.е. построенный как игровая реконструкция реально происходивших событий, которые в силу разных причин (засекреченности, либо пребывания в практически легендарном прошлом) не могут быть отрефлексированы обычным инструментарием документалиста. Моральным императивом такого повествования становится создание «мощного, захватывающего драматического произведения, которое, тем не менее, максимально приближено к правде»[10]. Родственными

* Например, см.: Spaghetti farming // BBC. 1 April 1957. URL: // «http://www.youtube.com/watch?v=l7yJ8C5TbeY»http://www.youtube.com/watch?v=l7yJ8C5TbeY; Комплекс невменяемости [Видеозапись] / реж. С. Дебижев; в главной роли: Сергей Курехин; СПб. : Санкт-Петербургская студия документальных фильмов, 1992.

** Например, см.: Борат: культурные исследования Америки в пользу славного государства Казахстан [Видеозапись] / реж. Л. Чарльз; в главной роли: Саша Барон Коэн; Лос-Анджелес : 20th Century Fox Film Corporation, 2006.

мокьюментари считаются и т.н. мондо — фильмы, наполненные жестокостью, намеренно откровенным постановочным, а иногда реально фиксируемым изображением эпизодов убийства, членовредительства и т.д. Без псевдодокументальных инструментов не может обойтись и современная тележурналистика, все чаще негласно использующая техники видео-арта для съемок, монтажа и, что главное, режиссирования сюжетов*.

Мокьюментари сегодня — пространство, в котором можно обнаружить элементы китча, кэмпа, актуального искусства и все многообразие провокативных медийных практик. Беспроблемное сосуществование различных эстетических и этических художественных систем объясняется уже упомянутым гипертекстуальным характером псевдодокументального дискурса. Мокьюментари — это и пародия, и пастиш, и гротеск, и перформанс, т.е. в сумме некая комическая или сатирическая дидактика, обладающая апеллятивными, декларативными и медитативными характеристиками[11].

Следовательно, как бы странно ни звучало подобное заявление, но использование методик псевдодокументалистики в игровом кино или на развлекательном телевидении не является «просто» экстравагантным рассказыванием историй, очередной практикой нарративно ориентированной (пост)современности. Во-первых, любое «смешное» в мокьюментари скрывает в себе «страшное»[12]: вольность обращения с реальностью, вплетение в ее канву вымысла, помогает авторам избежать конвенциональности условностей, что порождает ощущение отсутствия границ дозволенного[13]. Подвергать сомнению, испытывать на кострах критики, радикализировать можно любые человеческие проявления, любые убеждения. В результате мокьюментари зачастую ставит под вопрос даже не действительность, но системные дискурсивные методы говорения и мышления. Во-вторых, мокьюментари только тогда становится живым и успешным высказыванием, когда его апологетам удается привлечь реципиента в качестве участника собственных игр. Конечно, только от зрителя зависит, какое конкретное воздействие может оказать на него тот или иной сюжет, фильм, текст, но именно публика — возмущенная, восхищенная или оскорбленная — формирует эффект дерзкого, развязного повествования.

Скажем, телешоу и фильмы уже упоминавшегося нами известного современного английского комика Саши Барона Коэна на протяжении более чем десяти последних лет строятся исключительно на инструментах псевдодокументалистики. Более всего Коэн известен своими сценическими мокьюментари-воплощениями — Али Джи, Боратом Сагдиевым и Бруно**. Все эти пер-

---

* * Video of Libya rebels under fire as Gaddafi airstrikes reported. 06.03.2011 // Russia Today. URL: // «http://www.youtube.com/watch?v=wWc_b_dMjIg»http://www.youtube.com/watch?v=wWc_b_dMjIg

** Например, см.: Борат: культурные исследования Америки в пользу славного государства Казахстан [Видеозапись] / реж. Л. Чарльз; в главной роли: Саша Барон Коэн; Лос-Анджелес : 20th Century Fox Film Corporation, 2006.

сонажи являются сатирической персонификацией национальных, сексуальных и культурных стереотипов, на которых, по мнению Коэна, строится система американской (а вообще-то уже глобальной) культурообразующей политкорректности. Али Джи — ведущий одноименного шоу на весьма респектабельном британском канале Channel 4, кокни, живая пародия на «белую» хип-хоп культуру, которая чаще всего представляет собой перелицовку «черных» ганста-практик. Борат Сагдиев — казахский журналист, имеющий откровенно антисемитские и сексистские взгляды, в частности, считающий, что мозг у женщины по размерам идентичен мозгу белки. За манерностью Бруно — открытого австрийского гомосексуалиста и журналиста-хроникера светской жизни — также скрывается жесткая ирония семейных, сексуальных конвенций, имеющих транснациональную природу.

Казалось бы, эти альтер-эго значительно проигрывают более тонким персонажам той же английской комики — например, членам группы «Монти Пайтон» или участникам «Шоу Фрая и Лори». Однако работы Коэна неизменно сопровождаются феноменальным успехом и грандиозными скандалами, и интенсивность этих реакций не может быть сравнима со зрительским откликом на любые другие юмористические шоу. Почему?

Коэн, ставший фактически иконой мокьюментари, объектом эпигонского копирования для российских авторов, не просто рисует клишированность сознания своего зрителя. Он проводит масштабные культурные исследования, демонстрируя ущербность и зашоренность любой человеческой оптики. Мужчины и женщины, de jure разделяющие ценности вежливого и внимательного обращения с любым Другим, по факту являются заложниками политкорректной политики страха и потому в сложных ситуациях демонстрируют, в частности, полное незнание полоролевых моделей поведения. Родители, прилагающие максимальные усилия для создания достойных условий жизни для своих детей, готовы жертвовать их же здоровьем, если есть шанс таким образом заработать экономический и символический капитал. Патриоты-националисты готовы убить за исковерканное исполнение национального гимна и непочтительное отношение к государственным символам, а помешанные на ценностях либерализма, демократии, «Здорового Образа Жизни» чудаки-интеллектуалы — за наличие иной, альтернативной их видению точки зрения на происходящее.

Носитель любой идеологии, а значит, каждый человек оказывается не просто жертвой, но и автором системных насильственных практик, поскольку без их ограничительных возможностей он теряет границы регулируемой комфортной жизни[14]. Эта перформативность, со-участие публики и оказывается основной причиной популярности сюжетов Коэна как практически ориентированных cultural studies, а не вариаций на тему скетч-шоу или стендап-камеди. Кроме того, троллинг, который Коэн использует в общении с любым собеседником, автоматически означает диалогичное построение сюжета, а значит визави всег-

да оказывается автором продуцируемого дискурса в не меньшей степени, чем комик, задающий ничего не подозревавшим жертвам каверзные, неполиткорректные и провокационные вопросы. Так андеграундные, непристойные действия автора и включение в игру зрителя становится открытым перформансом, лучше, чем любой академический дискурс, вскрывающим «подполье» общественной жизни, официальных рассуждений»[15].

Возникает вопрос: настолько ли успешны на современном российском телевидении технологии мокьюментари, по большей части заимствованные, но несамостоятельно взращенные? Как мы заметим далее, в большинстве случаев, использование псевдодокументальных практик провоцирует авторов на нелегкий выбор: либо остановится на откровенно комической составляющей, за которой, по всей вероятности, будет сложно разглядеть аналитику современности, либо представить сложный абсурдистский дискурс, комическая составляющая которого будет скрыта за сложными механизмами рефлексии. И в том, и в другом случае мокьюментари может потерять в интенсивности «смешного», а, значит, имеет все шансы лишиться возможности создания на месте разобщенной аудитории сознательной публики, объединенной «легкодоступной общностью» смеха и рефлексии[16]. Наша задача в следующем коротком размышлении состоит в том, чтобы выяснить, не оказываются ли эксперименты российского мокьюментари маргинальной практикой, далекой от воспитания у своих реципиентов критичного отношения к любым дискурсивным и медийным моделям конструирования окружающего мира.

Примером использования первой, откровенно юмористической модели мокьюментари, стоит считать программу «Реутов-ТВ» (а также «Hobosti» и ряд других передач). Шоу производства творческого объединения «Письмошная» возникло в 2009 году на каналах MTV Россия и полностью коммерческом 2x2, принадлежащих медиа-холдингу «ПрофМедиа», и представляло собой довольно радикальную пародию на выпуски региональных теленовостей*. Двадцатипятимутные выпуски были поделены на три блока: «Реутовский взгляд», «Модный диван», «Приключения Флейтика и Пёси во Взросляндии». Авторы «Письмошной», Сергей Мезенцев и Владимир Маркони в каждом из фрагментов выступали в разных ролях, но все образы так или иначе, являлись карикатурой — и на компетенции отечественных медиа, и на стереотипно понимаемую вымороченность российской действительности**. В качестве основного практикуемого метода работы новые комики использовали простой, но действенный инструмент, подсмотренный у Коэна и работавшего в 1990-е гг. британского юмориста Пола

---

* Youtube-канал «Весь «Реутов-ТВ» на одном канале». URL: // «http://www.youtube.com/user/PeytoBTB»http://www.youtube.com/user/PeytoBTB

** См. название серий второго режима Реутов-ТВ: почему россияне валят из страны? как нам избавиться от алкоголя? Также интересно название финального, третьего сезона: «Реутов-ТВ открывает Россию» (автопробег Москва-Владивосток на Лада Калина Спорт).

Кея[17] — «бомбардировку» окружающих неудобными, неуместными вопросами в жанре несанкционированного, спонтанного интервью.

В первом случае Мезенцев и Маркони представлялись корреспондентами из городов Подольск и Реутов (Илья Огурцов и Анатолий Шмель), которые путешествуют по разным населенным пунктам страны и терроризируют прохожих, представителей местных властных, научных и бизнес-элит абсурдными разговорами на любые, но актуальные темы. В рубрике «Модный диван» они же представали в образе гламурных «тусовщиков» Алекса Бэнтли и Виктора Делюкса, охотившихся на мероприятиях «для своих» на различных медийных персон. Обыгрыванию подвергся и сегмент детского телевидения — в виде клоуна Флейтика и огромного пса с инфантильно-приторным именем Пёся «журналисты» брали интервью у представителей различных своеобразных сообществ (работников секс-индустрии, реконструкторов, рок-музыкантов, представителей ВДВ), требуя от них характерных экспликаций всех «прелестей» взрослой жизни.

На протяжении трех лет существования передачи зрители канала неустанно обсуждали ее качество, в частности, голосуя на форуме официального сайта «за» и «против» закрытия «Реутов-ТВ»*. Естественно, эта видимость демократической интерактивности медиа никак не влияла на наличие программы в сетке вещания. Однако в 2013 г. «Реутов-ТВ» прекратила свое существование на канале 2х2, трансформировавшись в более актуальный для аудитории канала проект — «фешенебельную программу от супермодных телеведущих о самых трендовых девайсах «Модный девайс»**. Теперь, буквально застыв в уже знакомых зрителю образах Алекса Бэнтли и Виктора Делюкса, авторы рисуют утрированный образ и практики представителя современной столичной молодежи. В данном случае осмеянию подвергаются такие модные, актуальные и якобы массово разделяемые определенной стратой способы конструирования идентичности, которые описываются набором слов из заставки программы: «стиль», «винтаж», «крейзи миднайт дисплей», «тренд», «инстаграм еды», «твит», «Стив Джабс», «стартап».

Стоит заметить, что фиксируемая сегодня популярность и злободневность названных программ на протяжении всего времени существования контента сопровождалась серьезной для медийного продукта проблемой — ограниченностью целевой аудитории. Собственно, именно несовпадение риторики программы — самого живого и свежего продукта на российском телерынке, по мнению менеджеров праймового вещания[18] — с ожиданиями типичных зрителей MTV и стало причиной дрейфа шоу с канала на канал. А после обнаружения

---

* Анти-Реутов ТВ. Мнения // Форум 2х2. URL: // «http://old.2x2tv.ru/forum/theme/8922/page/1»http://old.2x2tv.ru/forum/theme/8922/page/1

** Модный девайс. URL: // «http://www.youtube.com/watch?v=bqmQrNfE35M»http://www.youtube.com/watch?v=bqmQrNfE35M

довольно негативного отношения со стороны и зрителей 2х2 «Реутов-ТВ» пришлось трансформировать в программу, которой сами авторы дают насмешливую характеристику — «тренди и стильненько».

Кроме того, как заметил Роман Саркисов, бывший на тот момент генеральным директором 2х2 и ставший инициатором покупки продукции «Письмошной», на 2х2 основными потребителями являлись «мужчины в возрастном диапазоне 18—34 года … молодые духом», для которых важно «смеяться над собой», что «позволяет им понять проблему и здраво смотреть на мир и взрослеть»[19]. Если пользоваться терминами современной социологии, эти зрители — кидалты, не взрослеющие взрослые, предпочитающие постоянной погруженности в серьезный дискурс игровую, смешную реальность[20]. Хотя менеджеры культуры довольно часто заявляют о растущей популярности такого внешне рекреационного образа жизни и постоянно создают ориентированную на кидалтов (интеллектуальную) продукцию, стоит признать, что в реальности количество практикующих его людей не велико.

Фактически передачи «Письмошной» не могли и не могут претендовать на влияние, которое имели западные родоначальники подобных экспериментальных ТВ-практик. Использование иронического инструментария, в виду его качественного отличия от западных образцов, в результате не превратилось для критиков в индикационную метку этих передач. Впрочем, и зрителями, и создателями ТВ-контента в ряде случаев риторика авторов рассматривалась как «розыгрыш», «шутка», «троллинг»[21], за которыми с трудом можно разглядеть аналитические практики остранения действительности[22]. Значит, никакой критической дистанции от господствующей идеологии, никакой внутренней свободы авторы «Письмошной» предложить своей публике не могут. Вместо этого они рисуют бесконечные карикатуры, создают атмосферу легкого «фана» и «глума», что, следуя мысли Романа Саркисова, всегда вполне отвечало запросам аудитории кидалтов. В таком случае, если усложнение зрительской рефлексии моделей медиа-репрезентаций и происходит, то только в форме ироничного эскапизма.

Вторая, аналитическая модель мокьюментари, может быть корректно представлена на примере нашумевшего проекта Андрея Лошака «Россия. Полное затмение» (а также на примере иных по идеологическому заряду, но технологически близких фильмов А. Мамонтова). Пятисерийный фильм-мистификация Лошака, снимавшийся несколько лет, увидел свет на федеральном канале НТВ в 2012 году. В сериях, озаглавленных «Синяя Борода с Рублевки», «Укол бессмертия», «Ковры-убийцы», «Нацисты-мутанты» и «Телезомби», Лошак предложил в абсурдистской манере задуматься о катастрофичности российской действительности. И, хотя рассуждения о вредоносности торсионных полей, зашифрованных в узорах развешенных по всей стране ковров, о гене национализма, объясняющем «эпидемию коричневой чумы» в России, о зомбирующих возможностях ТВ, существование которого подтверждается

наличием в Останкино специального оборудования, носили абсолютно «хармсовский» риторический характер, многими зрителями они были восприняты всерьез. Характерный для передач НТВ аудиальный и визуальный ряд, репутация Лошака как серьезного журналиста, а также отсутствие интерактивного диалога с аудиторией способствовали сложной судьбе псевдодокументального фильма. Покаяние журналиста об использовании инструментов мокьюментари для пародирования современного телевидения и терапевтического, методом шоковой терапии, очищения зрительских «фильтров восприятия», не показалось достойной объяснительной моделью даже весьма искушенной, лояльной к новаторству, публике*.

Вот, как оценивал возможности и специфику проекта сам автор: «Люди не воспринимают критически информацию, которую им показывают. Хотя мы специально сделали так, чтобы количество бреда было достаточно равномерно распределено внутри каждой серии [...]. Мне казалось, публика, привыкшая анализировать информацию, могла бы достаточно быстро понять, что это игра. [...] Тем не менее, действительно, игру считали далеко не все. [...] Этот проект — зеркало, в которое зритель может посмотреться и увидеть себя там. И задуматься. [...] То, что люди в этот фильм поверили и, несмотря на концовку, продолжают верить, говорит о том, что это правильная история. Что с этим надо бороться. [...] Цель проекта не в том, чтобы погоготать над зрителем. [...] Это была попытка найти подход к зрителю через нестандартную форму [...] попытка иносказательным образом подтолкнуть людей критически воспринимать информацию, которая льется с телеэкранов. [...] Юмор — это вполне серьезное оружие, жалко будет его потерять. [...] должны быть разные способы борьбы или, так скажем, протеста. Этот цикл — это тоже мой личный протест. [...] Он изначально скандальный и провокационный. Это было частью замысла — разворошить улей»[23].

В этом высказывании содержится очень важное для характеристики мокьюментари замечание: юмор может рассматриваться как язык критики и сопротивления. Только вместо «протестной культуры», которая, благодаря репрезентациям в СМИ образов массовых выступлений, стала «общим местом», псевдодокументалистика предлагает множественность вызовов и точек противодействия[24]. И раз власть есть власть номинации, называния мира, то дискурсивные практики псевдодокументалистики, по мнению Лошака и его коллег, позволяют сформировать новый язык, соответствующий новому миру. Возможно, этот язык, как и релевантная ему действительность, выглядит весьма насильственным, а скрываемые в нем и за ним практики властного принуждения, манипулирования и доминирования оказываются чрезмерно откровенными.

* Например, см. обсуждение фильма «Россия. Полное затмение» на профильной странице социальной сети ВКонтакте (орфография названия сохранена): Россия Полное затмение НТВ. Группа для тех кто неравнодушен к родине // ВКонтакте. URL: // «http://vk.com/russiapz»http://vk.com/russiapz

С другой стороны, в этом языке и формируемой им конвенциональной реальности не будет места феномену исключения, изъятия, а, значит, замалчивание и несвобода подвергнутся порицанию. В такой ситуации единственным условием комфортного и мирного существования окажутся ответственный индивидуальный контроль за собственным самовыражением и последующий рост рефлексивности мышления.

Кажется, эти рассуждения выглядят весьма логичными для либерального дискурса, который и сформировал предпосылки возникновения псевдодокументалистики. Однако в этом и заключается основная проблема. Вместо рассмотрения феномена саботирующего сопротивления, российские авторы «аналитического» мокьюментари говорят о распространении, пусть и демократического, но прессинга, а значит, о легитимации существующих институциональных рамок и об уплотнении режима контроля[25,26]. Вместо демонстрации внутренней свободы от навязываемых норм, они рассуждают как субъекты власти, по-прежнему ангажированные ею, но снабженные хитрым и как бы оправдывающим их инструментарием автопародии.

Впрочем, вопрос о том, является ли мокьюментари для российского или международного медийного пространства еще одним методом нагнетания режимного контроля, требует отдельного исследования. Однако на основании уже проведенного анализа можно предположить, что и аналитическая, и близкородственная ей в данном случае ироническая интенции псевдодокументального дискурса в его отечественном изводе сильно уступают мировому «стандарту качества». Для западного мокьюментари, давно укорененного в теле культуры, сопротивление выглядит как не-повиновение, а не деятельный отпор. М. Коэн или П. Гринуэй, демонстрируя изъяны окружающего мира, его болезненные каверны, предлагают просто «говорить истину» о нас самих. Порой эта практика, никак не связанная с сопротивлением, а значит, воспроизводством ненавистных структур, оказывается даже более опасной, чем активизм. За ней стоит пустота, отсутствие морального императива, категорических предписаний и отказ от привычного языка — как обвинения, так и оправдания. Но в этой же практике — ключ к освобождению от давления, путь к бесконечным возможностям конструирования идентичности.

Может быть, российское мокьюментари не перенимает этот опыт ненасильственной риторики, потому что предполагает, что отсутствие контроля обернется анархизмом. А, может быть, причина кроется совсем в другом: насилие в играх человечества слишком часто является нулевой, начальной ставкой. И если ответственность за любые огрехи в конструировании мира, за проявления агрессии невозможно будет переложить на какую-нибудь жертву, но придется делить между всеми со-участниками бытия, никто не сможет прикоснуться к иллюзии счастья и удовлетворения. А наслаждение, даже и мнимое, (современному) человеку, пережившему множество травм, видится более при-

ятной стратегий, чем, пускай и заслуженное, экзистенциальное страдание. В западных практиках мокьюментари, с его риторикой ответственного отношения к жизни, лишь оттеняет господствующий гедонизм, но в России полноценное использование его стратегий возвратит зрителя к кромешной вымороченности действительности, которую так тщательно в последнее время лакируют гламуром и поверхностной культурой потребления.

«Чтобы изменить все, нужно признать, что на самом деле ничего изменить нельзя», — таков философский призыв мокьюментари как протестного движения. Но в контексте культуры России он выглядит, пожалуй, не просто пессимистично, но самоубийственно.

[1] Женетт Ж. Фигуры. В 2 т. Т. 1-2. — М., 1998.

[2] Зельвенский С. Mockumentary: история вопроса // Сеанс. 2007. № 32. URL: //«http://seance.ru/n/32/mockumentary/mocumentary/»http://seance.ru/n/32/mockumentary/mocumentary/

[3] Лотман Ю.М. Непредсказуемые механизмы культуры. — Таллинн, 2010.

[4] Михелева М. Диктатура юмора: что российские комики думают о творчестве Саши Барона Коэна // The Hollywood Reporter. Российское издание. 21 мая 2012. URL: // «http://www.thr.ru/articles/432/»http://www.thr.ru/articles/432/

[5] Topcik J. For Ali G, More Fame But Fewer Dupes// The New York Times. 2005, July 23. URL: // «http://www.nytimes.com/2005/07/23/arts/television/23ali.html?pagewanted=1&_r=0»http://www.nytimes.com/2005/07/23/arts/television/23ali.html?pagewanted=1&_r=0

[6] Липпман У. Общественное мнение. — М., 2004.

[7] Зверева В.В. «Настоящая жизнь» в телевизоре. Исследования современной медиакультуры. — М., 2012. С. 9.

[8] Григорьева Д. Особая роль документалиста // Киноведческие записки. 2011. № 98. С. 9-10.

[9] Тюпа В.И. Дискурс/Жанр. — М.: Intrada, 2013. С. 17.

[10] Розенталь А. Создание кино и видеофильмов от А до Я. — М.: Триумф, 2000. С. 135.

[11] См. 9. С. 117.

[12] Смирнов И.П. Олитературенное время. (Гипо) теория литературных жанров. — М., 2008. С. 143.

[13] Делез Ж. Логика смысла. — М.: Академический проект, 2011. С. 367.

[14] Там же. С. 12.

[15] Жижек С. О насилии. — М.: Европа, 2010. С. 124.

[16] Жижек С. Чума фантазий. — Харьков. 2012. С. 302.

[17] Батай Ж. Границы полезного. Отрывки из неоконченного варианта «Проклятой части» // Проклятая часть. Опыт общей экономики. — М.: Ладомир, 2006. С. 302.

[18] Павлов А. Интервью с Владимиром Маркони // Центр исследования (пост)современной культуры. URL: // HYPERLINK «http://yourmacguffin.com/badtaste/anatoliy_shmel/»http://yourmacguffin.com/badtaste/anatoliy_shmel/

Ванина Л. Пишите письма // Большой Город. 2010. 23 сентября 2010. URL: // «http://bg.ru/society/pishite_pisma-8600/»http://bg.ru/society/pishite_pisma-8600/

[19] Фомичева А. Интервью с Гендиректором телеканалов MTV и «2x2» Романом Саркисовым: «Потом появились мы и скупили все контракты на рынке» // Branded. 18 апреля 2011. URL: // «http://branded.ru/jce/interview/4859--mtv-l22r-l-r»http://branded.ru/jce/interview/4859--mtv-l22r-l-r

[20] Синдром Карлсона.// TimeOut Москва. 22 апреля 2009. URL: // «http://www.timeout.ru/journal/feature/1627/1/»http://www.timeout.ru/journal/feature/1627/1/

[21] Там же.

[22] Бойм С. Общие места. Мифология повседневной жизни. С. 269.

[23] Мы живем в городе Глупове. Андрей Лошак о своем нашумевшем проекте «Россия. Полное затмение» // Лента.Ру. 3 сентября 2012. URL: // «http://lenta.ru/articles/2012/09/03/loshak/»http://lenta.ru/articles/2012/09/03/loshak/

[24] Рауниг Г. Искусство и революция. Художественный активизм в долгом двадцатом веке. С-Пб., 2011. С. 45-46, 227.

[25] Там же. С. 234.

[26] Жижек С. Год невозможного. Искусство мечтать опасно. — М., 2012. С. 166.

М. Бойко

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ХАРАКТЕРОВ ЭКРАННЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ (на материале телесериала «Твин Пикс»)

Телесериал Twin Peaks (далее — TP) вызвал лавину сопутствующей и интерпретирующей литературы. На волне *твинпиксомании* были составлены подробные путеводители* по сериалу и приквелу, справочники по типу «часто задаваемые вопросы» (FAQ)**, электронные энциклопедии***, появились специализированные форумы****. В результате сколько-нибудь важные сцены, мотивы и аллюзии буквально обсосаны до косточки. Выявлены параллельные связи между различными эпизодами, изучены сюжетные функции лиц, животных, помещений и предметов, проанализированы диалоги и отдельные реплики. Без преувеличения можно сказать, что TP — это самый изученный из всех существующих на сегодняшний день телесериалов. Поистине благодатный материал для структурного анализа характеров персонажей.

Специфика Вселенной «Твин Пикс»

Художественная Вселенная «Твин Пикс» шире, чем телесериал, и включает четыре «канонических» источника:

— телесериал Twin Peaks (TP, 30 серий, 1990–1991);*****

— приквел к TP — художественный фильм Дэвида Линча Twin Peaks: Fire Walk With Me (1992)****** и сценарий;*******

— книга Дженнифер Линч The Secret Diary of Laura Palmer (1990)[1];

— книга Скотта Фроста The Autobiography of FBI Special Agent Dale Cooper (1991)[2].

---

* Существуют «краткий» путеводитель, написанный Джимом Пеллманом, и «длинный» путеводитель, содержащий описания каждой серии, запись диалогов, положения на шахматной доске, карты и диаграммы красной комнаты, даты и время большинства действий (редактор — Эд Номура).

** Англоязычный ресурс: http://www.twinpeaks.org/faqtop.htm. Русский перевод: http://twinpeaks.cinema.ru/TwinPeaks/faq.htm.

*** Например, «Пиксопедия»: http://david-lynch.info/wiki/doku.php.

**** Например, русскоязычный форум «Красная Комната»: http://david-lynch.info/forum/index.php.

***** Мы используем нумерацию серий Линча/Фроста. Первый сезон: «пилот» и еще 7 серий (## 1–7). Второй сезон: 22 серии (## 8–29). «Пилот» и восьмая серия длятся два часа, все остальные серии — один час.

****** В российском прокате «Твин Пикс: Огонь, иди за мной», «Твин Пикс: Сквозь огонь» и другие варианты.

******* Оригинальный текст (англ.): http://www.lynchnet.com/fwwm/fwwmscript.html.

Дженнифер Чэмберс Линч (р. 1968) — дочь Дэвида Линча от первого брака с художницей Пэгги Риви*. Скотт Фрост — брат Марка Фроста и сценарист двух серий TP (# 15 и # 21). Оба автора консультировались у Дэвида Линча и Марка Фроста, а «Тайный дневник Лоры Палмер» даже цитируется в телесериале.

Однако погружение в мир TP оставляет щемящее чувство неудовлетворенности. Это закономерно. Во-первых, сценарий телесериала — это продукт коллективного творчества, результат наложения самых различных влияний, подходов и представлений о развитии сюжета. Хотя у TP два отца-основателя (Дэвид Линч и Марк Фрост), но всего в его создании участвовало 8 сценаристов и 13 режиссеров. Как следствие, не существует такой смысловой координатной сетки, с помощью которой можно было бы обоснованным и непротиворечивым образом реконструировать события TP.

Во-вторых, на развитии сюжета сказались внешние факторы. В частности, под давлением руководителей телеканала ABC сценаристам пришлось отказаться от первоначального соглашения о том, что личность убийцы Лоры Палмер навсегда останется тайной. В результате после #16 TP утратил динамику, превратился в типичную мыльную оперу.

В заключительной серии Дэвиду Линчу требовалось решить непростую задачу: вернуть телесериалу цельность, глубину и, кроме того, создать завязку для так и не снятого продолжения. Но если спустя два десятилетия TP по-прежнему вызывает у зрителей неподдельный интерес, то связано это, по-видимому, с тем, что Линч виртуозно справился с поставленной задачей.

Киносемиотика и структурный анализ характеров экранных персонажей

Однако нас интересует не сюжет, а характеры персонажей TP. И сразу встает вопрос: в чем специфика структурного анализа характеров экранных персонажей по сравнению со структурным анализом литературных персонажей? Для этого выведем общую семиотическую формулу структурного анализа характеров персонажей.

Утверждение, что между планом выражения (E) и планом содержания (C) существует отношение (R), в символической записи, предложенной Луи Ельмслевым выглядит так: ERC^3. Ролан Барт показал, что знаковая система ERC может служить планом выражения, или означающим, некоторой второй знаковой системы, что можно записать как (ERC) RC^4. В нашем случае в качестве плана выражения второй знаковой системы можно рассматривать литературный текст или кинотекст, а в качестве плана содержания второй знаковой системы — совокупность характерологических признаков персонажей.

* Теперь Дженнифер Линч пишет сценарии и снимает остросюжетные фильмы («Елена в ящике», 1993; «Наблюдение», 2008; «Нагин», 2010; «На цепи», 2012).

Поскольку отношение R в данном случае отсылает к различным планам содержания — соответственно, первого и второго уровня, — целесообразно добавить индексы. Получаем для системы характерологических признаков следующую семиотическую формулу: $(E_1RC_1)\ RC_2$. Таким образом, система характерологических признаков персонажей является *коннотативной системой* в терминах Ельмслева и Барта, т. е. системой, план выражения которой сам является знаковой системой. Ч.С. Пирс ввел термин «семиозис» для обозначения процесса, в ходе которого знак оказывает когнитивное воздействие на своего интерпретатора[5]. Аналогичный процесс в отношении знаков более высокого уровня можно назвать *метасемиозисом*.

Структурный метод анализа характеров персонажей, по сути, является *метаязыком*, позволяющим описывать системы характерологических признаков, и, таким образом, представляет собой третью знаковую систему. В символической записи Ельмслева и Барта метаязык обозначается как ER (ERC). Подставляя теперь вместо плана содержания метаязыка семиотическое выражение, полученное для системы характерологических признаков, и расставляя индексы уровней, имеем:

$E_3R\ [(E_1RC_1)RC_2]$.

Это и есть общая семиотическая формула структурного анализа характеров персонажей, справедливая как для литературы, так и для экранного искусства. Главное различие заключается в плане выражения знаковой системы первого уровня (E_1).

Воспользуемся второй трихотомией знаков Пирса, или делением знаков на иконические знаки, индексы и символы[5]. Тогда в случае литературы E_1 есть некоторая последовательность слов естественного языка, т. е. дискретных символов. Эти символы отсылают к индексам второго уровня — характерологическим признакам. Как подчеркивает Барт, индексы отсылают к «более или менее определенному представлению, необходимому для раскрытия сюжетного смысла; таковы характерологические признаки персонажей <…>»[6].

Индексы второго уровня отсылают к символам метаязыка — характерам. Причем Барт делает важное замечание: «Корреляты индексов всегда располагаются «выше», чем они сами; иногда даже они остаются виртуальными, не входя ни в какую бы то ни было эксплицитную синтагму (“характер” персонажа можно прямо ни разу не назвать, но все время указывать на него) <…>»[7]. Несмотря на трехуровневую иерархию знаков структурный анализ характеров литературных персонажей в теоретическом плане не представляет большой проблемы.

Иначе обстоит дело в экранных искусствах. Кино и телевидение имеют принципиально мультимедийную природу. Здесь E_1 представляют собой сочетания знаков троякой природы: дискретных символов (произносимые слова, титры, субтитры), континуальных иконических знаков (движущееся изображение), континуальных акустических индексов (восклицания, шумы, модуляции голоса, музыкальное сопровождение). Трудности вызывает не континуальность сама по

себе, поскольку сегодня экранные произведения искусства чаще всего проходят оцифровку, т. е. превращаются в дискретные знаковые системы. Проблема заключается в том, что, как правило, знаковые системы, состоящие из иконических знаков, визуальных и акустических индексов, не имеют четкого синтаксиса. Барт пишет: «Разумеется, существуют элементарные знаковые системы с ярко выраженной дискретностью, например дорожный код, где по соображениям безопасности знаки должны быть четко отграничены друг от друга; но уже иконические синтагмы, основанные на более или менее полной аналогии с изображаемыми явлениями, гораздо труднее поддаются членению».

Именно с этим связано мнение, озвученное киноведом М. Б. Ямпольским, согласно которому семиотический проект потерпел крах в экранных искусствах: «Вначале я воспринял постулаты семиотики как своего рода святое писание. <…>. Поскольку мир окружающей нас культуры понимался семиотиками как совокупность различных знаковых систем, так или иначе соотносимых с метасистемой естественного языка, основной задачей исследования казалось описание языка кино, определение его различий и сходств с естественным языком. Было, однако, очевидно, что киноязык не оперирует такими же единицами, как естественный язык, он, например, не имеет значащих единиц, подобных фонемам. Его языковой механизм казался основанным на иных принципах. Но основой этого языка мы все же считали систему значащих оппозиций, которые Леви-Стросс обнаружил, например, в мифологии, также не знавшей элементарного фонематического членения…При этом в киноведении мы исходили из неотрефлексированного положения, что кинематограф оперирует «иконическими знаками». Иконические знаки, как известно, изображают те предметы, к которым отсылают, то есть вовсе не строятся на основе отношений означающего и означаемого (другими словами, как следствие идеи). Само понятие иконического знака было позаимствовано у американского логика Пирса и совершенно не вписывалось в соссюровскую семиотику. Но все это нас нисколько не смущало…

Каково мое отношение к киносемиотике сегодня? В первую очередь, я благодарен судьбе, что она позволила мне хотя бы «с галерки» понаблюдать за работой московско-тартуской школы и свела меня с плеядой великолепных ученых. <…> Несмотря на то что сегодня я ушел далеко от взглядов того времени, я до сих пор не считаю, что достигнутые в ту пору результаты не имеют ценности, другое дело, что они требуют коррекции и подлинно философского фундирования. Семиотика задохнулась от собственного сциентизма и отсутствия философского фундамента.

Сегодня мне представляется важным прежде всего окончательно избавиться от представления, что сущность кино заключается в оперировании знаками, пусть иконическими, и что его следует рассматривать главным образом как особую знаковую систему. <…> Мы никогда не оперируем в нашем сознании иконическими знаками, то есть изображениями, которые даны нам как

указатели на нечто отсутствующее. Конечно, в какие-то моменты мы осознаем, что имеем дело только с изображениями, но это сознание знаковости в обычном режиме восприятия не застилает самих вещей…»[8].

Ямпольский отметил действительно очень важную проблему, но мы и не настаиваем на том, что кино следует рассматривать главным образом как знаковую систему. Мы вычленяем в экранных искусствах систему специфических индексов второго уровня — характерологических признаков. Эти индексы при некотором навыке не составляет особого труда идентифицировать, хотя это конечно искусство, в котором можно и нужно совершенствоваться. Но это является искусством в том смысле, в каком Майкл Полани называл искусством всякий акт денотации[9]. В этом смысле оперирование любой знаковой системой и умение интерпретировать ее, конечно, основано на «личностном знании».

Но прежде, чем мы займемся структурным анализом характеров главных персонажей Вселенной ТР, нам необходимо лучше понять внутренние законы этого художественного мира.

Жанровые особенности и метасемиозис

Анализ художественных произведений обычно начинается с вопросов о теме, главном герое и жанре. Расхожие ответы: телесериал рассказывает о жизни в небольшом американском городке Твин Пикс (штат Вашингтон), о расследовании убийства школьницы Лоры Палмер и последующих событиях, а также о роли потусторонних сил в жизни людей и т. д. Протагонист — это специальный агент ФБР Дэйл Купер.

С жанром сложнее. Система экранных жанров конструируется, как правило, по аналогии с существующими системами литературных жанров. Но не существует общепринятой теории литературных жанров. Употребляются, как минимум, четыре разнородных жанровых логики, что порождает колоссальную путаницу[10]. По отношению к ТР чаще всего используют выражения: мистический детектив*, психологический триллер, магический реализм.

Ключи к правильному пониманию телесериала, на наш взгляд, были даны Линчем в приквеле, который является творением одного создателя и поэтому лишен недостатков ТР. В приквеле главный мотив** — потребление обитателями Черного Вигвама (Black Lodge) гармонбозии (garmonbozia). Это некоторая таинственная субстанция, которая в субтитрах расшифровывается как боль и печаль (pain and sorrow).

---

* А еще ближе метафизический реализм с его конструктивными признаками: метафизический саспенс, трансцендентный МакГаффин, непропорциональность причины и следствия, мотива и действия[42].

** Этот термин мы употребляем в том же смысле, что и русские формалисты: мотив — это далее не разложимая тематическая единица (самое мелкое дробление тематического материала)[43].

Наша гипотеза заключается в том, что главный «персонаж» ТР — это не ктó, а чтó. А именно — гармонбозия. Главная тема — процесс производства гармонбозии. Соответственно, наиболее близкий литературный жанр — производственный роман. Мы имеем в виду, конечно, не идеологизированный советский суррогат,* в котором основное внимание уделялось социальным отношениям в процессе производства и направляющей роли коммунистической партии. Чистые образцы жанра — это романы французского писателя Пьера Ампа «Свежая рыба» (1908), «Шампанское» (1909), «Рельсы» (1912) и др., в которых описывается не жизнь людей, занятых трудом, но сам технологический процесс, а роль человека сводится к производственной функции**.

Мир ТР вращается вокруг процессов производства и потребления гармонбозии. Конечные потребители этого продукта — обитатели Черного Вигвама. Они же и производители. Люди представляют собой, по сути, *сырье*. Производство гармонбозии — это что-то вроде бродильного процесса в чане виноградного сока, только вместо чана — человеческая психика. В этом ракурсе Лора Палмер, Лиланд Палмер, Джози Пэккард и Дэйл Купер представляют собой фабрики по производству гармонбозии. Страдания — это процесс брожения, а смерть — сцеживание гармонбозии, пригодной для конечного потребления.

Как можно заключить из приквела, гармонбозия — это эманация человеческой психики, некая духовно-слизистая субстанция. Соответственно, процесс поглощения ее можно изобразить только символически — например, как впитывание крови или поедание кукурузного пюре. Крови издревле приписывались мистические функции: отсюда представление о вампирах, которым употребление крови дает сверхчеловеческие способности. Выбор кукурузного пюре также не случаен. Для обитателей Черного Вигвама гармонбозия — это обычная пища, заурядная, как кукурузное пюре для простых американцев***.

Мы уже писали о метасемиозисе. Изображение кукурузного пюре — это иконический знак, отсылающий к кукурузному пюре. А кукурузное пюре — это знак второго уровня, а именно символ в терминологии Пирса, отсылающий к знаку третьего уровня — гармонбозии. Гармонбозия — символ в терминологии Пирса, отсылающий к словосочетанию «боль и печаль». Словосочетание «боль и печаль» — это знак четвертого уровня (опять-таки символ в терминологии Пирса), отсылающий к боли и печали, знакомой каждому по личному опыту. На этом метасемиозис заканчивается.

---

* Несомненное исключение — произведения Андрея Платонова («Ювенильное море», «Котлован» и др.).

** Впрочем, и производственные романы Пьера Ампа не являются идеологическими нейтральными. Советские критики видели в них идеализацию и апологию капитализма. Во время Второй мировой войны Амп сочувствовал режиму Виши.

*** Мне известно еще только одно произведение, в котором абстрактное понятие имеет неметафорический материальный эквивалент, — роман Егора Радова[44], в котором сущность бытия, жизни и мироздания распространяется в виде кристаллов.

Таким образом, боль и печаль (pain and sorrow) в ТР — это четырехуровневая коннотативная система (по Барту), описываемая семиотической формулой:

$[[(E_1RC_1)RC_2]RC_3]RC_4$.

Во Вселенной ТР нам не удалось обнаружить эксплицированных (т. е. декодированных создателями) коннотативных систем с бóльшим числом уровней. Это указывает на наш взгляд на ключевую роль проблематики боли и печали для этого художественного мира.

Из приквела можно заключить, что гармонбозия поддается только мистическому восприятию и магическому манипулированию. Само слово garmonbozia, очевидно, не имеет прямого отношения ни к гормонам (hormones), ни к гармонии (harmony), ни к амброзии (ambrosia), хотя, по-видимому, и вбирает в себя их смысловые оттенки. Как подсказывает Дэвид Линч, прямое отношение гармонбозия имеет к тому, что мы называем болью (pain) и печалью (sorrow). Строго говоря, перевод не совсем корректен, поскольку русское слово «боль» имеет более широкий смысл, чем английское слово pain, и охватывает также душевные страдания. Таким образом, sorrow — это тоже боль, только психическая, эмоциональная[11, 12, 13]. Речь, таким образом, идет о давно известных разновидностях боли — физической и психической. «Разница между чисто физической и эмоциональной болями заключается в том, что первая из них четко локализована и воздействует на ограниченный участок тела, в то время как эмоциональная боль, также проявляющаяся в теле, носит генерализованный, обобщенный характер. Головная боль — это боль, локализованная в голове, зубная боль ограничивается челюстью и прилегающими областями, боль в шее воздействует только на шею. В противоположность этому боль, испытываемая от одиночества, ощущается во всем теле»[14].

Физическая боль вызывает изменения в психике, а психическая боль может соматизироваться (например, при истерии). Различие между двумя разновидностями настолько зыбкое, что повсюду, за исключением узких областей медицины (анестезиология, алгология и т. д.)[15], им можно пренебречь. Часто это даже желательно, как отмечает норвежский исследователь (его даже можно назвать алгософом) А. Ю. Ветлесен: «<…> разделение боли на физическую и психическую приносит на самом деле больше вреда, чем пользы, как для понимания, так и для лечения»[16].

Но «гармонбозия» — это не просто аналог русского слова «боль», обозначающего как физические мучения, так и душевные страдания. Вероятно, pain и sorrow — это воспринимаемая внешняя сторона боли, а гармонбозия — умопостигаемая внутренняя сущность боли.

Алгофагия в американском городке

Таким образом, обитатели Черного Вигвама питаются человеческой болью. По аналогии с терминами, употребляемыми в биологии (зоофаг, антропофаг,

ихтиофаг, энтомофаг, фитофаг и т. д.), можно сконструировать термин «алгофаг» (<др.-гр. ἄλγος «боль» + φάγειν «поедание»). Корень «алг(о)-» встречается довольно часто: алгология, алголагния, альгоменорея, анальгин, баралгин, гастралгия, гипералгезия, каузалгия, невралгия, ностальгия, пенталгин и т. д.

Обитатели Черного Вигвама — это существа-алгофаги, которые, подобно вампирам и лярвам в европейской мифологии, занимают более высокое место в пищевой цепочке, чем люди. В отличие от вампиров алгофаги являются бесплотными духовными существами, хотя способны вселяться в различных живых существ (как минимум, в людей и в сов).

Глубже сравнение с лярвами. В европейском оккультизме и демонологии так называют астральных паразитов, питающихся страданием от дурных или неутолимых желаний (страстей). Чем интенсивней разгорается страсть, тем ненасытней становится лярва. Человек полагает, что страсть исходит от него самого, а на самом деле это голод присосавшегося к нему духовного паразита. Когда человек одолевает страсти или умирает, лярва отделяется от породившего ее человека и отправляется искать нового хозяина.

Именно это пытается объяснить персонаж ТР Филипп Жерар (вернее, его субличность — Майк): «Вы понимаете, что такое паразиты? Они поселяются в тех или иных живых существах и кормятся их соками. БОБ неизменно паразитирует на людях. Его пища — страхи и удовольствия. Он их порождение. Я такой же, как БОБ. Когда-то мы были партнерами» (ТР, #13). Аналогично мыслит персонаж Уиндом Эрл: «Эти ночные существа, что таятся у грани наших кошмаров. Мы привлекаем их, когда источаем страх. Для них это хлеб с маслом, идеальный симбиоз. Природа, непогрешимая в своих целях и формах» (ТР, #28).

Правда, в этом смысле можно сказать, что люди — это паразиты по отношению к коровам, молоко и мясо которых они употребляют в пищу. Но люди не проникают в психику коров и управляют ими посредством физического принуждения, а алгофаги способны проникать в психику людей и овладевать ею.

В отличие от лярв обитатели Черного Вигвама — это вполне разумные существа, планирующие и налаживающие эффективное производство. Но, как и лярвы, они приближают смерть *алгодонора*. Это маскирует их подлинные мотивы и вызывает недоумение Лоры Палмер: «Я начинаю становиться тем существом, которым, по словам БОБА, и должна была стать. <…> Ты что, не видишь, что убиваешь меня, БОБ? Ты к этому стремишься?»[17].

Используя марксистскую терминологию, можно сказать, что производство гармонбозии — это экономический базис Вселенной «Твин Пикс», а все остальные сюжетные перипетии — это всего лишь надстройка, маскирующая базис. Мы уже говорили, что главные персонажи ТР — это, по сути, сырье для производства гармонбозии. Конечные потребители — это обитатели Черного Вигвама. Рабочая сила — это… как ни странно, БОБ, практически в одиночку выполняющий всю черную работу. Можно заметить, что он подчиняется многим другим

алгофагам, а те относятся к нему с заметным презрением. Иными словами, в потустороннем мире Черного Вигвама БОБ играет роль пролетариата, а Майк, Карлик (Человек Из Другого Места) и другие составляют привилегированный класс, присваивающий прибавочный продукт.

В первом томе «Капитала» Карл Маркс записал «всеобщую формулу капитализма» в виде Д — Т — Д’, где Д’ = Д + ΔД. Здесь Д — это первоначально авансированный капитал, а ΔД — некоторое приращение, или избыток первоначальной стоимости, названный Марксом *прибавочной стоимостью*[18].

Алгоэкономика ТР основывается на аналогичной формуле: G — X — G’= G + ΔG. Не сразу понятно, что является промежуточным звеном. Однако нам известно, что необходимым условием производства гармонбозии является вторжение в психику человека (потенциального алгодонора) некоторой сущности по имени БОБ. Подробнее всего этот процесс представлен в «Тайном дневнике», содержащим целые диалоги Лоры Палмер и БОБА.

Вообще говоря, существуют две конкурирующие гипотезы: 1) БОБ — это самостоятельная сущность, приходящая из другого слоя реальности (Черного Вигвама) и вторгающаяся в человеческую психику; 2) БОБ — это автономный фрагмент человеческой психики, отщепившийся от основной личности. Нам с точки зрения характерологии персонажей интересней второе объяснение.

Промежуточная фаза X внешне напоминает клиническую картину расщепления личности с прогредиентным течением. Первоначально это расстройство называли шизофренией [< др.-гр. σχίζω «раскалываю» + φρήν «ум, рассудок»], что этимологически правильно, однако сегодня соответствующий комплекс симптомов чаще называют *диссоциативным расстройством идентичности или расстройством множественной личности*[19, 20], что приводит к значительной путанице. Отличить шизофрению от расстройства множественной личности при диагностике непросто. Путеводной нитью может служить то, что больными шизофренией соответствующие симптомы (голоса, неконтролируемые мысли и желания, провалы в памяти и т. д.) воспринимаются как воздействия извне, а не как проявления той или иной субличности.

В ТР мы видим, что болезнь начинается как шизофрения (БОБ воспринимается как нечто внешнее), но развивается в сторону диссоциативного расстройства идентичности. Границу между состояниями обозначает тяжелый психический кризис, который изображается как проникновение в психику БОБА (с психиатрической точки зрения БОБ присутствует в психике алгодонора с момента заболевания, но после кризиса начинает доминировать). Интересно, что в ТР только у мужчин болезнь переходит во вторую стадию (Лиланд Палмер, Дэйл Купер), а женщины гибнут во время психического кризиса (Лола Палмер, Джози Пэккард). Правда, при такой скудной статистике (всего четыре случая) трудно решить, имеем ли мы дело с закономерностью или случайностью. Двое из заболевших близкие родственники, но, поскольку еще одна

заболевшая — китаянка из Гонконга (Джози Пэккард), речь не идет о генетическом заболевании.

Секрет Лоры Палмер

Как мы показали, болезнь в телесериале начинается как шизофрения. Первоначально Лора Палмер воспринимает БОБА как преследующего и насилующего ее человека, но постепенно осознает, что это зло коренится где-то в глубинах ее собственной психики. Этому множество свидетельств в телесериале, но цитировать проще текст, чем киноэпизоды.

«Ничуть не сомневаюсь, что БОБ следит за каждым моим движением. Этот кошмар, зовущийся Мужчиной, сидит высоко, невидимый в лучах солнца, или, может быть, свернувшись в клубок, прячется где-то внизу. Неважно, где он. Важно, что он так и сверлит меня своим взглядом, проникая в самую глубь, распознавая даже малую толику сомнения в моей душе, отмечая самое слабое биением моего сердца <…> Чья-то неведомая воля снова и снова повергает меня на землю в чаще леса»[21].

«Какая-то часть меня продолжает сомневаться, что он действительно существует, а значит — нечего бояться того, кто стоит сейчас за окном, и незачем опасаться уходить в лес на мое обычное место, и не стоит сопротивляться»[21].

«Можно было бы вызвать полицию, чтобы они устроили засаду, но ему это стало бы известно, как становится известным все, что происходит в моей голове <…> Он снова проник на страницы моего дневника… Ведь это же совсем не то, что я хотела написать! Я схожу с ума от страха при мысли, что БОБ нашел лазейку, позволяющую ему хозяйничать в моем дневнике, как будто это он вкладывает в мою голову слова за несколько секунд до того, как я записываю их в дневнике в качестве моих собственных»[22].

«Я сошла с ума! Ты не существуешь! Все очень просто. А мне надо отправиться к доктору, потому что я страдаю галлюцинациями. <…> БОБА не существует в реальной жизни»[23]. Лора заблуждается. БОБ действительно существует, но он отнюдь не другое существо, а отщепившийся фрагмент ее собственной психики.

Дело, конечно, не в самом расщеплении, а в его патологической степени. Строго говоря, все люди обладают зачатками множественной личности. Это было несомненно уже для Фридриха Ницше. «Допущение единого субъекта, пожалуй, не является необходимым; может быть, не менее позволительно принять множественность субъектов, солидарные деятельность и борьба которых лежат в основе нашего мышления и вообще нашего сознания. Некоторого рода аристократия «клеток», в которых заложена власть? <…> Мои гипотезы: Субъект как множественность <…>»[24].

Наиболее последовательно этот тезис был развит в аналитической психологии. Карл Густав Юнг полагал, что «любой автономный или хотя бы только от-

носительно автономный комплекс может выступать в качестве личности, то есть оказываться персонифицированным»[25]. Более того: «Не только бессознательные процессы часто поразительно независимы от переживаний сознания, но и процессы сознания уже обнаруживают явную разрыхленность, а соответственно разорванность. <…> Если случаи double conscience, в которых так сомневался Вундт, все-таки имели место в действительности, то такие случаи, когда расщеплению подвергается не вся личность, а от нее отщепляются мелкие фрагменты, много более вероятны, а на практике и чаще встречаются. Речь идет даже об исконном опыте человечества, отражающемся в повсеместно распространенном убеждении, будто в одном индивиде обитает множество душ. Как показывает тот факт, что на первобытной ступени душа ощущается состоящей из множества компонентов, это изначальное состояние соответствует весьма слабой взаимной связности психических процессов, а отнюдь не их полному единству. Да и, кроме того, опыт, накопленный психиатрией, доказывает, что нередко достаточно незначительного воздействия, чтобы расщепить с таким трудом достигнутое в ходе лечения единство сознания и разложить его на изначальные элементы»[26].

Главное открытие Юнга состояло в том, что человеческое бессознательно прямо-таки кишит автономными комплексами, или архетипами, которые представляют собой, по сути, зачатки альтернативных личностей (субличностей). Если сознательное начало ослаблено (алкоголизм, наркомания, стресс, болезнь, тяжелая утрата), то они могут стать центрами кристаллизации альтернативных личностей, что выливается в диссоциативное расстройство идентификации. Судя по всему, именно это и происходит с Лорой Палмер в процессе полового созревания.

Наркотики — это катализаторы расщепления, хотя бы уже потому, что расщепляют самоощущение человека на две контрастные половины — блаженство и невыносимое страдание.

Мысли Лоры навязчиво вращаются вокруг боли: она боится ее и неистово жаждет, избегает и повсюду ищет. Мы видим, как усиливается и разжигается этот всепоглощающий интерес: «Меня интересует вот что: может ли боль — не такая, какая бывает, когда у тебя погибает кошка или умирает тетя, но такая, с какой надо жить постоянно, — стать… твоим другом? Тенью или твоим вторым я. Возможно ли это?»[27]. «Лучше уж эту боль причиню себе я сама. Мне известны все наиболее уязвимые места, которые у меня есть. И я сама буду делать себе больно, пока все это ни кончится!!!»[28], «Мне требуются действительно острые ощущения, сказала я. У меня их давно не было. Я только и делала, что давала эти ощущения другим»[29]. «Неужели все они не видят, что меня пожирает боль?»[30].

Интересно, что БОБ постоянно упрекает Лору за ее жажду боли, за садомазохистские игры, т. е. выступает как карающее и отчужденное Сверх-Я. Лоре все труднее поддерживать самообман и изобретать самооправдания: «Я не хочу,

чтобы мне причиняли боль. И никогда этого не хотела. Все, чего мне хочется, — это просто играть в игры, где по ходу дела иногда требуется произносить грязные слова. Грязные, но не подлые, как думает БОБ. И если меня наказывают, то наказанием служит секс, а не боль»[31]; «Люблю, чтобы было не совсем, а только почти плохо. Не играть с плохим, а лишь заигрывать. Чтобы око не заполняло тебя»[32]; «Вся причина, по которой меня так тянет на эти оргии у Лео, причина, по которой я позволяю ему привязывать меня и даже иногда бить, заключается, кроме странного наслаждения, испытываемого мною, в том, что я чувствую: вот тот мир тьмы, которому я принадлежу»[33].

Можем предположить, что темная сторона психики Лоры отщепляется именно для того, чтобы она могла галлюцинаторно реализовывать свои мазохистские фантазии. Впоследствии, чтобы реализовать их на практике, она проецирует свои мазохистские ожидания на самых брутальных и аморальных мужчин. Интересно, что в «Тайном дневнике» отношения Лоры с Лео Джонсоном выглядят гораздо более теплыми, чем можно заключить из приквела и ТР. Лора не просто боится его потерять, но и ревнует к его жене Шелли[34].

В роковую ночь Лора проецирует свои фантазии на отца, но Лиланд реализует их не в безобидной игровой форме (как это неоднократно проделывали Лео Джонсон и Жак Рено), а доводит их до логического завершения — убийства. Таким образом, с психиатрической точки зрения Лора Палмер покончила самоубийством, спроводицировав своего отца-шизофреника на жестокий, но втайне желаемый ею поступок.

В одной из статей мы ввели представление об алгохарактерах и разработали типологию[35]. Алгохарактер обозначается прибавлением к ядру характера «мазо-» в случае мазохистического уклона (мазоциклоид, мазошизоид, мазоистерик и т.д.), «садо-» в случае садистического уклона (садоциклоид, садошизоид, садоистерик и т.д.), «алго-» в смешанном случае (алгоциклоид, алгошизоид, алгоистерик и т.д.). Нами показано, что в романе «Венера в мехах» Леопольд фон Захер-Мазох дал клинически точное описание трех алгохарактеров: Северин — мазошизоид, Ванда — алгооциклоид, Грек — садошизоид.

А как быть с Лорой Палмер? Строго говоря, у шизофреников нет характера. Психиатр П. В. Волков поясняет: «Также при шизофреническом процессе наблюдается переслаивание «характера»: какие-то характерные особенности человека исчезают, и на их место приходят совершенно новые, дотоле человеку несвойственные. Например, у спокойного, уверенного человека появляются «полосы» тревожных сомнений, эти полосы сгущаются, и постепенно он становится настолько тревожным, мелочным, обидчивым и педантичным, как если бы стал другим человеком.

Вследствие болезненного переслаивания «характера» ядро его становится мозаичным. Шизофренический человек в разное время может быть совершен-

но разным: с утра, предположим, он — «шизоид», днем — «истерик», вечером — «эпилептоид», и весь день наблюдает за собой как психастеник. Каким он будет завтра — он и сам, к своему ужасу и растерянности, не знает»[36].

Лора Палмер шизофреничка с мазохистским комплексом. Для подобных комбинаций мы предлагаем общее название *алгошизофрения*. Таким образом, открывается новая перспектива. Леопольд фон Захер-Мазох сделал предметом художественного исследования алгохарактеры — сильно акцентуированные характеры (на грани психопатии). А Дэвиду Линчу и Марку Фросту принадлежит аналогичная заслуга в области *алгопсихозов*.

Видения агента Купера

Дэйл Купер не имеет навязчивых представлений, связанных с болью. Поэтому его болезнь менее интересна, чем у Лоры Палмер, — это обычная шизофрения. Продуктивная симптоматика: истинные и ложные галлюцинации (псевдогаллюцинации)[37]. Еще в юности при очень незначительных поводах он впадает паранойяльный бред с истинными галлюцинациями. Не мог вспомнить, как съел арбуз после 44-часового голодания[38] (органическая амнезия). В юности просыпается в руке с неизвестно как оказавшимся там золотым колечком покойной матери[39] (наиболее вероятная интерпретация — психогенная амнезия, т. е. Купер достал его из ящика письменно стола, но забыл об этом). Истинные галлюцинации: «На улице, прямо напротив общежития, стоит какой-то очень странный человек… стоит и смотрит на мои окна… Он выкрашен в синий цвет. Не понимаю, что ему от меня нужно <…> Вчера ночью я опять видел в окно синего человека»[40].

Псевдогаллюцинациями с психиатрической точки зрения является серия встреч с Великаном (всего их пять: две в серии # 8, по одной в сериях # 14, # 16, # 21). Как правило, они происходят в субъективном пространстве и не воспринимаются никем из других персонажей. При этом тело Купера остается в поле восприятия других людей. Шестая встреча с Великаном происходит во время пребывания в Красной Комнате, которое также можно считать псевдогаллюцинацией. Но на этот раз тело Купера не воспринимается внешними наблюдателями — Гарри Труменом и Энди Бренноном. Этот сюжетный элемент не удается объяснить в рамках современной естественнонаучной парадигмы.

До развития болезни в характере Купера присутствовали два ярко и сильно выраженных радикала — шизоидный и анакастический*, т. е., согласно типологии характеров, разработанной В. П. Рудневым и автором данных строк, был шизоананкастом[41].

---

* Купер подсчитывает трещины на тротуаре, звезды, другие предметы, скрупулезно записывает на диктофон свои мысли, составляет нелепые перечни, суеверен, одолеваем тяжелыми предчувствиями, имеет «самый вычищенный пистолет».

Можно предположить, что обитатели Черного Вигвама неспроста заинтересовались возлюбленной Купера — Энни Блэкберн. Энни — латентно расщепленная личность, как можно заключить из восхитительного диалога в лодке: «ЭННИ. Я жила в собственном мире.

КУПЕР. Это неплохое место.

ЭННИ. Там бывают странные соседи» (# 26).

Заключение

Наш подход, конечно, не объясняет всех загадок ТР, но огромный эвристический потенциал налицо. Мы узнали об алгофагах — отщепившихся фрагментах человеческой психики с зачатками личности (БОБ, Карлик, Великан), ведущих паразитическое существование. Алгофаги подпитываются неизвестным гормоном (гармонбозией), синтезирующимся при переживании физической или психической боли. По мере прогрессирования болезни алгофаги начинают овладевать сознанием человека и подавлять его основную личность. Таким образом, Вселенная ТР — это художественный мир, в котором значительная часть персонажей (обитатели Черного Вигвама) являются… частями психики других персонажей, т. е. субперсонажами!

Резюмируем, чем нас так привлекает ТР. Почему миллионы человек во всем мире до сих пор пытаются проникнуть в тайны вымышленного американского городка?

1. ТР — это художественный мир, в котором наряду и вперемежку с персонажами действуют субперсонажи, т. е. субличности отдельных персонажей. Таким образом, мы видим расщепленную психику изнутри.

2. Лора Палмер — это, возможно, самый первый и, уж несомненно, самый яркий и обаятельный образ алгошизофренички в мировой культуре.

Возможно, что… мы все немного алгодоноры и алгофаги. И в этом смысле ТР подобен свитку, съеденному Иезекиилем. Написано на том свитке было: «плач, и стон, и горе» (Иез. 2:10), но в устах он оказался сладок, как мед (Иез. 3:3).

[1] Линч Дж. Тайный дневник Лоры Палмер // Линч Дж., Фрост С. Твин Пикс. — М.: Вагриус; Ростов н/Д: Гермес, 1993

[2] Фрост С. Воспоминания специального агента ФБР Дэйла Купера // Линч Дж., Фрост С. — М.: Вагриус; Ростов н/Д: Гермес, 1993.

[3] Барт Р. Основы семиологии // Барт Р. Нулевая степень письма. — М., 2008. С. 308.

[4] Там же. С. 341.

[5] Peirce, Charles Sanders. Collected Papers, vols. 1–8. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press., 1931–1958.

[6] Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Барт Р. Нулевая степень письма. — М., 2008. С. 366.

[7] Там же.

[8] Ямпольский М. Б. Язык — тело — случай: Кинематограф и поиски смысла. — М.: НЛО, 2004.

[9] Полани М. Личностное знание: На пути к посткритической философии. — М.: Прогресс, 1985. С. 156.

[10] Шеффер Ж.-М. Что такое литературный жанр? — М.: Едиториал УРСС, 2010.

[11] Бойко М. Е. Царство Алгоса // «НГ-Ex libris», 28 апреля 2011;

[12] Бойко М. Е.. Шизосемиотика и реальность // «НГ-Ex libris», 2 июня 2011;

[13] Бойко М. Е. Импульсы из алгосферы // «НГ-Ex libris», 5 июля 2012.

[14] Лоуэн А. Радость. — Минск: Попурри, 2009. С. 140.

[15] Кассиль Н. Г. Наука о боли. 2-е изд. — М.: Наука, 1975; 17.Боль: Руководство для студентов и врачей / Под ред. Н. Н. Ярхо. М.: МЕДпресс-информ, 2010.

[16] Ветлесен А. Ю. Философия боли. — М.: Прогресс-Традиция, 2010. С. 46.

[17] См. п. 1. С. 119.

[18] Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 23. — М.: Издательство политической литературы, 1960. С. 161, 166.

[19] Киз Д. Множественные умы Билли Миллигана. — М.: Эксмо, Домино, 2004.

[20] Патнем Ф. В. Диагностика и лечение расстройства множественной личности. — М.: Когито-Центр, 2003.

[21] См. п. 1. С. 94.

[22] Там же. С. 114.

[23] Там же. С. 176.

[24] Ницше Ф. Воля к власти. — М., 2005. С. 286.

[24] Юнг К. Г. Очерки по психологии бессознательного. — М., 2010. С. 224.

[26] Юнг К. Г. Теоретические рассуждения о сущности психического, § 365 // Юнг К. Г. Об энергетике души. — М., 2010. С. 200-201.

[27] См. п. 1. С. 46.

[28] Там же. С. 64.

[29] Там же. С. 139.

[30] Там же. С. 239.

[31] Там же. С. 111.

[32] Там же. С. 159.

[33] Там же. С. 154.

[34] Там же. С. 168.

[35] Бойко М. Е. Метод структурного анализа характеров литературных персонажей: Апробация и первые итоги // Культура и искусство, № 1 (7), 2012

[36] Волков П. В. Разнообразие человеческих миров: Руководство по профилактике душевных расстройств. — М., 2000.

[37] Кандинский В. Х. О псевдогаллюцинациях. — Н. Новгород, 2001.

[38] См. п. 2. С. 330-331.

[39] Там же. С. 294.

[40] Гиляровский В. А. Учение о галлюцинациях. 3-е изд. — М., 2011.

[41] Бойко М. Е., Руднев В. П. Реализм и характер // «Знание. Понимание. Умение», № 3, 2011.

[42] Бойко М. Е. Мастер ключей (Мамлеев и мамлеевщина) // Вопросы литературы, № 4, 2009.

[43] Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика. — М., 1996. С. 182.

[44] Радов Е. Суть. — М., 2003

Д. Журкова

УБИЙСТВЕННАЯ СИЛА КЛАССИЧЕСКОЙ МУЗЫКИ: СОВРЕМЕННЫЕ КИНОГЕРОИ И ИХ МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРИСТРАСТИЯ

В данной статье речь пойдет о двух равно фундаментальных, но при этом, казалось бы, никак несопоставимых понятиях — о классической музыке и о насилии. И то, и другое — универсальные категории, заключающие в себе проблемы и смыслы, актуальные во все времена, другой вопрос, что мы привыкли располагать эти категории на противоположных полюсах социального мира. Однако в современной культуре и, в частности на киноэкране, существует устойчивая тенденция сближения классической музыки с миром насилия, фиксирующая не только неожиданные точки пересечения, но и характерные сдвиги, происходящие в обществе.

Как известно, изображение насилия и жестокости вторгается в одну из самых пограничных и табуированных сфер человеческого сознания, что, в свою очередь, гарантирует экранному зрелищу притягательность и динамичность, одним словом является залогом хорошего приема у зрителя. «Насилие кинегенично — пишет О. Ковалов — оно придает кинематографическим образам чувственную убедительность»[1].В этой же дискуссии на страницах журнала «Искусство кино» режиссер Н. Лебедев метко указывает и на содержательную подоплеку в изображении насилия, которое в искусстве становится формой выражения драматического конфликта, а шок от созерцания насилия является способом достижения катарсиса у зрителей[2].

Между тем, интенсивная эксплуатация темы насилия, которым буквально пропитан современный экран, привела к тому, что прежде действенные приемы, заставлявшие зрителя не только сопереживать, но и задумываться о природе жестокости, перестали работать. Изображение насилия всё чаще оказывается самоценным, из акта его демонстрации полностью выхолащиваются какие-либо рефлексивные подтексты. В связи с этим Д. Драгунский констатирует, что современный экран заполнило «грубое, примитивное насилие, не отягощенное атеистическими, социологическими, психологическими и т.п. размышлениями (столь характерными для художественной презентации насилия в прошлые эпохи)»[3]. Но как выясняется, такое немотивированное насилие, жестокость без интриги, перестает быть интересным зрителю. Безусловно, оно развлекает, но, увы, не трогает, не поражает и не впечатляет, становится слишком предсказуемым и оттого пресным.

Именно в этот момент, в поисках средств, способных вернуть экранному насилию его былую силу воздействия, кинематограф начинает втягивать в свое пространство дополнительные символы и редуцировать нетривиальные

ассоциации, обращаясь к сфере художественной культуры, в том числе, к классической музыке. В данном случае игра строится по принципу от противного — чем более несовместимыми и полярными кажутся понятия, смешиваемые в одном «зрелищном флаконе», тем более ярким, взрывным и соответственно интригующим подразумевается результат их воздействия. Классическая музыка при этом не может оставаться тождественной самой себе. Включение музыкального произведения внутрь кинематографического повествования принципиальным образом влияет как на восприятие содержания самого произведения, так и на имидж классической музыки в целом. Восприятие музыкального произведения начинает определяться драматургическим замыслом фильма, а на более общем уровне кинематограф претендует на создание собственной мифологии классической музыки. В этом процессе «редизайна» классики отсекаются «лишние» смыслы, вуалируются «неудобные» темы и пересматриваются устоявшиеся каноны интерпретации. Кинематограф помещает классическую музыку в необходимый ему контекст и слышит в ней то, что хочет услышать, перенастраивая под свой камертон и зрительское восприятие. В рамках статьи мы рассмотрим три сценария взаимоотношений классической музыки с миром насилия, которые можно условно выделить в кинематографе двух последних десятилетий.

Дух против силы

В первом, относительно традиционном подходе классическая музыка и насилие берутся как два полюса человеческой природы, а их совмещение становится самодостаточным драматургическим приемом, который основывается на контрасте между безусловной гуманностью выбираемой музыки и предельной антигуманностью событий, разворачивающихся на экране. Классическая музыка противопоставляется насилию как символ духовной чистоты и непогрешимости, как некий эталон, заключающий в себе лучшие проявления человеческой натуры. Несмотря на то, что история музыки полна произведений, воплощающих в себе образы смерти, тёмных сил, беспощадного рока изначально кинематограф понимает классику как безусловную антитезу зла и в частности, как средство преодоления жестокости и несправедливости окружающего мира.

Именно такая концепция противопоставления лежит в основе фильма Романа Поланского «Пианист» (2002). Чтобы обнажить предельную беззащитность и неприкаянность человека перед ужасами фашизма и репрессий, Поланский останавливает свой выбор на герое-пианисте, профессия которого абсолютно чужда и бесполезна на войне. Как заметил Дмитрий Десятерик, уже одним названием фильма Поланский задает серьезнейший, фундаментальный конфликт «между какофонией войны и благодатью музыкального дарования, скрежетом кровавых жерновов и сверхчувствительным слухом»[4].

Главный герой — пианист Владислав Шпильман — оказывается абсолютно беспомощным в условиях военного времени, потому как разверзающаяся на его глазах катастрофа до самого конца отказывается укладываться в его голове. Он может сколь угодно глубоко переживать за гибнущих на его глазах людей, испытывать колоссальные душевные муки и отчаянно хвататься за жизнь, но противостоять злу действием он не в силах, пианист не может начать убивать, чтобы не быть убитым. Даже когда героя принимают в группу сопротивления, он предпочитает сбежать и отсиживаться в полуразрушенных зданиях, и причина такого поступка героя отнюдь не в трусости, а в трагической несовместимости законов войны с законами его личной морали.

Многие критики, несмотря на то, что в основе фильма лежит судьба реального человека, упрекали Романа Поланского в искусственности финального хэппи энда или как минимум предъявляли автору счет за нравственное малодушие героя*. Однако фильм повествует ровно об обратном — о том, как духовная сила может противостоять физическому насилию и в конечном итоге выиграть это сражение. Да, Шпильман полностью беззащитен и беспомощен в условиях войны, но благодаря профессии у него есть альтернативный мир — мир музыки, которая помогает ему выжить. Как замечает по этому поводу Мария Елисеева, «музыка не дает ему сойти с ума и сдаться», а кроме того «именно талант пианиста спасает Шпильману жизнь в самом буквальном смысле — когда немецкий офицер Хозенфельд обнаруживает музыканта на территории гетто. Ценитель классической музыки, сам пианист-любитель, Хозенфельд помогает не просто отчаявшемуся больному еврею, а именно *музыканту*»[6].

Картина Поланского напрямую затрагивает ещё одно важнейшее качество музыки — её неотчуждаемость от носителя, её неотделимость от человека. Шпильман потерял на войне всё, что имел в прежней жизни, — и материальное благосостояние, и всех самых близких людей. В конечном итоге он теряет и человеческий облик, превратившись в обросшего, истощенного изгоя в лохмотьях, всё существование которого сводится к маниакальному поиску пропитания. Музыка — это то единственное, что остается у Шпильмана из прошлого, и благодаря чему он вновь возвращается к нормальной жизни.

Идея о том, что музыку нельзя отобрать с помощью физической силы, прослеживается также в другом не менее знаменитом голливудском фильме «Побег из Шоушенка»**. В одном из эпизодов главный герой фильма блестящий финансист Энди Дюфрейн, приговоренный за несовершенное убийство на пожизненный срок, получает от сената штата долгожданную благотворительную помощь в виде нескольких коробок со старыми книгами и пластинками. Воспользовавшись моментом, Энди ставит запись дуэта Сюзанны и Графини из

* См. вышеупомянутую рецензию Дмитрия Десятерика, а также рецензию Вадима Рутковского в «Независимой газете»[5].

** Режиссер — Фрэнк Дарабонт, США, 1994.

«Свадьбы Фигаро» и, решив сыграть ва-банк, с помощью громкой связи озвучивает моцартовской музыкой всю территорию тюрьмы.

В этой сцене для нас важно два принципиальных момента. Первый, то, как люди, считающиеся отбросами общества и в большинстве своем предельно далекие от классической музыки, даже не подозревающие о её существовании, переживают катарсис от оперы Моцарта. Музыка заполняет всё пространство тюрьмы, преодолевая не только физические, но и социальные границы. Не смотря на то, что заключенные не понимают языка, на котором поют «эти две прекрасные итальянки», их пение несет в себе некий универсальный код и проникает в сердца самых жестоких и матерых преступников, на мгновение даруя ощущение свободы.

Другим принципиальным моментом является характер этой свободы, который формулирует для себя Энди. Для него музыка Моцарта была необходима, чтобы вновь почувствовать себя личностью, ощутить внутри себя нечто, что не может у него отобрать никто. Энди называет это ощущение надеждой. По сути же, музыка становится точкой духовной опоры, которая удерживает человека в мире, когда у него отняли все другие нравственные ценности — свободу, человеческое достоинство, веру в справедливость, надежду на спасение. Музыка оказывается способной если не заменить эти ценности, то хотя бы дать ощущение, что они в этом мире всё ещё существуют. Да, классическая музыка несовместима с миром насилия, но вместе с тем она оказывается в нем необходимой, т.к. может противостоять миру зла, и в конечном итоге — помочь выбраться из него.

Ещё одним примером подобного ухода в мир классической музыки с целью противостоять наступающей жестокости является фильм Жака Одиара «Моё сердце биться перестало» (2005)*. Сопоставив ту среду, в которой действуют герои этих трёх кинолент («Пианиста», «Побега из Шоушенка» и «Моё сердце биться перестало»), мы можем обнаружить определенную тенденцию. Герои «Пианиста» и «Побега из Шоушенка» оказывались в объективно суровых условиях — на войне и в тюрьме, причем сюжет обеих картин развивался на исторической дистанции в пятьдесят лет. Эти два обстоятельства подспудно давали зрителю повод надеяться, что сегодняшний мир уже не столь жесток и несправедлив. Действие фильма «Моё сердце биться перестало» происходит в Париже наших дней, однако современный мегаполис на поверку оказывается не менее агрессивным и беспощадным, нежели война и тюрьма середины XX века. Ощущение опасности и беззакония, которые в двух предыдущих картинах были локализованы историческими обстоятельствами, здесь оказались растворенными в городском воздухе, неотделимы от жизни обыкновенных людей. Таков неутешительный диагноз современной эпохи.

* Фильм является римейком картины Джеймса Тобэка «Пальцы» (1978).

С позиции внешнего благополучия жизнь Тома Сера — главного героя фильма «Моё сердце биться перестало» — выглядит вполне успешной. Он молод, харизматичен, обладает пробивным характером и проворачивает выгодные сделки с недвижимостью, путем принудительного выселения из старых домов их предыдущих владельцев-мигрантов. Его жизнь полна драйва — разборки с нелегалами, посещение ночных клубов с непременной дракой на кулаках, встречи с девушками легкого поведения. Однако Тома начинает ощущать бессмысленность такого стиля жизни, вступая в конфликт как с окружающей средой, так и с самим собой.

Он ухватывается за первую призрачную возможность выйти из мира полукриминального бизнеса. Случайно встретив бывшего импресарио своей матери, который напомнил ему о его нереализованном таланте пианиста, Тома решает пройти у него прослушивание и переквалифицироваться в профессионального музыканта. Герой подсознательно чувствует, что его затея заведомо обречена на провал, тем не менее, он рьяно приступает к занятиям, стремясь восстановить былую пианистическую форму. Режиссер добивается впечатляющего эффекта, показывая, как герой днем берет уроки музыки у интеллигентной пианистки-китаянки, а ночью устраивает погром в квартале мигрантов — запускает в их квартиры крыс и раскорчевывает арматуру бейсбольной битой. По большому счету музыка оказывается необходимой главному герою в качестве эмоциональной терапии, некой пусть и призрачной, но всё же альтернативы миру насилия и алчности. Тома не сможет стать профессиональным пианистом не столько потому, что ему не хватает исполнительской практики или техники. Фиаско предрешено тем, что ни внутреннее состояние героя, ни окружающая его действительность не совместимы с характером исполняемой им музыки. В интерпретации Тома прорывается нервозность, издерганность и агрессивная импульсивность его натуры, такое исполнение не предназначено для чужих ушей, так как слишком личностно и сумбурно. И вместе эти мгновения музицирования жизненно необходимы герою, чтобы выстоять перед циничностью и жестокостью окружающего его мира.

Таким образом, за классикой признается безусловное гармонизующее начало, которое способно сгладить противоречия между внешними обстоятельствами и внутренними потребностями прибегающих к ней героев. При этом умалчивается, что в своей сути классическая музыка отнюдь не так светла и «безоблачна», каковой она предстает в подобном контексте. Противоречивая динамика музыкальной драматургии максимально скрадывается, чтобы как можно отчетливее обозначить драматургический конфликт самого фильма. Вместе с тем подобный подход является вполне традиционным взглядом на иерархию социальных и духовных ценностей. В нем ещё просматриваются границы между искусством и насилием, внутренней свободой и давлением внешних обстоятельств, между идеальным и обыденным.

Горячие головы и хладнокровные эстеты

Но нетрудно догадаться, что в кинематографе существует ровно противоположный подход в толковании классической музыки, переворачивающий устойчивые стереотипы и низвергающий идеалы высокого искусства вместе с ним самим. Первым этапом на этом пути становится включение символов и атрибутов классической музыки в сцены насилия. Так, одним из устойчивых мотивов является футляр, где вместо музыкального инструмента (скрипки, гитары, виолончели) лежит оружие. В качестве ближайших примеров можно вспомнить трилогию Роберта Родригеса «Эль Марьячи», «Отчаянный» и «Однажды в Мексике» (1992, 1995, 2003), а также «Леона» Люка Бессонна (1994). Другим символом классической музыки, регулярно превращающимся в арену для эффектных киношных убийств и кровавых интриг, является оперный театр. В качестве примера назовем хрестоматийную сцену из «Пятого элемента» Люка Бессонна (1997), эпизоды из бондианы*, современную экранизацию Шерлока Холмса** и знаменитый «Призрак оперы»***.

Интриги подобных сцен строится на противопоставлении и одновременно сопоставлении символов духовного самосовершенствования человека (коими являются музыкальный инструмент и оперный театр) с актом физического уничтожения и смерти, с которыми они начинают неразрывно ассоциироваться. Найти более несовместимые понятия сложно, поэтому эффект и получается столь ошеломляющим, выходящим далеко за рамки собственно спецэффекта и аттракциона.

Использование символов классической музыки в таком контексте обнаруживает, что зло может запросто оказаться в личине добра, а в окружающем мире больше нет незыблемых основ безопасности. Вместе с развенчанием классических символов происходит болезненное, но неизбежное крушение старого мироустройства. Всё оказывается переменчивым и двойственным, непредсказуемым и потенциально опасным. За этими, казалось бы, сугубо развлекательными кинотрюками скрывается проблема тотального недоверия и полного разочарования в прежде безусловных гуманистических ориентирах. Утрачены не только те смыслы, что раньше находил для себя человек в искусстве, утрачено само искусство как таковое. Оно теперь источник не прекрасного и совершенного, а прямо противоположного начала, несущего с собой разрушение и катастрофу.

Музыкальный инструмент и оперный театр — это лишь знаки классической музыки, которые кинематограф активно использует не по их прямому назначе-

---

* Фильмы: «Искры из глаз» (1987 г., реж. Джон Глен) и «Квант милосердия» (2008 г., реж. Марк Форстер).

** Фильм «Игра теней» (2011 г., реж. Гай Ричи).

*** Нашумевшая экранизация мюзикла Ллойда Уэббера, осуществленная в 2004 году Джоелем Шумахером.

нию. Куда более тонкий драматургический эффект получается, когда искренней страстью к классической музыке наделяются уже герои, совмещающие любовь к прекрасному с не менее сильной тягой к насилию. Здесь мы вынуждены отклониться от заданных хронологических границ статьи и вспомнить точку отсчета этой темы, заданной «Заводным апельсином» Стенли Кубрика. Вышедший на экраны в 1971 году этот фильм, прежде чем стать культовым, вызвал взрыв негодования и отторжения, не столько откровенностью и изощренностью демонстрируемых в нем сцен насилия, сколько совмещением в облике главного героя — Алекса Деларжа — бесшабашной жестокости и искренней любви к Девятой симфонии Бетховена. Однако то, что так шокировало и раздражало первое поколение зрителей «Заводного апельсина», на сегодняшний день стало штампом. Так, К. Рычков, проанализировав наиболее успешные коммерческие фильмы США последнего десятилетия, приходит к выводу, что «среди героев, предпочитающих классику прочей музыке, больше всего отъявленных злодеев и гангстеров»[7]. Почему же прием, задумывавшийся как эпатаж, стал нормой? Как изменились характеристики слагаемых в уравнении классики и насилия, и главное, как изменилось восприятие самого этого уравнения? Чтобы более отчетливо увидеть произошедшие перемены, попробуем сопоставить кубриковского Алекса с не менее знаменитым злодеем, но уже 1990-х годов, доктором Ганнибалом Лектером.

Алекса и Лектера, помимо страсти к экзальтированному насилию, объединяет незаурядное творческое дарование, они оба — артистические натуры, легко меняющие свои амплуа. Дж. Нэрмор обращает особое внимание на эти способности Алекса, который может «из дьявола превращаться в ангела, из монстра в клоуна, из поэта в сорванца, из соблазнителя в жертву, из афериста в простака»[8]. Лектер, в свою очередь, также непрестанно жонглирует ролями больного и врача, осужденного и обвинителя, интеллектуала и маньяка. Тем не менее, причины агрессии, исходящей от этих двух героев, принципиально разнятся. Алекс мыслится жертвой общества, которое сначала ненароком «взрастило» в нем тягу к ультранасилию, а потом подвергло его самого не менее антигуманной процедуре «излечения». Лектер же предстает в роли негласного кукловода, неуязвимого «серого кардинала», исподволь управляющего поступками людей, находящихся как по ту, так и по другую сторону закона. Эти существенные отличия в мировосприятии героев обуславливает и их поступки. Преступления Алекса — это по большей части импровизация, предельно жестокая, но спонтанная «забава», а в основе действий Лектера лежит тончайший, скрупулезный расчет — каждый ход разыгрываемого убийства Лектер знает наперед.

Столь же разнится характер их привязанности и к классической музыке. То влечение, которое испытывает Алекс к Девятой симфонии Бетховена, воспринимается случайным, является как бы побочным, никем не предусмотренным эффектом, и по сути никак не сказывается на разыгрываемых им нападениях[9]. Лектер же искусно вплетает произведения искусства в свои преступления.

В «Молчании ягнят», в знаменитой сцене истязания охранников, он, исполняя Гольдберг-вариации Баха, усыпляет бдительность полицейских и выигрывает время для расправы над ними. В этом кроется суть разницы отношения к классической музыке и самих двух героев, и исторических периодов, в которых они стали популярны. Для Алекса классика — это его сокровенное хобби, он не стремится с помощью неё казаться лучше, чем есть на самом деле, как высказывался по поводу своего героя Кубрик: «Алекс не пытается скрыть свою развращенность и порочность ни от себя, ни от зрителя»[10].

Для Лектера же классическая музыка наравне с развитым вкусом, аккуратной одеждой и изысканной речью необходима чтобы, по меткому наблюдению Т. Фейхи, «убаюкать» жертв, а заодно и зрителей, внушить ложное чувство безопасности, стать «дымовой завесой для взрывного насилия и гнева»[11]. Иначе говоря, Алекс классической музыкой искренне увлечен, а Лектер её использует, и это два диаметрально противоположных подхода к «высокому искусству».

В случае с Алексом классическая музыка не несет «персональную ответственность» за характер и поведение своего поклонника. Сам Алекс во время принудительного «лечения», при котором кадры фашистских репрессий сопровождаются музыкой Девятой симфонии, в сердцах восклицает: «Бетховен ничего плохого не делал. Он только писал музыку» — этой репликой оправдывая свою привязанность к его шедевру. Так же и эпоха конца 1960-х — начала 1970-х гг., которой принадлежал Алекс, никак не связывала захлестнувшую общество волну протестных движений* с закономерностями истории и развития западной цивилизации.

Лектер же обставляет свои преступления так, что на классическую музыку ложится определенное бремя ответственности за творящееся насилие. Произведение искусства не только вплетается в ход преступления, но и становится своего рода эталоном, совершенству замысла которого подражают, разыгрывая кровавое преступление. Всем должно стать понятно, что убийство — это тоже «произведение искусства», со своей формой, интригой, смыслом и стилем исполнения**.

При всей включенности классической музыки не только в драматургическую, но и в аудиовизуальную ткань «Заводного апельсина» сама музыка не меняется. Наоборот, найденный Кубриком прием демонстрации сцен насилия под «аккомпанемент» классики тем и знаменит, что создает эффект остранения

---

* Например, события мая 1968 года во Франции, «аукнувшееся» по всей Европе, и расцвет культуры хиппи в США.

** Так, Т. Фейхи находит между действиями Лектера и выбираемой им музыкой Гольдберг-вариаций Баха сразу несколько уровней взаимодействия. Во-первых, высоко структурированная форма пьесы выступает параллелью холодной, педантичной натуре Ганнибала Лектера. Как и структура этого произведения, все действия и поведение Лектера крайне продуманы. Во-вторых, наподобие постоянно повторяющейся природе вариаций, которые говорят о бесконечности цикла, фильм представляет насилие как непрерывный цикл в современном обществе[25].

и условности. Музыка устанавливает дистанцию для реалистичного восприятия происходящего на экране, обнаруживает полную несовместимость своего содержания с содержанием экранного действия, что и образует неподражаемый кубриковский гротеск. Современный же кинематограф идет другим путем, «вживляя» классическую музыку внутрь мира насилия. Классика становится «второй кожей», маской убийцы, должной до поры до времени прикрывать истинное лицо героя, чтобы последующее разоблачение было максимально неожиданным, ошеломляющим и в тоже время правдоподобным. Тем самым подразумевается, что идеи и ценности, заключенные в классике, так же двойственны, как двуличны персонажи, прибегающие к этой музыке в качестве прикрытия. Кинематограф вновь и вновь обнаруживает картину полного неверия и недоверия нынешнего общества к традиционным идеалам, провоцирует сомневаться и не бояться проверять эти идеалы «на прочность».

Подобное использование классической музыки нарушает не только стереотипы восприятия искусства и выражаемых им ценностей, но и делает вновь актуальной тему социальной стратификации и связанных с нею норм поведения. Г. Лектер причисляет себя к людям высшего общества и демонстративно дает понять это окружающим — имеет привычки интеллектуала, гурмана и эстета, он до поры до времени подчеркнуто вежлив и учтив, в том числе по отношению к своим будущим жертвам. Более того, у него даже есть свой кодекс чести, согласно которому он не покушается на тех, кого считает равным себе по интеллектуально-нравственным качествам.

Пожалуй, ещё более ярко и наглядно, нежели в случае с Г. Лектером, проблема социальной иерархии и художественных пристрастий проявляется в фильме Энтони Мингеллы «Талантливый мистер Рипли» (1998). Поступками Тома Рипли — неказистого настройщика роялей из принстонского университета, подрабатывающего время от времени официантом — движет желание войти в избранное общество. На этом пути оба судьбоносных шанса, которые Рипли с блеском использует, связаны с музыкой. Первый шанс предоставляет классика, когда Тому удается завоевать расположение судостроительного магната Гринлифа, аккомпанируя знакомой певице на одном из великосветских приемов. А на следующем этапе, стремясь втереться в доверие к его блудному сыну Дикки, Том муштрует свой слух уже на джазовых композициях.

Приторно правильный, старомодный и провинциальный Том, носящий один и тот же твидовый пиджак по любой погоде, является антиподом лощеного, грациозного и беспечного прожигателя жизни Дикки Гринлифа. И этому противопоставлению характеров отчасти вторит противопоставление музыкальных пристрастий — чинной классики и фривольного джаза. Однако именно Том, убив Дикки и виртуозно выдавая себя за него, занимает желаемое место на социальной лестнице.

Как и для Г. Лектера, классическая музыка становится для Тома Рипли выгодным камуфляжем, помогающим ему войти в круг избранных. Высший свет принимает именно Тома — приглаженного, учтивого и посещающего оперный театр, а не ветреного шалопая Дикки, проводящего досуг в злачных джазовых клубах и просаживающего деньги отца в праздном безделии. Тому действительно удается занять место Дикки, со временем он становится внешне неотличим от людей высшего света, однако внутри — всё более беспринципным и расчетливо жестоким, совершающим одно убийство за другим. Такова цена, которую приходится заплатить его личности, чтобы считаться своим в окружении богатых и успешных и чтобы среди прочих привилегий иметь возможность музицировать на собственном рояле.

И в случае Ганнибала Лектера, и в истории Тома Рипли мы наблюдаем полную инверсию привычных ценностных ориентиров. Кинематограф, а вместе с ним и общество, пересматривают традиционные культурные, социальные и морально-нравственные границы. В этом процессе классическая музыка, с одной стороны, сдает свои позиции непререкаемого авторитета и нравственного абсолюта, а с другой — оставляет за собой право присутствия в современности, право быть включенной в новую мифологию изменяющегося общества. Пусть контекст, в котором она оказывается, никак не связан с её искомым содержанием, но на наш взгляд, в данном случае важны, во-первых, сам факт её присутствия, а во-вторых, та впечатляющая популярность, которой добиваются благодаря ей герои предельно далекие от классических идеалов.

По ту сторону идеалов

Мы рассмотрели два сценария, где присутствует классическая музыка в драматургической ткани фильма. В первом случае, классика — источник мощной духовной энергии, с помощью которой можно противостоять жестокости и несправедливости окружающего мира. В другом случае, классическая музыка и её символы выступают в роли обманчивой «ширмы», скрывающей коварные цели и преступные замыслы приверженных ей героев. Существует и третий сценарий. В нём мир насилия олицетворяет сам мир классической музыки. К нему часто обращаются режиссеры авторского кино. В их объективе оказываются герои-музыканты, и зрителю открывается неприглядная картина глубоких психологических, моральных и социальных отклонений, обуславливаемых классической музыкой как профессией. Два самых ярких примера такого рода — широко известная «Пианистка» Михаэля Ханеке (2001) и «Четыре минуты» Криса Крауса (2004), также повествующая о судьбе пианистки — заключенной женской колонии строго режима.

В свое время «Пианистка» Ханеке вызвала шквал острых дискуссий в киносообществе и подсознательное неприятие, колеблющееся от недоумения до

брезгливого отторжения у неподготовленных зрителей. Возмущение провоцировала прежде всего сюжетная канва, лежащая на поверхности, в которой Эрика Кохут — всеми уважаемый профессор консерватории — оказывается извращенной эротоманкой и патологической садомазахисткой. При этом своими поступками она доводит влюбленного юношу Вальтера Клеммера до состояния такой же маниакальной перверсии, которой страдает сама.

В отличие от Эрики, главная героиня фильма «Четыре минуты» пианистка Дженни фон Лёбен своим поведением демонстративно презирает какие-либо условности и нормы морали. Осужденная за убийство, она считается самой буйной заключенной тюрьмы и регулярно ввязывается в потасовки с охранниками. Эта неуправляемая агрессия уживается в ней вместе с не менее неординарным пианистическим дарованием. Такое совмещение в одной личности исполнительского таланта и грубой, неконтролируемой, разрушительной энергии вызывает недоумение и шок, является сюжетообразующим конфликтом всего фильма.

Однако оба режиссера как тонкие диагносты современного общества имели цель не просто шокировать зрителя извращенной жестокостью героев, напрямую связанных с высоким искусством, но и показать, как эта жестокость культивируется, обуславливается двумя главными факторами — выбранной профессией и окружающим их обществом. В отношении «Пианистки» Ханеке связь между «высоким» искусством и девиантным поведением главной героини упоминали практически все, писавшие о фильме[12,13,14,15,16,17], однако, на наш взгляд, наиболее глубоко проследить эту взаимосвязь удалось Л. Березовчук, на статью которой мы будем во многом опираться[18].

Несмотря на богатую кинематографическую традицию и выбранную тему, Ханеке в своем фильме практически не включает непосредственное звучание классической музыки внутри сцен насилия или аморальных действий героев*. Режиссер, во-первых, использует музыку на знаковом уровне, проводя от неё тонкие параллели к характеру и судьбе главной героини**. Во-вторых, с помощью музыки Ханеке исследует проблему деформации личности под воздействием профессии, на чем мы остановимся подробнее.

---

* Единственное совмещение подобного рода происходит, когда исполняемое с участием Эрики шубертовское трио продолжает звучать в последующем эпизоде в кабинке секс-шопа, становясь как бы саундтреком порнофильма, который смотрит героиня[19]. А потом звуковую эстафету этого эпизода подхватывает фрагмент из шубертовского же «Зимнего пути», который репетирует в следующей сцене ученица Эрики. В данном случае музыка одновременно и сцепляет в сознании зрителя эти эпизоды, и обнаруживает их предельную контрастность, окончательно развенчивая показную невозмутимость и чопорность Эрики.

** Л. Березовчук показывает, что программа поведения, которой неосознанно следует Эрика, заложена как в музыке романтизма (стремление к «инаковости» и вызов обществу), так и в личности самого Шуберта — любимого композитора пианистки. Как и Шуберт, Эрика реализует высшую потребность в самоактуализации, в ущерб неудовлетворенности потребностей самого нижнего, инстинктоидного уровня[20].

Специфика взращивания музыкального дарования предполагает, что с детства большую часть своей жизни музыкант посвящает занятиям на инструменте. Однако выясняется, что потенциально безграничный мир музыки предельно ограничивает реальный мир занимающегося ею человека. Как формулирует Л. Березовчук, исполнение музыки — это акт трансцендирования от реальности, музыкант, занимаясь на инструменте, «едва ли не в прямом смысле «выпадает» из настоящего времени, переходя в мифологически-универсальную «вечность» музыкального образа»[21]. В итоге такого постоянного пребывания в мире звуков личность музыканта оказывается неприспособленной к жизни в реальном обществе. Именно эта проблема является смысловым центром рассматриваемых нами кинолент.

Решающую роль в «выпадении» обеих героинь из общепринятой нравственной парадигмы играют их родители, для которых их дети оказываются инструментом удовлетворения амбиций. Мать Эрики отслеживает каждый шаг своей великовозрастной дочери, отказывая ей в праве на личную жизнь, доводя этот контроль до абсурда. В итоге у Эрики оказывается неудовлетворенной потребность самого нижнего инстинктоидного уровня — половая. Вынужденная компенсировать свое сексуальное влечение вне норм, принятых в обществе, тайком в кабинке секс-шопа, Эрика усваивает исключительно извращенную, аморальную модель взаимоотношений между мужчиной и женщиной, которую потом и пытается реализовать в своих отношениях с Вальтером*. Таким образом, жестокость и девиантность её поступков, хоть и кажутся на первый взгляд немотивированными, несогласующимися с обликом профессора консерватории, на самом деле детерминированы системой воспитания и самим обществом, которое накладывает на неё этические и статусные стереотипы поведения.

В параллельно рассматриваемом нами фильме «Четыре минуты» причины неуправляемых приступов агрессии, которые проявляет Дженни по отношению к окружающим, также обусловлены особенностями воспитания. Из Дженни, как и из Эрики, с детства пытались воспитать профессионального музыканта. Также, как и Эрика, она оказалась инструментом для удовлетворения амбиций отца, который к тому же испытывал к ней эротическое влечение. В отличие от Эрики, Дженни решилась на бунт, и её история — это как бы альтернативный путь, ведущий прочь из мира классической музыки. Однако приносящий не меньше проблем и испытаний.

Если Эрика так или иначе находит свое призвание в классической музыке, получает благодаря ей возможность самореализации, то для Дженни академическое исполнительство оказывается тюрьмой духа, в которой её темпераменту и дарованию тесно. Для неё классика — это оковы гармонии, искусственной сдержанности, а также лицемерия и насилия, прикрываемых разговорами об идеалах высокой культуры. Искусство, призванное пробуждать индивидуаль-

* Этот драматический конфликт между героями подробно рассмотрен в статье Л.Березовчук.

ное сознание, начинает использоваться в противоположных целях — для подавления и угнетения личности. Более того, классическая музыка не идет ни в какое сравнение с искренностью и подлинностью той музыки, что прорывается из Дженни. Классика проигрывает по масштабам дарованию героини, оказывается неспособной отразить те проблемы, что по-настоящему волнуют её.

По сюжету фильма дарование Дженни почувствовала местная учительница музыки — фрау Крюгер, которая взялась подготовить арестантку к конкурсу академических исполнителей. Пройдя несколько отборочных прослушиваний, Дженни удостаивается чести выступить на гала-концерте лауреатов. И этот шанс она использует сполна, превращая его в четыре триумфальные минуты свободы самовыражения. Из заявленного концерта Шумана вдруг начинает прорываться собственная музыка Дженни — дикарская, безудержная, ритмически нервная, эмоционально откровенная и вместе с тем завораживающая, «закольцовывающая» слушателей, покоряющая звуковым драйвом. Эта музыка оказывается близка всем слушателям в зале, которые устраивают Дженни оглушительную овацию.

Оба фильма хоть и посвящены, казалось бы, сугубо профессии музыканта, на самом деле затрагивают очень широкий пласт проблем современного общества. Вот почему обе картины частью публики и воспринимаются так болезненно. Они вскрывают острые противоречия между регламентированными ценностями общества и тем, какова реальная цена, которую оно сегодня платит за воплощение этих ценностей в жизнь. В обоих фильмах видно, как «показанная на экране жизнь категорически и фундаментально не соответствует всем обиходным — мировоззренческим, философским, идеологически-пропагандистским, информационным — стереотипам, циркулирующим в обществе, внедряемым масс-медиа в сознание всех без исключения людей»[22]. Обнаруживается «катастрофическое и трагическое для всех — для общества, для конкретного индивидуума и людей, которые его окружают, — *несоответствие между потребностями, желаниями и реальными возможностями их осуществить*»[23]. Сфера классической музыки служит режиссерам в качестве модели мироустройства, своеобразным микрокосмосом, на примере которого значительно нагляднее видны изъяны современности. Пусть это сопоставление оказывается весьма категоричным и отнюдь нелицеприятным, однако с другой стороны, классика в очередной раз подтверждает свою актуальность, выступая в качестве индикатора самочувствия современного общества.

[1] Весь мир насилья мы разрушим. Дискуссия на страницах журнала «Искусство кино». 2003, № 7. URL:«http://kinoart.ru/en/archive/2003/07/n7-article2»http://kinoart.ru/en/archive/2003/07/n7-article2

[2] Там же.

[3] Там же.

[4] Елисеева М. Список Шпильмана // Музыкальная жизнь № 11, 2003. С. 37.

[5] Рутковский В. Решение еврейского вопроса в фильме Романа Поланского «Пианист» // Независимая газета. 27.06.2002. URL: «http://www.ng.ru/culture/2002-06-27/8_polansky.html»http://www.ng.ru/culture/2002-06-27/8_polansky.html)

[6] См. п. 4. С. 37.

[7] Нэрмор Дж. Кубрик. — М.: Rosebud Publishing, 2012. С. 161.

[8] Fahy T. Killer Culture: Classical Music and the Art of Killing in Silence of the Lambs and Se7en // The Journal of Popular Culture, vol. 37, No. 1, 2003. С. 230.

[9] Там же. С. 233.

[10] См. п. 7. С. 226.

[11] См. п. 8. С. 30.

[12] Holden, Stephen. The Piano Teacher: Kinky and Cruel Goings-On in the Conservatory // The New York Times. Sunday, June 16, 2013;

[13] Ma, Jean. Discordant Desires, Violent Refrains: «La Pianiste» // Grey Room, No. 28 (Summer, 2007)

[14] Sharrett, Christopher. The Piano Teacher // Cinéaste, Vol. 27, No. 4 (FALL 2002).

[15] Wood, Robin. «Do I disgust you?» or, tirez pas sur La Pianiste // CineAction, № 59 (2002).

[16] Абдуллаева, З. Зимний путь // Искусство кино. 2001, №9.

[17] Аронсон, Олег. Санитары любви // Искусство кино, , 2001, №10.

[18] Березовчук Л. «Пианистка»: приговор романтизму. Человек — общество — культура в авторском кинематографе Михаэля Ханеке // Киноведческие записки, № 79, 2006.

[19] Sharrett, Ch. The Piano Teacher // Cinéaste, Vol. 27, No. 4 (FALL 2002). С. 39.

[20] См. п. 18. С. 315—317.

[21] Там же. С. 274.

[22] Там же. С. 279.

[23] Там же. С. 288.

Г. Шестаков

«БУРАНОВСКИЕ БАБУШКИ» В ЭПИЦЕНТРЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОПОЛИТИКИ

На фоне стагнации многих институтов, механизмов и форм «старой» массовой культуры, очевидной усталости от традиционных ее героев и архетипов, ярким событием 2012 года стал феномен «Бурановских Бабушек». Выступление артисток из удмуртской деревни на «Евровидении» обозначило еще и новые тенденции в эволюции знаменитого конкурса. «Бабушки» оказались одним из наиболее ярких и оригинальных проектов «Евровидения» за всю его историю. Через полтора года после успеха в Баку они все также востребованы на специальных и неспециальных сегментах внутреннего и международного музыкального рынка. А история их стремительного взлета, интереснейшая внутренняя — прежде всего, репертуарная — эволюция, продюсерские стратегии и индивидуальные цели самих артисток, словом, весь комплекс факторов, которые формируют современный медиапродукт, — все это оказывается чрезвычайно интересным предметом для искусствоведческого и культурологического анализа.

ESC (Eurovision Song Contest) в последнее время стал предметом большого количества западных межотраслевых академических штудий и целых исследовательских проектов*. Это вполне объяснимо, поскольку за свою почти шестидесятилетнюю историю конкурс песни «Евровидение» собрал вокруг себя множество устойчивых мифов, которые постоянно транслируются различными информационными ресурсами и нечасто подвергаются критическому анализу. Немалое их число сконцентрировано именно в русскоязычной медиасреде. Очевидно, что каждый из этих мифов имеет некоторые основания в многолетней практике конкурса, однако с их помощью невозможно объяснить главный парадокс «Евровидения». А именно: почему это «старомодное», «невзыскательное», «конъюнктурное» телевизионное шоу — центр панъевропейского китча и трэш-эстетики — находится в тройке самых рейтинговых телевизионных продуктов в мире (после Олимпиады и чемпионатов по футболу), постоянно демонстрируя поразительную способность к регенерации большинства своих эстетических, технологических и коммуникационных компонентов.

Бытует мнение: «Евровидение» — конкурс для «домохозяек», его творческий уровень сравним с «художественной самодеятельностью», а сама эта

---

* В частности, группа Eurovision Research Network организовала (помимо всего прочего) два параллельных конкурсу семинара в университетах Осло (2010) и Дюссельдорфа (2011). Научная конференция также прошла во время последнего «Евровидения» в университете Мальме (2013). Также изданы два сборника статей, в которых обсуждаются различные аспекты истории и практики ESC[1,2]. Подробный исторический очерк песенного конкурса дан в книге[3].

институция находится вне серьезного шоу-бизнеса, чья стратегия и тактика определяется транснациональными звукозаписывающими компаниями. Однако очевидно, что «Евровидение», являясь телевизионным шоу, никогда детально не координировало свою репертуарно-артистическую политику с крупнейшими игроками концертного и звукозаписывающего бизнеса — как национальными, так и международными. В отличие, например, от конкурса итальянской песни в Сан-Ремо, чей опыт в середине 1950-х гг. во многом послужил образцом для «Евровидения». И даже наоборот: время от времени «Евровидение» демонстрирует свою принципиальную независимость от «остромодных» проектов, попадающих разными путями в программу конкурса, как это было, например, в 2003 г. с российской группой «ТаТу» (кстати говоря, против выступления «ТаТу» на «Евровидении» выступала именно их звукозаписывающая компания «Universal»).

Еще одно распространенное представление о конкурсе песни «Евровидения» связано с его так называемым «музыкальным форматом». Под этим термином обычно подразумевается устаревшая (исторически восходящая к европейской поп-музыке рубежа 1960—1970-х гг.) музыкальная стилистика, которая доминировала на конкурсе в течение многих лет и определяла его музыкальное качество. Разумеется, «Евровидение» выработало некий видоизменяющийся набор генерализированных интонаций, мелодических и гармонических оборотов, приемов аранжировки, наконец — структурных паттернов, которые десятилетие за десятилетием оттачиваются композиторами, работающими для конкурса. Однако тщательное воспроизведение этих интонационных моделей не является залогом успеха в соревновании песен. А «Евровидение» — согласно своим же правилам — является именно конкурсом песен, а не их исполнителей.

Постоянно высказывается предположение, что результаты «Евровидения» обусловлены конкретной политико-экономической конъюнктурой и не имеют какого-либо значительного художественного смысла. В качестве обоснования нередко приводится практика «солидарного голосования» (когда страны, близкие по языку, географии и культуре, голосуют друг за друга) и даже вычисляются несколько блоков, практикующих «солидарное голосование»*). Однако феномен взаимной поддержки «братских стран» при голосовании, будучи эффектным механизмом, влияющим на результаты конкурса, почти никогда не оказывает решающего воздействия на итоговый выбор победителя.

Непредвзятый анализ показывает, что конкурс вот уже много десятилетий успешно вырабатывает собственные внутренние правила и закономерности, которые и отражают повестку дня современного глобального рынка медиа и поп-культуры и — в свою очередь — ее формируют. А самое главное — наглядно фиксируют быстро меняющуюся политическую, социальную и национально-культурную конфигурацию современной Европы.

---

* Основополагающий анализ «солидарного» голосования» см. в работе[4].

Влиятельность «Евровидения» заключается также и в том, что на его производство ежегодно уходит серьезный бюджет. Например, стоимость конкурса 2010 г. в Осло составила 26 миллионов евро — и это средняя цифра (шоу в Москве и Баку обошлись в разы дороже). В ходе подготовки и трансляции ESC реализуются самые новейшие и передовые технологические решения в области телевидения (в последние годы также активно используются сетевые технологии). «Евровидение» каждый год собирает огромную телевизионную аудиторию (в том числе за пределами Старого Света). И при этом конкурс не только в описаниях музыкальных критиков и экспертов, но также в глазах своей целевой аудитории выглядит мероприятием не слишком серьезным. Однако эта «несерьезность», пародийность, почти нескрываемое стремление к эстетической и культурной профанации в свою очередь образует доминирующий и очень агрессивный компонент «Евровидения».

Конкурс песни «Евровидения» с самого его основания в 1955 г. создавался и функционировал как важный геополитический проект. Постоянно обыгрывая идею объединенной Европы в форме телевизионной репрезентации ее культурной идентичности, с начала 1990-х гг. (после развала Варшавского блока) это шоу-долгожитель перманентно вовлекает в свою орбиту все больше новообразованных стран Старого Света. При этом «Евровидение» всегда декларирует актуальные общеевропейские приоритеты, а также явно или скрыто способствует решению конкретных задач текущей геополитики, акцентируя общественное внимание на ключевых, проблемных или наиболее динамично развивающихся странах и регионах. Поскольку интерес публики всегда фокусируется на победителях конкурса, постольку «свободный выбор» триумфаторов на Евровидении в последнее время почти всегда обусловлен факторами, связанными не только со зрительским голосованием или мнением профессионального жюри. Это, разумеется, не означает грубой подтасовки самих итогов массового волеизъявления европейских избирателей-телезрителей, однако предполагает различные тонко настроенные формы косвенной или скрытой коррекции этих результатов*.

Однако здесь возникает проблема и самой «европейской идентичности», а именно — напряжения между «старой» и «новой» Европой. Появление на конкурсной сцене восточноевропейских и балканских стран (начиная с первой половины 90-х гг.) ускорило диффузию и размывание музыкальной стилистики

* Не вдаваясь в разбор специальных механизмов контроля над волеизъявлением европейских телезрителей, приведем несколько наглядных примеров песенно-политических интерференций. Победа брутальной украинки Русланы (2004) сегодня однозначно считывается как прелюдия к Майдану и триумфу «оранжевой революции». Белградский конкурс (2008) непосредственно (за несколько недель) предвосхищал президентские выборы, в которых на кону стояло продолжение проевропейской политики в Сербии. Успех в Москве (2009) «норвежского белоруса» Александра Рыбака и проведение детского Евровидения в Минске (2010) обозначило короткий период потепления отношений между ЕС и Республикой Беларусь (этот период закончился в самом начале 2011).

Евровидения, причем важную роль в формировании нового звукового облика стали играть фольклорные (или имитационно фольклорные) жанры, а также стилевые этнические модели, связанные с профессиональной музыкой устной традиции. Начало этого этапа обозначила победа группы «Сикрет Гарден» из Норвегии (1995), представившая уже не песню, но практически инструментальную этно-композицию с минимумом текста (всего 24 слова) и солирующей скрипкой в ирландском духе.

Примерно с этого же времени на конкурсе в серьезных объемах начал обживаться музыкальный квир-маркет. Ключевым событием стал успех израильского транссексуала Даны Интернэшнл (1998), за которым — помимо всего прочего — последовали скандальное выступление российского дуэта «ТаТу» (2003), победа Марии Шерифович из Сербии и второе место украинки Верки Сердючки (2007), триумф Димы Билана (2008) и т.д.

Очевидно, что «Евровидение» за последние пятнадцать лет серьезно раздвинуло не только музыкальные, но и национально-культурные границы. Крайними точками оказались, с одной стороны, консервативная юго-восточная европейская, прежде всего — балканская парадигма, красочно стилизующая остаточные слои патриархальной сельской традиции, с другой, агрессивная постмодернистская трансэстетика, наиболее внятно артикулируемая в идеологии и практике сексуальных меньшинств. При этом крайности сходятся: патриархальная модель оказывается карнавальным вариантом трансэстетики, а квир-маркет начинает работать с вполне архаическими образами. И, как пишет Ж.Бодрийяр, это «стирание всякого эстетического синтаксиса, происходящее еще под видом искусства, завораживает так же, как совершающееся еще на уровне представления стирание половых различий в транссексуальности»[5].

Важной приметой «стирания эстетического синтаксиса» оказалось окончательное перемещение конкурса из пространства концертных залов и даже театров на стадионы и спортивные комплексы, которое произошло в конце XX века. В 1997 г. впервые было опробовано телефонное голосование телезрителей, оформился окончательный отказ от обязательного живого аккомпанемента в пользу инструментальной фонограммы, а через пару лет — и от концертного оркестра, долгое время служившего одним из ключевых символов «Евровидения». С 1999 г. правилами разрешено исполнять песни на любом, а не только на государственном языке. Внешне же все выглядело как последовательная демократизация и либерализация конкурса — вплоть до радикального изменения дресс-кода публики (на смену прежде господствовавшим смокингам и вечерним платьям пришли унифицированные кроссовки, джинсы, футболки и вызывающе радужный ЛГБТ-стиль).

Разумеется, в «центре» остается традиционная европейская модель поп-музыки как гендерно определенного, эстетически и эмоционально сбалансированного развлечения. Однако именно эта модель подвергается в последние

годы наиболее серьезной и разнообразной деструкции. При этом «фольклорно-патриархальные» проекты на Евровидении играют роль главным образом экзотического фона. И они почти не выдвигаются на авансцену в качестве безусловных фаворитов (выступление Русланы с «Дикими танцами» скорее стилизовало образ героини популярного сериала в жанре фэнтези «Зена — королева воинов»).

Ситуация изменилась после победы на российском отборочном конкурсе в 2012 г. ансамбля из удмуртского села Бураново, участницы которого — в точном смысле слова — проснулись после национального отбора международными знаменитостями. Практически каждый день два месяца подряд в Бураново приезжали журналисты из многих стран мира, репортажи о бабушках появились во всех главных европейских и во многих внеевропейских медиа — от Австралии до Латинской Америки.

Появление феномена «Бурановских Бабушек» именно в Удмуртии во многом обусловлено особенностями социально-культурного развития республики в последние четверть века. С конца 1980-х здесь происходят процессы национального возрождения (общие для многих республик Российской Федерации), ширится интерес к фольклору и традиции — в широком смысле слова. Параллельно Ижевск (индустриальное средоточие советской военной промышленности) — вплоть до начала 2000-х был одним из центров «новой электронной музыки», давшей несколько интереснейших авангардных проектов (например, знаменитый «Стук бамбука в 11 часов»). Удмуртия оказалась еще и на пересечении различных цивилизационных, геополитических и конфессиональных векторов: Запад — Восток — Север, христианство — ислам — язычество, традиция — модернизм. При этом удмуртская традиционная культура отличается особой пластичностью и восприимчивостью. К примеру, многие татарские или русские песни бытуют также «в переводе» на удмуртский язык — и эта типологическая особенность была удачно использована «Бурановскими Бабушками» в адаптациях рок-хитов. Кроме того происходит усвоение не только соседских песенных традиций, но также обрядов и обычаев. Важную роль в культурном статусе республики играет финно-угорский фактор, объединяющий по принципу языковой общности Венгрию, Эстонию, Финляндию и ряд народов России, в т.ч. удмуртов.

Очень характерна эволюция статуса «Бурановских Бабушек» как музыкального коллектива. «Бабушки» никогда не были аутентичным фольклорным ансамблем, строго воспроизводящим уникальную местную традицию. Не все его участницы родом из села Бураново (некоторые приехали в Бураново из других мест после работы на предприятиях Ижевска). Поэтому ансамбль первоначально работал с локальной (главным образом — южно-удмуртской) традицией в достаточно общем и приблизительном виде (заметим, что в республике существуют и гораздо более сильные фольклорные коллективы и исполнители). Впрочем, самодеятельный («клубный» в буквальном смысле термина) ан-

самбль быстро становится востребованным, выходит поначалу на районный, а затем и республиканский уровень. Исполнение на удмуртском языке некоторых песен из репертуара знаменитых рок-групп становится информационным поводом для новостных сюжетов на федеральных каналах. Вслед за этим происходит интенсивное распространение видеороликов в Интернете. В 2010 г. «Бурановские Бабушки» с успехом принимают участие в национальном отборе на «Евровидении» (победителем тогда стал Петр Налич, ансамбль из Удмуртии занял третье место).

После этого «Бабушки» быстро переходит в ранг профессионального коллектива, легко осваиваясь в пространстве столичного шоу-бизнеса (их продюсером становится администратор из коллектива Людмилы Зыкиной). А весной 2012 г. они оказываются звездами международного масштаба. Соответственно расширяется аудитория ансамбля, меняются концертные площадки — от районных домов культуры к самым престижным залам страны, российским и международным рок и поп-фестивалям (например, «Рок над Волгой», «Славянский Базар»), при этом не исключая корпоративные концерты и клубные (уже в современном городском смысле слова) танцевальные вечеринки.

История самих «Бурановских Бабушек» — это своего рода «свернутая» эволюция российской популярной музыки за последние четверть века. Ее нетрудно проследить, в частности, на примере постоянного расширения репертуара ансамбля (2008—2013). Схематически здесь можно выделить несколько этапов:

— до 2008 — это локальная традиция, фольклорные адаптации советских песен (то, с чего началась творческая деятельность «Бабушек»), при этом основой репертуара остаются песни самодеятельного композитора, старейшей участницы «Бурановских Бабушек» Елизаветы Зарбатовой;

— в 2008—2009 — кавер-версии западных и советских рок-хитов на удмуртском языке, в т.ч. песен из репертуара Б. Гребенщикова («Под небом голубым»), В. Цоя («Звезда по имени Солнце»), В. Бутусова («Прогулки по воде»), групп «Beatles» («Yesterday»), «Queen» («We Are the Champions») и т.д., принесшие ансамблю известность за пределами республики;

— в 2010 — этно-музыка и «world music», ее наиболее яркий пример был представлен на национальном отборе «Евровидение-2010» — песня ««Длинная-длинная береста и как сделать из нее айшон» (айшон — традиционный головной убор удмуртов);

— в 2010—2011 — кавер-версии шлягеров советской и российской популярной музыки, востребованные в практике сборных концертов, а также на съемках телевизионных программ («Голубой огонек на Шаболовке» и т.п.), нередко — в дуэтах с эстрадными звездами. Например, «Прорвемся, опера» (из репертуара группы «Любэ»), «Валенки» (с Н. Бабкиной), «Хороши в саду весной цветочки» (с Е. Петросяном на измененный текст), «Бабушки-старушки» (с группой «Фабрика»), «Потолок ледяной» (с детским ансамблем «Домисолька») и др.

— 2012 — «экспортный» вариант российской поп-музыки на «Евровидении» («Вечеринка для всех», композиторы В.Дробыш, Т.Леонтьев, удмуртский текст написан руководителем ансамбля Ольгой Туктаревой, английский — Мэри С. Эпплгейт);

— 2012—2013 — ремиксы, в т.ч. большое количество на конкурсную песню (официальный ремикс — DJ Slon), «А не пойду замуж я» (с Варварой), «Самый лучший пацан на раёне» (с рэпером Олегом Ломовым) и т.п.

Показательно, что этот путь был проделан ансамблем всего за пять лет. Репертуарная всеохватность «Бурановских Бабушек» эффективно используется и сейчас — в зависимости от конкретного спроса, будь то День России на Красной площади, корпоративная выставка в Стамбуле или этно-фестиваль во Франции. Стоит отметить, что рок-репертуар 1980-х — русский и англоязычный — стал важнейшей отправной точкой для творческой карьеры «Бурановских Бабушек», еще раз демонстрируя важнейшее значение этого периода в истории отечественной поп-культуры.

Подготовка к «Евровидению-2012» поставило задачу создания «экспортного варианта» «Бурановских Бабушек», конструирования такого музыкального продукта и такой медиа стратегии, которые смогли бы, во-первых, обеспечить мощное и резонансное выступление коллектива на конкурсе, а во-вторых, дать значительный пропагандистский эффект внутри страны. Значительную роль играло также и то обстоятельство, что конкурс песни «Евровидения» в России с начала 2000-х традиционно позиционируется как международное квази-спортивное соревнование и престижная площадка для утверждения российских геополитических и идеологических амбиций, а также местом работы с социально-психологическими фрустрациями «молчаливого большинства»*.

В случае с «Бурановскими Бабушками» первоначально конкурировали две основные концепции: одна из них тяготела, условно говоря, к world music, другая — к фольклоризированной поп-музыке. В частности, были написаны две песни, каждая из которых отражала ту или иную стилевую модель. Аналогично решалась общая визуальная стилистика «Бурановских Бабушек», о которой можно судить, например, по двум конкурсным логотипам. В результате победил экспортный вариант «народной» поп-музыки.

В этой модели конкретный музыкально-этнический аспект был в целом нивелирован до «общих фольклорных» мест, а «современность» отразилась в стилях, достаточно близких к стандартным направлениям 1990-х — начала 2000-х (евро-поп и электронный даунбит). Здесь сказалась также композиторская и продюсерская работа В. Дробыша в Финляндии и Германии. Не был обойден и опыт «рок-перепевок», с которых началась всероссийская извест-

* Поп-музыка как культурная транспозиция российской властной вертикали, «Евровидение» как инструмент формирования имиджа богатейшей страны Европы и центра евразийского геополитического пространства рассматривается в работе[6].

ность «Бабушек». Например, в российской прессе активно обсуждался якобы «музыкальный плагиат» в песне «Вечеринка для всех». Медленное вступление напомнило некоторым журналистам композицию «Блеснет» группы «Калинов Мост», которая в свою очередь оказалась кавер-версией знаменитой традиционной американской баллады «Дом восходящего солнца» (получила известность в исполнении группы «Энималз», а впервые была записана в 1934 году).

Примечательно, что в конкурсном имидже «Бабушек» были актуализированы архетипы советской идеологии, хорошо знакомые по образам отечественного кино и музыки 30-х годов. Это — государственный патернализм как основа любой культурной деятельности (в данном случае покровителем выступал телевизионный холдинг), миф о талантливых самородках из глубинки, живописный «светлый путь» в деталях и подробностях, а также визуализация слогана «петь и смеяться как дети»*. Даже «сюжет» песни — встреча бабушками взрослых детей, приехавших домой, — был решен в виде метафоры: «старики как дети». Идеальным для создания этого образа оказалось звукоподражание «бум, бум», что могло быть считано и как признак детской имитации и одновременно — симптом старческой деменции. Так последовательно был сконструирован образ наивных, простых, «патриархальных» и общенародных поп-бабушек в жанре государственной пасторали.

Однако публичная презентация этого образа вошла в определенное противоречие с контекстом нынешнего «Евровидения». По мнению современных исследователей сегодня «конкурс стал главной площадкой для театрализации неолиберальной расовой модели, которая не только делает «цветных артистов» гарантами режима этнического плюрализма и терпимости, но в которой собственно расовое многообразие начинает воодушевлять и заряжать энергией европейскую самость». При этом «метафора родства простирается как на квир-сообщества, так и на представителей различных рас и этнических групп»[8]. Поэтому в ходе конкурса акцентировалась — главным образом прессой — ассоциация «Бурановских Бабушек» с различными меньшинствами. В том числе — национальными (Удмуртия), гендерными (специфическое для шоу-бизнеса сочетание пола и возраста), культурными (принадлежность «Бабушек» к исчезающей локальной традиции).

С неолиберальной моделью взаимодействовали и некоторые представления трансэстетики. Здесь «Бурановские Бабушки» вообще выглядели как нечто не поддающееся традиционным определениям, как сплошное «не»: не профессиональные артисты, не вполне женщины (!), не русские, не поп-певицы, не исполнители аутентичного фольклора и т.д.

Однако все эти публичные образы были скорректированы поведенческой стратегией самих «Бабушек», которые всячески утверждали свою самостоя-

* Об особенностях песенной лирики 1930-х годов, о ее нестойкой культурной памяти — «как бы детской, едва удерживающей «вчера» в радостном «сегодня»[7].

тельность и независимость. Важным моментом стал сюжет со строительством в Бураново храма, постоянно выдвигавшийся в качестве главной цели российских участниц «Евровидения-2012».

Таким образом, в истории «Бурановских Бабушек» столкнулись три парадигмы.

— парадигма неолиберальная, суть которой — встраивание в глобальный рынок локальной протоевропейской традиции при помощи языка популярной музыки и современной мультимедийной техники.

— модель «криптосоветская», где идея «народности» воплощается в мифе о наивно-патриархальном «детско-стариковском» китч-искусстве, которое расцветает благодаря государственно-культурному патернализму.

— собственно «бурановская», в которой происходит вежливое отстранение от навязываемых культурных стратегий и моделей поведения как цели, но использование их как средства.

Таким образом, мы видим своего рода возвращение «Бурановских Бабушек» к своей аутентичности, но не на уровне «музыкального продукта» или «медийного образа», а в самой стратегии и тактике повседневного поведения и навигации в шоу-бизнесе. Поэтому «народное» предстает здесь не только и не столько как часть государственного символизма или экзотического элемента общеевропейской транскультуры, но как свободное подчинение неким иным внеэкономическим, внекультурным и внеполитическим координатам (например, религиозным или духовным), которые могут быть при случае провозглашенными, но также ничего не теряют и при своем умолчании. И это — своего рода «третий путь» современной культуры, на который указывает краткая, но блестящая история «Бурановских Бабушек».

[1] A Song for Europe: Popular Music and Politics in the European Song Contest. — Abingdon, 2007;

[2] Performing the 'New' Europe: Identities, Feelings, and Politics in the Eurovision Song Contest. — Palgrave Macmillan, 2013.

[3] О`Коннор Дж.К. Евровидение: Официальная история конкурса. М.,2009.

[4] Gatherer D. Comparison of Eurovision Song Contest Simulation with Actual Results Reveals Shifting Patterns of Collusive Voting Alliances. — Journal of Artificial Societies and Social Simulation, 2006, vol. 9, № 2.

[5] Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. — М., 2000.

[6] Meerzon Y., Priven D. Back to the Future: Imagining a New Russia at the Eurovision Song Contest. — In: Performing the «New» Europe: Identities, Feelings and Politics in the Eurovision Song Contest. — Palgrave Macmillan, 2013.

[7] Чередниченко Т. Типология советской массовой культуры: Между «Брежневым» и «Пугачевой». — М., 1994. С. 119.

[8] Sieg K. Wii Are Family: Performing Race in Neo-liberal Europe. — Theatre Research International, 2013, Vol.38, S.22.

Е. Николаева

ФРАКТАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ БЕСКОНЕЧНОСТИ: ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗЫ НА КОМПЬЮТЕРНОМ ЭКРАНЕ

Цифровая культура постиндустриальной эпохи породила принципиально иную топологию культурных пространств — как реальных, так и фикциональных. Кардинальное изменение топологических и онтологических характеристик культуры заключается, прежде всего, в реализованной интенции постмодернизма, направленной на соединение несоединимого — реальных пространств и виртуальных миров в единую «дополненную» реальность (augmented reality). Более того, «цифровой» семиозис распространяется теперь на все срезы культурного пространства. С одной стороны, ранее несводимые к количественным параметрам культурные сущности (например, интеллект и абстрактные образы) не только записываются в цифровых кодах, но и интерпретируются по правилам соответствующих знаковых систем. С другой стороны, помимо чисто технических, статистических и тому подобных функций цифры начинают нести значительную семантическую нагрузку: внехудожественная информация (динамика цен на бирже*, траектории авиаполетов** и т. п.) приобретает статус произведений искусства.

Место «аналоговых» способов создания, фиксации и концептуализации действительности занимают цифровые алгоритмы, в том числе компьютерные художественные практики, среди которых наиболее интересным с философской точки зрения является фрактальное искусство.

В основе фрактального искусства лежит особая область математики — фрактальная геометрия***, которая связана с описанием бесконечных самоподобных структур, возникающих в результате последовательного повторения геометрических и алгебраических преобразований. Помимо подобия частей любого уровня и целого фракталы характеризуются бесконечной «глубиной»: воспроизводство самоподобной фрактальной формы принципиально незавершимо. В связи с этим цифровому фрактальному искусству, создаваемому

---

* В произведении видео-арта «Stockspace» норвежского цифрового художникп Мариуса Ватца (Marius Watz) биржевые данные декодируются в эстетически привлекательные динамичные образы. URL: «http://www.flickr.com/photos/watz/tags/stockspace/»http://www.flickr.com/photos/watz/tags/stockspace/.

** Трассы авиарейсов на карте Земли составляют содержание видео-арт проекта «Flight Patterns» Аарона Коблина (Aaron Koblin). URL: «http://www.aaronkoblin.com/work/flightpatterns/index.html»http://www.aaronkoblin.com/work/flightpatterns/index.html.

*** Концепция фрактальной геометрии была разработана франко-американским математиком Бенуа Мандельбротом в 1970-1980-х гг. Ключевым понятием является «фрактал» — самоподобный объект, в структуре которого содержатся самоподобные элементы разных уровней. Математические фракталы бесконечны, их промежуточные реализации (предфракталы конечного числа итераций) часто оказываются необыкновенно красивы[1,2].

с помощью специальных компьютерных алгоритмов, присуща художественная образность особого типа, в которой оказывается возможным построение сложно организованных, вложенных «бесконечных» пространств. Одно из исключительных качеств фрактального искусства состоит в визуализации и сенсуализации бесконечности не как математической абстракции, но как механизма и результата конструирования художественно опосредованной реальности.

Бесконечность фрактальных алгоритмов представляет собой «потенциально бесконечное» в аристотелевском смысле — существующее в модальности возможного, становящееся, но не ставшее, делимое до бесконечности, «то, вне чего всегда есть что-нибудь». Аристотель утверждал: «бесконечное существует таким образом, что всегда берется иное и иное, и взятое всегда бывает конечным, но всегда разным и разным... Притом для величины это происходит с сохранением взятого, для времени и людей — вместе с их уничтожением, так, однако, чтобы не было перерыва»[3]. По существу, описание Аристотеля представляет собой философскую интерпретацию фрактальных алгоритмов математических структур и процессов социокультурной трансмиссии, в которых бесконечное одновременно дискретно и непрерывно. Средневековый математик Григорий да Римини, считавший, что «всякое нечто, которое бесконечно, может быть равно какой-то части всей бесконечности»[4], также говорил, по сути, о фрактальных математических сущностях.

Попытки философско-математического осмысления бесконечности привели в конце XIX века к появлению теории множеств Георга Кантора, который, кстати, в качестве иллюстрации своих идей придумал ныне хрестоматийный геометрический фрактал — «Канторову пыль». Кантор пришел к выводу о существовании не только разных типов бесконечности (счетной, т.е. дискретной и несчетной, т.е. континуальной), но и вообще о бесконечности различных бесконечностей. Философско-математические идеи Кантора, разделяли математики Джузеппе Пеано и Давид Гильберт: их имена также носят особые фрактальные кривые, которые своими бесконечными изгибами могут полностью заполнить участок плоскости (или объем). Кривые Пеано-Гильберта наглядно демонстрируют, что во фрактальной реальности уравниваются бесконечности разных топологических размерностей.

Русские математики начала XX века Дмитрий Егоров, Николай Лузин и Павел Флоренский, сочетавшие свои изыскания в области дескриптивной теории множеств с поисками религиозно-философского обоснования реальности бесконечности, полагали, что «новые бесконечные множества после их поименования обретают реальность, которой они до этого не обладали»[5]. Фрактальное искусство, возникшее вслед за концепцией фрактальной геометрии Б. Мандельброта в последней четверти XX века, смогло благодаря компьютерным технологиям не только визуализировать бесконечность, но и предъявить зрителю своего рода поименованные художественные бесконечности — бесчисленные эстетические актуализации фрактальной бесконечности.

Дело в том, что бесконечность является и главным критерием генерации фрактального образа, и семиотической подкладкой фрактальной картины в целом. Это проистекает из самой сути цифрового фрактального искусства, основанного на визуализации итерационного* алгоритма расчетов нелинейных комплексных функций $z_i+1 = F(z_i)$, где начальным значением каждой итерации служит конечный результат предыдущего. Для всех точек некоторой области на комплексной плоскости осуществляется достаточно длительная итерационная цепочка вычислений значений z_i+1, каждое из которых «содержит» в себе все предшествующие значения. При этом для разных точек динамика значений функции в ходе многократных итераций имеет разный характер: z может стремиться к бесконечности или к нулю, принимать несколько фиксированных значений или демонстрировать хаотичное изменение абсолютной величины.

При создании фрактальных картин бесконечность выступает в качестве математического критерия и семиотической категории для перевода потенциально бесконечного в актуально бесконечное. Один из самых распространенных способов раскрашивания фазового портрета функции заключается в цветовом означивании скорости «убегания» функции в бесконечность: цвет точки соотносится с номером итерации, на которой |z| достигает некоторого заданного числа, считающегося «бесконечным». Точки, для которых значение |z| остается «конечным», окрашиваются в черный цвет. Фрактал может приобрести совершенно иной вид, если, например, цвет будет зависеть от того, является ли действительная и/или мнимая часть z бесконечно малой. Таким образом, относительно простые формулы и различные алгоритмы выбора цвета и собственно цветовой палитры приводят к появлению сложных фрактальных структур, в которых замысловатые узоры, повторяя и изменяясь, до «бесконечности» разворачиваются друг в друге. Ярким примером построенных таким образом фрактальных картин являются множества Жюлиа и знаменитое множество Мандельброта.

Цифровое искусство, особенно его 3D-варианты, предлагает, в свою очередь, специфические культурные практики перцепции и освоения бесконечности. Фрактальные образы объективируют бесконечность как динамическую художественную реальность и как эстетическое переживание. В бесконечность можно заглядывать, погружаться, ее можно разворачивать, из нее можно извлекать череду образов, существование которых неочевидно и непредсказуемо для зрителя. Бесконечность фрактальных образов имеет совершенно другую природу по сравнению с бесконечностью «аналоговых» арт-объектов, которая физически конечна в связи с ограниченной разрешающей способностью изображения. Выход в «аналоговую» бесконечность оказывается расфокусированным, размытым единством полутонов; бесконечность цифровых изображений, созданных нефрактальными алгоритмами, в конце концов, разрывается на бессвязные лоскуты пикселей, в то время как бесконечность объектов цифрового

* Итерациями называются многократные повторения некоторой процедуры.

фрактального искусства потенциально бесконечна — алгоритмически (итерации), концептуально (рекурсивность) и технически (zoom).

Один из самых простых способов заглянуть во фрактальную бесконечность заключается в «zoom-путешествии» внутрь какого-нибудь фрактального множества, в первую очередь, множества Мандельброта. Его 2D или 3D видеопрезентации, размещенные, например, на youtube*, стремительно проводят зрителя, сидящего перед компьютерным экраном, сквозь тысячи итераций, сквозь тропические заросли и долины морских коньков, бездонные колодцы и отвесные ущелья, спирали галактик и необъятные просторы вселенной — в самые глубины потенциальной бесконечности**.

Порой переходы от одной фрактальной формы к другой превращаются в падение в жерло вулкана или в огненную адскую бездну*** или в блуждание в пустоте, в конце которой все ярче и ярче горит свет, и тогда этот визуальный опыт оказывается сродни мистическому переходу души в пост-смертное состояние.**** Не менее захватывающим является просмотр «полетов» по созданным из цифровой плоти бесконечным фантастическим городам, инопланетным мирам, техно- и киберпространствам, затягивающим зрителя в бесконечные омуты и шахты самоподобных форм.*****

Кроме пассивного созерцания фрактальной бесконечности, в Интернете доступны интерактивные фрактальные путешествия для компьютерных дилетантов. Так, например, на сайте немецкого компьютерного художника Гер-

* Например: Mandelbrot Zoom 333 [no sound]«http://www.youtube.com watch?v=x6DD1k4BAUg»http://www.youtube.com/watch?v=x6DD1k4BAUg Mandelbrot Zoom 999. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=1sSm53Q9Jws»http://www.youtube.com/watch?v=1sSm53Q9Jws; Deepest Mandelbrot Set Zoom Animation ever — a New Record! 10^275. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=0jGaio87u3A»http://www.youtube.com/watch?v=0jGaio87u3A; и др.

** Например: Mandelbrot to Mandelbulb — 3D Infinity. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=kkWXK4BZj7U»http://www.youtube.com/watch?v=kkWXK4BZj7U; Mandelbulb 3D 1.67. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=wGdXczRbuKQ»http://www.youtube.com/watch?v=wGdXczRbuKQ; Mandelbrot Fractal Zoom: Bach, Fractals, and The Art of Fugue (HD). URL: «http://www.youtube.com/watch?v=d6PBFa3VozE»http://www.youtube.com/watch?v=d6PBFa3VozE; Mandelbrot fractal deep zoom 20 2^562 HD. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=POWWOV3AzNs»http://www.youtube.com/watch?v=POWWOV3AzNs и др.

*** Mandelbulb flight — the lava dome. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=6w6vo9t62c0»http://www.youtube.com/watch?v=6w6vo9t62c0

**** The Infinite in Between (fractal animation). URL: «http://www.youtube.com/watch?v=swxf6IeRgZw»http://www.youtube.com/watch?v=swxf6IeRgZw

***** IFS fractal morph and flight. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=kLv9_lgGCR8»http://www.youtube.com/watch?v=kLv9_lgGCR8); A Journey Through Fantasy — Vorticity. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=jgxPlHxff3I»http://www.youtube.com/watch?v=jgxPlHxff3I); Trip to center of hybrid fractal. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=E91yxk_pT_A»http://www.youtube.com/watch?v=E91yxk_pT_A; Inside the Burning Ship. URL: «http://www.youtube.com/watch?v=yaPTk-DqT1g»http://www.youtube.com/watch?v=yaPTk-DqT1g ; Travel through the Impossible City — 3D Fractal Zoom «http://www.youtube.com/watch?v=w0PSyX2ZoL4»http://www.youtube.com/watch?v=w0PSyX2ZoL4; и др.

мана Вакера (Hermann Wacker)* расположена интерактивная галерея фракталов, где с помощью кликов компьютерной мышки можно бродить «вдоль» и «вглубь» таких математических фракталов, как множества Жюлиа, множество Мандельброта и «Burning Ship», исследуя их самые неожиданные «закоулки». Полученные таким образом репрезентации фрактальной бесконечности, хотя и обладают определенной эстетической ценностью, семантически ограничены знаковыми возможностями исходных формул.

Гораздо более широкие художественные горизонты открываются в образности цифрового фрактального искусства. С помощью специальных компьютерных программ, таких как Fractal Explorer, Ultra Fractal, Apophysis, ChaosPro, MandelBulb и др., компьютерные художники создают эстетически значимые и семантически насыщенные фрактальные образы. При этом проявленная или латентная бесконечность есть априорная характеристика всех фрактальных миров, возникающих на компьютерных экранах.

Неудивительно поэтому, что математическая подоплека фрактального искусства не могла не вызвать попыток художественной рефлексии бесконечности как алгоритмическими средствами, так и путем «поименования». Фрактальное искусство дало человеку второй (после открытия перспективы) шанс поместить «нередуцированные» бесконечности в ограниченные локусы художественной реальности и воспринимать их как таковые. Бесконечность различных бесконечностей, о которой размышлял Г. Кантор, воплотилась в бесчисленных образах *infiniti* фрактального искусства.

Особый интерес представляют собой топологические и семантические характеристики бесконечностей, созданных алгоритмами фрактального искусства. Репрезентации потенциально бесконечных фрактальных миров, представленных на специализированных сайтах профессиональных и полупрофессиональных цифровых художников, весьма разнообразны. Ниже будут проанализированы некоторые фрактальные картины с сайта deviantart.com, в которых бесконечность не просто имманентна по определению, но артикулируется явным образом, т.е. в названии которых присутствует *бесконечность (infiniti)*.** Заметим, что общее число таких работ на момент настоящего исследования составляло более тысячи.

Среди наиболее распространенных образов, посредством которых маркируется фрактальная бесконечность — спираль, коридор/туннель, лента Мебиуса и ∞, хаос. Бесконечность предстает то как долина (*valley*), то как скалы (*rocks*), то как пустыня (*desert*), то как хаотическая абстракция.

Бесконечность имеет свет (*light*), эхо (*echo*) и цвет (*green, blue, orange, red, purple* и т. д.). Ей присущи физические состояния холода (*cold*), раскален-

* Wacker Art Fractal Gallery. URL: «http://www.wackerart.de/fractal.html»http://www.wackerart.de/fractal.html.

** См.: «http://browse.deviantart.com/digitalart/fractals/?q=infinity»http://browse.deviantart.com/digitalart/fractals/?q=infinity.

ности (*fiery*), расплавленности (*molten*), текучести (*liquid*). Она материальна в буквальном смысле — соткана (*woven*) или изготовлена из золота (*gold*) или меди (*copper*).

Фрактальная бесконечность механистична, поскольку имеет грани (*facets*), отражения (*reflections*), wheels (*колеса*), gears (*шестеренки*), петли (*loops*), маятник (*pendulum*), и зооморфна, потому что имеет глаза (*eyes*), сердце (*heart*), кровь (*blood*), крылья (*wings*), утробу (*maw*), коконы (*follicles*).

Бесконечность в картине мира фрактального искусства визуально и вербально динамична. Конфигурации бесконечностей варьируются от квадратных (*squared*), пятиугольных (*pentagonal*), шестиугольных (*hexagon*) и волнообразных (*waves*/*ripples*) до скрученных (*twisted*), согнутых (*bent*), расщепленных (*split*), раздробленных (*crushed*) и расплющенных (*squashed*). Бесконечность обладает глубиной (*depth*), переходящей в бездну (*chasm*), и реализуется одновременно как приращение математических значений и как ментальных смыслов — она инкреМентальна (*increMental*).

Пространства фрактальной бесконечности включают в себя все физические и ментальные локусы бытия: города, подводный мир, космос, атом, сознание, сон, бессознательное.

При этом зрителю предлагаются разные способы добраться до бесконечности (*destination infinity**): от короткой поездки (*trip*) до свободного путешествия (*travel*). К бесконечности ведут дороги (*road*), автомагистрали (*highway*) и тропинки (*path*), мосты (*bridge*), лестницы (*ladder*) и ступеньки (*stairways*), арки (*arches*), ворота (*gates*), двери (*doorway*) и окна (*windows*). «Темпы» и техники проникновения в «бесконечность» тоже разные: в бесконечность можно войти (*enter*), перейти (*lapse*), скользнуть (*slide*), нырнуть (*dive*); к ней можно приблизиться (*approach*) и прислониться (*lean*). Попасть в нее можно, падая (*falling*), плывя под парусом (*sailing*), летя в космическом корабле (*fly*) и даже танцуя (*dancing*). Бесконечность предлагается обнаружить (*discover*), созерцать (*contemplate*), всматриваться в нее (*peer*), разгадывать/распутывать (*unravel*), разрезать слоями (*slice*). С бесконечностью можно встретиться (*meet*), провести с ней crash test и потеряться (*lost*) в ней.

Фрактальные бесконечности нередко артикулируются как множественные: начиная от простого удвоения (*double*) и повторения (*repeating*) до бесконечных бесконечностей (*infinite infinities*), при этом бесконечность локализована не только как любой художественный образ на физическом носителе, но и концептуально — бесконечность не охватывает собой весь универсум, но, как указывал Аристотель, вне ее всегда что-то есть — и в пространстве («бесконечность и за ее пределами» (*infinity and beyond*) и «край бесконечности» (*edge of infinity*), и во времени (*half-past infinity*). Кроме того, среди множества бесконечностей можно наткнуться на бесконечность, семантически локали-

* Destination (англ.) — место назначения, пункт прибытия.

зованную, например, в ракушке (*infinity in a shell*), в башне (*tower*), среди колонн (*pillars*) или в многоярусных залах (*halls*), подобных невозможным пространствам Эшера, или можно просто обнаружить «маленькую бесконечность» *(a small infinity*) или «частичную бесконечность» (*partial infinity*).

Наконец, еще один способ перцепции бесконечности на компьютерном экране реализуется в виртуальных игровых мирах, таких Second Life* или «строительная» игра Minecraft,** где можно строить и осматривать фрактальные 3D-скульптуры и здания. Чаще всего это губка Менгера, которая благодаря своей кубической основе отсылает к типичной архитектуре конечного реального мира и одновременно к фантастически запутанному в четырех измерениях «скрюченному дому» (*crooked house****). В ряде случаев аватары имеют возможность проникать внутрь бесконечных фрактальных сооружений, бегать, прыгать и летать по бесконечным коридорам фрактальных лабиринтов.**** Фрактальная бесконечность актуализируется в виртуальных компьютерных мирах, оставаясь при этом потенциальной — никогда до конца не освоенной кинестетически и ментально, но создавая особую художественную образность и предлагая зрителям/участникам уникальные культурные практики перцепции и созерцания фрактальных миров.

Цифровое фрактальное искусство не только породило особую художественную образность, связанную с бесконечностью, но и сделало возможным индивидуальный опыт эстетического переживания и освоения пространственной глубины бесконечности на компьютерном экране. Фрактальная реальность бесконечности, возникающая на экране компьютера, визуализируется и «материализуется» в самых разных образах цифрового искусства. Фрактальная бесконечность нередко акцентирует архетипические конструкты перехода и отсылает к стилистике киберпанка и постапокаллипсиса, выступая, таким образом, как «иной» мир, но противопоставляя не реальное и виртуальное, а явленное и непроявленное. При этом фрактальное искусство в силу его специфической алгоритмики в определенной мере претендует на репрезентацию одновременно количественной и качественной бесконечности; бесконечные «реальные» и виртуальные пространства разного типа становятся перцептуальными и операбельными.

---

* Second Life — виртуальный 3D- мир с элементами соцсети. URL: «http://secondlife.com/»http://secondlife.com/

** Minecraft — компьютерная игра основной задачей которой является строительство своего «мира» из блоков и выживание в нем. URL: «http://www.minecraft.net/» \n _blankhttp://www.minecraft.net.

*** And he built a crooked house — известный научно-фантастический рассказ Роберта Хайнляйна (Robert A. Heinlein), впервые опубликованный в 1941г., в котором описывается сложно организованное четырехмерное пространство, воплощенное в архитектуре реального мира.

**** См., например: Minecraft 01 — The Making Of The Menger Sponge. URL: «http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=bhX7cLWaXps»http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=bhX7cLWaXps или Huge Menger Sponge in Minecraft (Level 5). URL: «http://www.youtube.com/watch?v=ifKa3mMAY» http://www.youtube.com/watch?v=ifKa3mMAY.

Бесконечность, «вычисленная» и «поименованная» фрактальным искусством, имеет разные конфигурации, приобретает локализацию и исчислимость (формульно, образно и когнитивно). И самое главное, преодолевающая плоские границы компьютерного экрана, многомерная фрактальная реальность бесконечности становится одновременно актуальной и потенциальной.

[1] Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы. — М.: Ижевск, 2010.

[2] Пайтген Х.-О., Рихтер П.Х. красота фракталов. Образцы комплексных динамических систем. — М.: Либроком, 1993.

[3] Гайденко П. П.. Научная рациональность и философский разум. URL: «http://www.adhdportal.com/book_3583_chapter_19_2._Ponjatiebeskonechnogo_u_Aristotelja.html»http://www.adhdportal.com/book_3583_chapter_19_2._Ponjatiebeskonechnogo_u_Aristotelja.html.

[4] Грэхэм Л., Кантор Ж.-М. Имена бесконечности: правдивая история о религиозном мистицизме и математическом творчестве. — СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. С. 27.

[5] Там же. С. 32.

А. Деникин

СПЕЦИФИКА МУЛЬТИМЕДИА И ЭВОЛЮЦИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

В исследованиях отечественных ученых мультимедиа-продукты и произведения обычно рассматриваются в контексте аудиовизуальной культуры и аудиовизуального искусства[1, 2]. Уточнение значения термина «мультимедиа» и анализ специфических качеств и свойств мультимедийных коммуникаций, вероятно, позволят уточнить, а в чем-то пересмотреть концепцию современной культуры как культуры, основанной на визуальных и аудиовизуальных коммуникациях.

Так сложилось, что популярное в настоящее время слово «мультимедиа» имеет весьма различное значение. Кто-то считает, что мультимедиа — это технология для демонстрации возможностей компьютера[3]; кто-то причисляет к мультимедиа мультипликацию, анимацию, видеоарт или кинематограф[4]; кто-то и вовсе определяет как мультимедиа «классическую оперу, всю сферу театра, большинство религиозных ритуалов»[5]. Все эти определения основаны на формальной многосредовости (многомедийности) мультимедиа, т. е. возможности включения в мультимедийное произведение различных медиа (например, видео, звука, кино, анимации, графики, текстов, картин, таблиц и пр.).

Впрочем, если в определении мультимедиа следовать критерию многосредовости, то мультимедиа может считаться почти все, что было создано интеллектуальным и творческим трудом человека. Так, например, любое живописное полотно XIX века в определенном смысле многосредово, так как кроме собственно изображения на полотне имеется подпись автора (текст тоже своего рода медиа) и подрамник (отличное медиа, на котором само время оставляет свои информационные следы). Книги, газеты, кино и телевидение тоже включают в себя разные медиа: тексты, картинки, стихи, титры, движущееся изображение, слайды, звук и пр. Значит ли это, что все эти средства коммуникации являются мультимедиа?

Формальное определение мультимедиа через отсылку к «многосредовости» и «синкретичности» делает бессмысленным термин «мультимедиа», поскольку многосредовость сама по себе не сообщает ничего нового в отношении специфики и художественных стратегий произведений, обозначенных как «мультимедийные», только лишь уводит от понимания уникальности мультимедиа как актуального и своеобразного феномена современности. Чтобы определить значение и роль мультимедиа в современной культуре, следует точно обозначить, какие продукты и средства коммуникации понимаются под этим термином.

Мультимедиа — это, прежде всего, современная цифровая технология. И как другие медиатехнологии, такие как видео, кино, радио, анимационная

технология, мультимедиа имеет свои специфические возможности и характеристики. Наиболее точное техническое определение: *мультимедиа* (от англ. *multimedia*, от *multi* — много и *media* — носитель, среда) — средство предоставления информации с помощью объединения различных воспринимаемых человеком сред (видео, звук, кино, анимация, графика, тексты, картины, таблицы, компьютерные программы, Интернет-продукты, виртуальная реальность и пр.), управляемых интерактивным программным обеспечением и воздействующих одновременно на аудиальный, визуальный и кинестетический каналы восприятия человека*. Термин «мультимедиа» имеет смысл только в отношении форм, способных воздействовать мультисенсорно (аудиально, визуально и кинестетически): включение разных коммуникативных медиа-средств в единое мультимедийное произведение как раз и позволяет осуществлять *мультисенсорность* воздействия — базовое качество мультимедиа-технологии.

Мультимедиа-технологии находят применение в интерактивной рекламе в Интернете, в современном искусстве, образовании, индустрии развлечений, технике, медицине, бизнесе, в научных исследованиях. Мультимедиа — это коммерческие цифровые и компьютерные продукты, такие как видеоигры, мультимедийные энциклопедии и презентации. Мультимедийными могут быть сетевые порталы, блоги, социальные сети, виртуальные реальности, мультимедийные презентации, интерактивные обучающе-познавательные программы и приложения, некоторые произведения контемпорари-арт, например, мультимедийные перформансы и инсталляции.

Мультимедийные ресурсы отличаются от «немультимедийных» прежде всего тем, что:

— данные (инфомация) хранятся и обрабатываются в цифровой форме с применением компьютера;

— они могут содержать различные, но при этом взаимосвязанные виды информации (не только текстовую, но и звуковую, графическую, анимационную, видео и т.д.);

— их существенной особенностью является интерактивность — активное взаимодействие ресурса, программы, услуги и человека, их взаимовлияние. Пользователь может взять тот или иной Интернет-продукт, например, и тут же добавить в него свои материалы, тем самым, выступая его соавтором, сотворцом[6].

Специфика мультимедиа как нового средства коммуникации определяется *интерактивностью*, то есть способностью мультимедийной системы реагировать на действия пользователя и трансформироваться в результате этих действий. Мультимедийное произведение (продукт, объект) мультимедийно именно потому, что оно *нелинейно*, а зритель

---

* Кинестетика (греч. kinesis aesthesis — ощущение, чувство) — ощущение движения собственного тела, его частей, берущее начало в чувствительных рецепторах мышц, суставов, сухожилий и связок.

(пользователь) способен управлять информацией, передаваемой при помощи интерактивной мультимедийной системы (компьютер, смартфон, мультимедиа-CD, DVD-диск и пр.).

Таким образом, ни кинематографическое произведение, ни видеозапись, ни анимация не могут быть названы мультимедиа-произведением (или продуктом мультимедиа), но могут быть включены в структуру мультимедийного произведения, наряду со звуковыми, графическими, текстовыми вставками, рисунками, таблицами и пр. Не могут быть признаны мультимедийными и рекламные ролики или музыкальные видеоклипы, даже если при их создании использовалась компьютерная графика и спецэффекты. Структура информации, режимы коммуникации и трансляции этой продукции не мультимедийны.

Вы задумывались, почему многие люди любят смотреть кинофильмы? Потому, что кино основано *на процессе узнавания и интерпретации аудиовизуальных образов*. Этот процесс доставляет зрителю удовольствие. А почему некоторым людям так нравится играть в видеоигры? Потому что видеоигры (как типичный пример мультимедиа) основаны на процессах *управления образами*!

Видеоигры генерируют условия для получения новых значений посредством активности и действий игрока (людозис), вместо того, чтобы передавать смыслы посредством интерпретации авторских сообщений или репрезентаций (семиозис), что типично для кинематографа, литературы, телевидения, поэзии и пр. Удовольствие от управления видеоигрой связано как с действиями и операциями, производимыми игроками в процессе освоения игровых алгоритмов, так и с процессами осмысленной видеоигровой деятельности (например, создание пользователями правил игрового мира в таких играх, как Spore (Electronic Arts, 2008), Sim City (Maxis, 1989), управление гильдиями, внутриигровая политика в многопользовательских он-лайн играх, например, World of Warcraft (Blizzard, 2004), создание авторских игровых миров и пр. Именно действие (действование), а не образ, оказывается определяющим для получения нового опыта пользователем, участвующим в становлении мультимедиа-произведения. Поэтому т*радиционное для искусства мышление художественными образами в видеоиграх и других мультимедиа-продуктах (произведениях) трансформируется в «мышление» действиями*. В связи с этим меняются ценности и эстетические установки, значимые для нового поколения пользователей мультимедиа, любителей мультимедийных форм творчества и искусства.

Мультимедиа — это особый вид коммуникации. В отличие от так называемых старых медиа (газет, журналов, кино, радио, телевидения и пр.) мультимедийные формы Новых медиа позволяют реализовать концепт «со-участия» (англ. participation).

Технология мультимедиа позволяет преодолеть однонаправленность традиционных СМИ, четкое разделение между сферами производства и потребления. В результате на смену бывшему зрителю и потребителю выдвигается фигура активного пользователя[7, 8, 9]. Ряд исследователей[10, 11, 12] описывают этот процесс через концепт «просьюмеризма» (от англ *prosumer*), в противовес концепту «консьюмеризма».

Интернет-порталы, такие как Napster, Slashdot, Wikipedia, демонстрируют процессы перехода современной медиакультуры к принципам пользовательского со-участия в производстве и обмене медиаинформацией. Сетевые видеоархивы, социальные сети в Интернете (YouTube, Google Video, video.mail.ru и др.) предлагают специальные сервисы, позволяющие пользователям не только просматривать и прослушивать видеофильмы, но и самостоятельно создавать собственные Интернет-страницы и загружать на сервер собственные видео и фотоматериалы, текстовые комментарии и пр. информацию для публичной демонстрации и обсуждения.

Принципиально важным для таких коммуникаций является то, что ценность создаваемых пользователями аудиовизуальных и текстовых материалов в большей степени определяется ответными действиями и откликами других пользователей (ради которых материалы и создаются), а не собственно какими-то уникальными глубокими смыслами или качествами аудиовизуальных текстов. Количество откликов-действий пользователей (в форме голосования, «лайка», «зафрендивания», «зафейсбукивания» и пр.) становится определяющим для сообщения ценности создаваемого и демонстрируемого в сети произведения.

Многопользовательские он-лайн игры (например «World of Warcraft») не только объединяют вокруг себя миллионы игроков по всему миру, но и организуют сотрудничество пользователей на форумах, фан-сайтах, где каждый может поделиться своим опытом, рассказать о своих идеях, выложить в публичный доступ свою информацию или прокомментировать «посты» других участников-игроков. Такие Интернет-сервисы стимулируют активные действия участников игрового комьюнити не только в виртуальном пространстве игры, но и в социальном пространстве Интернет-коммуникаций.

Разговор об эстетике мультимедиа произведений нужно начинать с разговора о природе художественного творчества и искусства в целом.

Художественный образ — категория художественного творчества, средство и форма освоения жизни искусством. В семиотическом аспекте художественный образ есть средство смысловой коммуникации в рамках данной культуры или родственных культур. Образ всякий раз заново реализуется в воображении адресата, владеющего «ключом», культурным «кодом» к его содержанию[13].

Художественный образ — форма отражения (воспроизведения) объективной действительности в искусстве с позиций определенного эстетического идеала. С помощью художественного образа искусство осуществляет свою

специфическую функцию — доставлять человеку эстетическое наслаждение и побуждать художника творить по законам красоты[14].

Создание аудиовизуальных образов не главная задача для художника, дизайнера или создателя мультимедиа-произведения. Технологические особенности цифровых мультимедиа позволяют реализовать не только и не столько демонстрацию аудиовизуального образа, но дают возможность пользователю действовать, трансформируя эти образы.

В этом смысле представляется сомнительной уместность использования термина «образ» в отношении мультимедиа-произведений.

В мультимедиа аудиовизуальный «образ» превращается в объект для действия/манипуляции. Изображение и звук здесь не выполняют роль передатчика эстетической информации, а являются скорее частью интерфейса управления и взаимодействия. Это не означает, что пользователь не может любоваться красивой графикой какой-то видеоигры или визуальным интерфейсом сетевого портала. Но как только пользователь перестает действовать и начинает интерпретировать объект с позиции наблюдателя, он не может адекватно воспринимать мультимедиа-произведение. Такая интерпретация уже не мультимедийна!

Основной принцип восприятия мультимедийного произведения — активное конструирование пользователем медиа-объектов и медийных коммуникативных (игровых) ситуаций для получения нового опыта. Примером может служить организация сетевого форума или блога на определенную тему (или без темы), в котором каждый из участников может добавлять свои комментарии, посредством собственных действий создавая новую мультимедийную форму.

Еще пример — процесс управления любой видеоигрой, в которой именно благодаря действиям игрока в виртуальном пространстве складывается сюжет интерактивного повествования на экране.

В этом смысле творчество художника мультимедиа (дизайнера, режиссера мультимедиа) заключается в том, чтобы организовывать процессы «действования», активности пользователя, создавать для пользователя перцептивные кинестетические ситуации (организация условий для действий пользователя, определение способов «физического» взаимодействия между игроком и виртуальным миром, определение контекстов взаимодействия и пр.).

В традиционных формах художественного творчества основная ценность — многослойность и глубина художественных образов. Именно яркие, проникновенные, многозначные художественные образы запоминаются зрителем/читателем/слушателем и вызывают сильные эмоции.

Воздействие мультимедийного произведения основано не на глубине и цельности художественных образов, а на степени погружения пользователя в «поток» действий (в процессе взаимодействия с алгоритмом программы), наслаждении от получаемого отклика компьютерной системы, от осознания точ-

ности (успешности) совершаемых действий, коммуникации в процессе выполнения определенных действий.

Одной из потенциально универсальных категорий мультимедийной эстетики является концепция «потока» («*flow*» в англоязычной литературе), заимствованная из работ известного психолога Михая Чиксентмихайи. Включенность в «поток» для Чиксентмихайи — это особое психологическое состояние, которое «настолько приятно, что люди готовы бескорыстно выполнять соответствующую работу, не обращая внимания на то, насколько она трудна или даже опасна»[15].

Понятие «опыта потока» сформировалось при изучении субъективного позитивного опыта человека. Под переживанием опыта «потока» понимается состояние, называемое поглощенностью какой-либо деятельностью. Мотивы такой деятельности ориентированы не на результат, а на процесс. Как отмечает автор теории, сама деятельность состоит из последовательных действий, подчиненных внутренней логике субъекта, с целью развития собственных навыков и способностей; при этом переживается состояние «слитости с действиями». Опыт потока сопровождается потерей чувства времени, внимание субъекта направлено непосредственно на деятельность, им переживается состояние удовлетворенности, если ситуация (рабочая, игровая и т.п.) постоянно контролируется.

В применении к видеоиграм и другим мультимедийным формам «поток» — это оптимальное соотношение навыков игрока (пользователя) и вызова, который бросает ему игра (мультимедийное произведение). Если игра слишком трудна, то игрок испытывает раздражение. Если игра не вызывает ни малейших затруднений, то игрок испытывает скуку. «Поток» — это идеальный баланс, постепенное нарастание сложности по мере освоения игры (произведения) играющим, приносящее наслаждение от игрового процесса.

В традиционных видах искусства задача художника (режиссера) представить зрителю авторский взгляд на какую-то проблему, раскрыть авторское отношение к какому-то событию, идее, персонажу и пр. Задача художника мультимедиа предоставить пользователю значительную свободу при конструировании игровых образов, объектов и событий, возможность самостоятельно (но в соответствии с определенными правилами) формировать образы виртуального мира игры или электронного мультимедийного пространства сетевого ресурса. Именно автор (дизайнер, разработчик) устанавливает правила взаимодействия пользователя и виртуального мира. Правила «игры», в свою очередь, определяют особенности игровых перцептивных ситуаций и специфику «экшн-потоков» (потоков-действий). Создавать для пользователей сложные многослойные потоки-действия или режимы действий и есть задача дизайнера, режиссера, создателя, работающего с мультимедиа.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики современных мультимедиа-коммуникаций:

— Коммуникация от «многих-к-многим», вместо коммуникации «от одного-к-многим», свойственной старым медиа, например, телевидению. Мультимедийные коммуникации от «многих-к-многим» позволяют любому человеку, имеющему доступ к сети Интернет, обмениваться с другими людьми текстами, комментариями, аудио, фото, видео информацией и пр., а также производить новые тексты в процессе обсужденя и обмена мнениями. Демассификация, децентрализация, свойственные мультимедийным Новым медиа, ставят под сомнение актуальность традиционной модели вещания и аудиовизуальной коммуникации «автор — зрителю»[16, 17, 18, 19].

— Концепция «со-участия» в производстве медиаконтента вместо потребления предложенных единым вещателем медиапродуктов. Современные интерактивные мультимедиа — это социальные медиа, в которых ценность и значения медиатекстов определяются в процессе активного со-участия множества людей (сетевых сообществ, групп). Коллаборативность при производстве пользователем собственного медиаконтента и способность к анализу и оценки им медиатекстов, созданных другими пользователями, становятся определяющими качествами для успешного осуществления социальных коммуникаций (например, с использованием Интернет-порталов Facebook, Twitter, YouTube, Flickr и пр.).

В устной культуре знание передавалось от опытного к неопытному, в письменной от владеющего знанием грамотного человека к способному освоить письменное знание. В аудиовизуальной культуре информация циркулирует на основе обмена и интерпретации изображений, аудиовизуальных текстов. В цифровой мультимедийной культуре знание складывается в результате совместных действий участников сетевых сообществ, в процессе цифровых коммуникаций (коллаборативность, со-участие).

— Основа мультимедийных коммуникаций — активность и действия участников коммуникативного процесса, постоянный обмен мнениями, информацией, реакция на действия участников. Это стало возможным в результате небывалого ускорения коммуникаций, удешевления цифровой связи, расширения количества людей, имеющих доступ к сети Интернет. Активных действий с медиаконтентом требует любое мультимедиа-произведение или мультимедийный продукт. Например, Wikipedia.com, где пользователи самостоятельно составляют крупнейшую сетевую энциклопедию знаний, и сами же проверяют достоверность сведений; сервис Youtube.com, который каждый может использовать для демонстрации сделанного самим собой видеоролика или обсуждения видеороликов других участников; интерактивные мультимедийные работы художников современного искусства (сетевое, цифровое, компьютерное искусства, витруал-арт и др.).

Поэтому, мультимедиа не могут рассматриваться по тем же критериям, что и аудиовизуальные произведения кинематографа и телевидения, анимации и видеоарта. В основе любого аудиовизуального проекта лежит осмысленная и выстроенная его создателями связь звука и изображения, соединение зрительных и слуховых образов, дающее полную картину искусственно смоделированного и развивающегося экранного пространства, протяженного во времени[20]. Эта связь определена художником (создателем аудиовизуального произведения) и не может быть нарушена, изменена (без потери художественных качеств самого произведения). Мультимедиа — мультисенсорные медиа. Как пишут американские исследователи Г. Гиниа и Ш. Чен, «воздействие на каждый из видов ощущений пользователя — обоняние (запах), тактильность (прикасание), визуальность (взгляд) и аудиальность (звук) <…> характеризует мультимедиа и определяет качества мультимедиа-произведения»[21].

«Мультимедийные приложения, — по мнению Г. Гиниа и Ш. Чен — демонстрируют информационно-развлекательную двойственность мультимедиа, а именно возможность передачи различной информации пользователю, но одновременно и контроля за тем, чтобы пользователь был удовлетворен получаемой информацией, ее качеством, что еще более усложняет систему передачи данных, поскольку определение «качество» не ограничено здесь тем, насколько мультимедийная презентация (информация) в результате понята пользователем, но так же включает в себя [программный] анализ степени его удовлетворенности собственно мультимедийным продуктом»[22]. Заложенные разработчиками алгоритмы определяют возможность мультимедиа-произведения трансформировать свою форму, структуру, сочетание и представление аудиовизуальных данных, «приспосабливаясь» под желания, нужды и интересы пользователя. Качества мультисенсорности, интерактивности, инфотейнмента (infotainment, от англ, *information* — информация и *entertainment* — развлечение) выводят мультимедиа из области аудиовизуального медиа в область мультисенсорного метамедиа.

Обзор мультимедийных цифровых средств коммуникации позволяет сделать следующий вывод: современная культура — это уже не столько визуальная и не только аудиовизуальная культура. На смену визуальности стремительно приходит новая *кинестетическая парадигма*. Это особая «*кинестетическая культура*», в которой аудиовизуальные медиасредства выступают в качестве интерфейсов для информационного и социального взаимодействия пользователей, делая актуальными вопросы соучастия, действия, телесности, виртуальности, управления информацией и знаниями, управления чувствами и эмоциями человека.

Это активно утверждающий себя новый вид культуры, в которой ценностными становятся вопросы соучастия, совместного пользовательского действования, производства значений и смыслов при помощи активного пользовательского манипулирования информацией, объектами мультимедийных коммуникационных пространств и игровых виртуальных миров.

Именно в этой области цифровых коммуникаций мультимедиа обнаруживает свою специфику и очевидно демонстрирует эволюцию аудиовизуальности в сторону мультисенсорности и кинестетичности современной культуры.

[1] Буров А.М., Яременко Е.Г., Соколов С.М., Лукиных Н.В., Орлов А.М., Монетов В.М. Язык мультимедиа. Эволюция экрана и аудиовизуального мышления. — ВГИК, 2012. http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/08_11_2012_4.pdf. С. 284, 293, 295, 299.

[2] Новые аудиовизуальные технологии / Отв. ред. К.Э. Разлогов. — М., Рос. ин-т культурологии, 2005.

[3] Крапивенко А. В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учебное пособие. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. С. 10.

[4] См. п. 1. С. 15-16.

[5] Иоскевич Я.Б. Интернет как новая среда художественной культуры. — СПб.: РИИИ, 2006. С. 132.

[6] Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. Уч. пособие для студентов/МГУКИ. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.

[7] Uricchio William. Cultural citizenship in the age of P2P networks// European Culture and the Media, eds. Ib Bondebjer, Peter Golding. — Bristol: Intellect, 2004. С. 139-164.

[8] Jenkins Henry. Convergence culture: Where old and new media collide. — New York: New York University Press, 2006.

[9] Jenkins Henry. Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. — Chicago: MacArthur Foundation, 2007.

[10] Toffler Alvin. The third wave. — New York: William Morrow, 1980. С. 282.

[11] Tapscott Don. The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence. — New York: McGraw-Hill, 1996. С. 62.

[12] Tapscott Don, Williams, Anthony D. Wikinomics: How mass collaboration changes everything. — New York: B&T, 2006. С. 124.

[13] Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983. С. 670-671.

[14] Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. — М.: Вече 2000, АСТ, 2003.

[15] Csikszentmihalyi Mihaly. Flow: The Psychology of Optimal Experience. — New York: Harper and Row, 1990. С. 71.

[16] Castells M. The Rise of the Network Society. — Cambridge, MA: Blackwells, 1996. С. 340.

[17] Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. New Media: A Critical Introduction. — London: Routledge, 2003. С. 30-40.

[18] Negroponte N. Being Digital. — New York: Alfred A. Knopf, 1986. С. 229.

[19] Rogers E. Communication Technology: The New Media in Society. — New York: The Free Press, 1986. С. 5.

[20] См. п. 2. С. 68.

[21] Georghita Ghinea, Sherry Y. Chen. Digital multimedia perception and design. — USA: Idea Group Inc., 2006. С. 103.

[22] Там же. С. 82.

Ю. Богров

ВИДЕОИГРЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (Эссе)

Что такое искусство?

Каждый из нас отвечает на этот вопрос по-разному. Для кого-то это эстетическая составляющая, для кого-то катарсис, а кто-то ищет социальную проблематику и назидание молодым поколениям. Искусство, как и вся человеческая культура, никогда не была статичным неизменным объектом. Каждая эпоха изменяла его, расширяла и делала многообразнее. Наряду с классическими видами искусства, пришедшими к нам из глубокой древности, такими как живопись, музыка, литература, танец, — существуют и современные направления искусства — кино, фотография и многое другое.

При этом ещё 100 лет назад кино искусством не считалось, это было развлечение для богатых людей и демонстрация возможностей приборов того времени, равно как и фотография. Однако, с развитием этих направлений и развитием их художественных приемов, в них появлялась неуловимая искра, что делает искусство искусством.

Компьютерные игры переживают сейчас своего рода становление, претендующее на полноценный вид искусства. Появившись как программа-шутка для военной техники в 1958 г., видеоигры росли и изменялись. Появлялись новые жанры, новые средства воздействия на пользователя. Главная особенность видеоигр как искусства — это возможность сотворчества игрока и автора. Компьютерная игра — это не линейная история, как в книге или фильме, это всегда выбор — кем быть тебе и твоему персонажу. Естественно, не все игры являются искусством, как и не все фильмы. В хорошей игре вы не просто наслаждаетесь процессом и смотрите историю, вы чувствуете ОТВЕТСТВЕННОСТЬ за свои действия и свой выбор. Такой диалог между автором и пользователем позволяет по-новому взглянуть даже на старые сюжеты и по-новому отразить реальность. Другой уникальной особенностью видеоигр является их происхождение. Дело в том, что компьютерные игры возникли из изобразительного искусства в глобализованной среде, но сейчас мы видим грандиозное по силе и масштабу развитие их национальных вариантов. При чем речь идет не просто об использовании знаковых элементов национальной культуры (что является лишь проявлением глобализации), но происходит именно творческое переосмысление и креативное использование уникального культурного наследия.

Цели данной статьи следующие:

1. Провести краткий обзор становления видеоигр как искусства.
2. Рассмотреть образы глобализованного мира в видеоиграх.

3. Описать механизмы эффективного сохранения этнической идентичности в видеоиграх не примере Японии.

4. Провести аналих положения в России.

Становление видеоигр как искусства

1958 г. Физик Вилли Хигинботэм (Willy Higinbotham), высокопоставленный сотрудник военной Брукхэвенской лаборатории, изобрел первую в мире видеоигру. В нее надо было играть, используя экран осциллоскопа. Хигинботэм был одним из создателей атомной бомбы и проводил серьезные научные исследования. Однако он любил игры (был заядлым игроком в теннис) и однажды поставил перед собой задачу придумать некое развлечение, которое бы позволило наглядно продемонстрировать возможности науки посетителям лаборатории. В течение трех недель видеоигра «Теннис для двоих» («Tennis for Two») была создана. «Мячик» отскакивал от горизонтальной линии, расположенной внизу экрана, его надо было отбить короткой линией, расположенной в верхней части экрана. Для управления «ракеткой» был произведен пульт с двумя кнопками «налево» и «направо». Игра пользовалась бешеной популярностью: коллеги Хигинботэма часами ожидали своей очереди на игру. Однако история «Тенниса для двоих» была недолгой — Хигинботэм разобрал созданное им устройство, потому что ему понадобился осциллоскоп. Более того, физик даже не запатентовал свою идею, потому что считал, что не придумал ничего выдающегося. Время показало, что он ошибался. Первые коммерческие видеоигры, фактически, были реинкарнацией «Тенниса для двоих». Появившись как развлечение для сотрудников лаборатории, видеоигры начали приобретать все большую популярность и уже в 1982 г. появилась игра с по-настоящему серьезным сюжетом — «The Hobbit». Являясь дословным пересказом знаменитой книги Д. Р. Р. Толкиена «Хоббит туда и обратно», она имела одну интересную особенность — в ней был выбор. Бильбо (главный герой книги) отзывался не только на цитаты из книги, но и мог выполнить стороннюю, пользовательскую команду. Протагонист мог даже погибнуть. Именно эта вариативность определила вектор развития видеоигр в будущем. Фактически данная игра заложила целое направление — т.н. «текстовые квесты». В данной форме вышло переложение множества различных литературных произведений. Например, «The Hitchhiker's Guide to the Galaxy» (рус. «Путеводитель для путешествующих по галактике автостопом») — интерактивная фантастическая компьютерная игра, основанная на одноимённом романе Дугласа Адамса. Или популярная игра «The Lurking Horror» (рус. «Таящиеся ужасы») 1987 г., основанная на произведениях Говарда Филлипса Лавкрафта.

Но это был лишь первый шаг на пути видеоигр, прежде чем они стали такими, какими мы их знаем сегодня. Следующим значимым этапом стал выход

«Eye of the Beholder» (рус. «Око Созерцателя») в 1990 г. Во-первых, она имела абсолютно самостоятельный сюжет (написанный только для нее). Так еще и сам мир вокруг вашей группы (игра рассказывала о приключениях 6 героев — искателей сокровищ) был по настоящему живым и мог «рассказать» сам о себе. Разнообразные записки, надписи на стенах, обмолвки встреченных противников и союзников — все это рисовало убедительный, многогранный мир. Данная интерактивность стала вторым компонентом, благодаря которому видеоигры стали тем, чем являются сегодня.

Третьей же, эпохальной вехой, стало появление так называемого «открытого» мира. Согласно Интернет-энциклопедии Wikipedia: «Открытый мир (англ. Open World) — вид структуры уровней в компьютерных играх, позволяющем игроку свободно перемещаться в мире игры и в любой момент самостоятельно выбирать, куда и когда он хочет отправиться». Данные элементы стали появляться еще в конце 1980-х гг., но настоящее признание они получили только в 1990-х. Фактически это была настоящая революция для всего изобразительного искусства. От линейных сюжетов театра и кино видеоигры перешли к многоуровневым нелинейным сюжетам видеоигр. Каждое ваше действие, каждый ваш поступок — прямо или опосредованно влияет на мир вокруг вас и на судьбу его обитателей. Именно эта вариативность и стала визитной карточкой видеоигр. Лучшим примером применения данного приема является игра «Baldurs Gate» (рус. «Врата Балдура») 1998 г. Эпичное повествование, завершающееся одной из нескольких концовок (несущих порой диаметрально противоположный смысл).

В некоторых моментах количество вариантов выбора (т.е. развилок сюжета) достигало 11! Фактически никто не ограничивал игроков в их отыгрыше. Хотите стать благородным рыцарем, служителем закона? Пожалуйста! Желаете красть у богатых и помогать нищим? Нет проблем, приступайте. Моделей поведения было без числа. При этом мир не вращался исключительно вокруг вашего героя и его союзников. Регулярно происходили масштабные и не очень события — кто-то из сторонних персонажей, т.н. NPC (Non-Player Character — персонаж, над которым у пользователя нет контроля) разливал молоко, кто-то собирался в поездку в другой город, а третий мог начать вооруженное восстание рабов в рудниках. Благодаря этому авторы игры получили возможность высказывать свои идеи и чаянья, обращенные к обществу, не только напрямую — через сюжет и диалоги, но и опосредованно. В играх с открытым миром игроку могут не сказать ни слова, но наглядно продемонстрировать через динамично меняющееся окружение последствия его действий. Буквально рука об руку с данным приемом проявилась и вторая важная черта современных видеоигр — социальная проблематика. Через метафоры фантастики и фэнтези авторы видеоигр стали задавать действительно серьезные вопросы. Начали появ-

ляться игры-антиутопии («Deus ex», «Syndicate», «Shadowrun»), обозначились серии, главной темой которых стали вопросы человечности и морали («Fallout», «Vampire the Masquerade»).

С другой стороны, еще в 1993 г. началось стремительное развитие графической составляющей. Можно сказать, именно видеоигры спровоцировали прорыв в области 3D технологий, который сейчас переживает кинематограф. Что особенно важно, даже на ранних этапах создатели видеоигр уделяли внимание не только технической составляющей изображения, но и старались создать новые выразительные приемы изобразительного искусства. Лучшим примером может служить игра «MYST», созданная в 1993 г. Будучи вполне состоятельным квестом, игра также обладала уникальным графическим исполнением. Сюрреалистичные пейзажи и мягкая цветовая палитра, вкупе с медиативной музыкой, создавали непередаваемую атмосферу другого мира и бесконечности. Одной из важнейших вех в истории графической составляющей, можно считать приход в 1999 г. в игровую индустрию знаменитого французского художника Бенуа Сокаля. Фактически, именно благодаря его деятельности началось развитие игрового импрессионизма — создания атмосферы при помощи цветовой гаммы.

Все выше перечисленные особенности активно развиваются и в наши дни. А главное, произошло сращивание их воедино. Сегодня визуальная составляющая многих игр не уступает качественным фильмам, а сценарии некоторых проектов получают престижные мировые премии. Фактически, видеоигры стали театром, где главный актер — вы. А уже в 2000-х гг. игры начали получать признание на высочайшем уровне.

Вот небольшой обзор сегодняшнего положения видеоигр на мировой арене:

1) США:

05.05.2011 правительство США в Национальной программе поддержки искусства (National Endowment for the Arts) признало компьютерные и видео игры новой формой искусства. Теперь в США, начиная с 2012 года, индустрия компьютерных и видео игр будет финансироваться государством на равных с киноиндустрией. Официально это изменение выглядит так: категория финансирования «Искусство в области радио и ТВ» («The Arts on Radio and Television») изменена на «Искусство в различных медийных областях» (The Arts in Media). В новую категорию теперь войдут, помимо видеоигр, также интерактивные проекты в реальной жизни и в Интернете.

2) Корея:

В Корее компьютерные игры — гордость и достояние государства. В Корее есть даже кубок президента по компьютерным играм, а лучшие геймеры популярны так же, как поп-звезды в нашей стране.

3) Германия:

18.08.2008 в Германии компьютерные игры признали искусством.

WarCraft, Stalker, Call of Duty и Monkey Island теперь считаются художественным достоянием, а их разработчики отныне входят в состав Немецкого совета по вопросам культуры. Как заявляет Deutsche Welle, компьютерные игры — это не только экономическая область, которая динамично развивается, для художников разнообразнейших жанров она выступает также в роли важного заказчика. Такой аргумент приводят в Немецком культурном совете. По мнению руководителя немецкого Федерального союза разработчиков компьютерных игр Мальте Берманна, обретение его организацией членства в Немецком культурном совете — настоящая веха в немецкой «медиа-политике.

4) Франция:

09.11.2006 министр культуры Франции Рено Доннедье де Вабр (Renaud Donnedieu de Vabres) в интервью газете Herald Tribune («http://www.iht.com/articles/2006/11/05/business/games06.php?page=1» \n _blankInternational) признал компьютерные игры искусством и пообещал государственную поддержку их создателям. Министр отметил в интервью, что он хотел бы добиться таких же субсидий для разработчиков игр, какие сейчас получают киностудии. «Люди слишком долго смотрели свысока на игры, упуская из виду их огромный творческий потенциал и культурную ценность. Если вам угодно, зовите меня министром видеоигр. Я буду этим только гордиться, — заявил де Вабр... — Все большее число проданных игр, по сравнению с книгами, фильмами и другими товарами, подчеркивает необходимость признания компьютерных игр частью массовой культуры. Игры — это не просто коммерческий продукт. Они являются одной из форм художественного выражения, а в их создании принимают участие сценаристы, дизайнеры»*. Видеоигры получили признание не только элиты, но и масс. Современная игровая индустрия одна из самых финансово выгодных отраслей индустрии развлечений. Уже в 1993 г. продажи компьютерных игр в мире составили $19,8 млрд ($31 млрд в ценах 2011), $20,8 млрд в 1994 ($32 млрд в ценах 2011) и приблизительно $30 млрд в 1998 ($41,5 млрд в ценах 2011). Продажи аркадных автоматов в США в 1994 составили $7 млрд ($11 млрд в ценах 2011), тогда как продажи игр для домашних консолей составили $6 млрд ($9 млрд в ценах 2011). Таким образом, в США экономический эффект от игровой индустрии более чем в 2,5 раза превысили доходность кинематографа. А по последним данным, доходы мировой игровой индустрии к 2012 г. составили 68,3 млрд долларов. Вот схема, рисующая место видеоигр в системе изобразительного искусства (см. рис.1).

---

* URL: «http://gamesisart.ru/»http://gamesisart.ru/

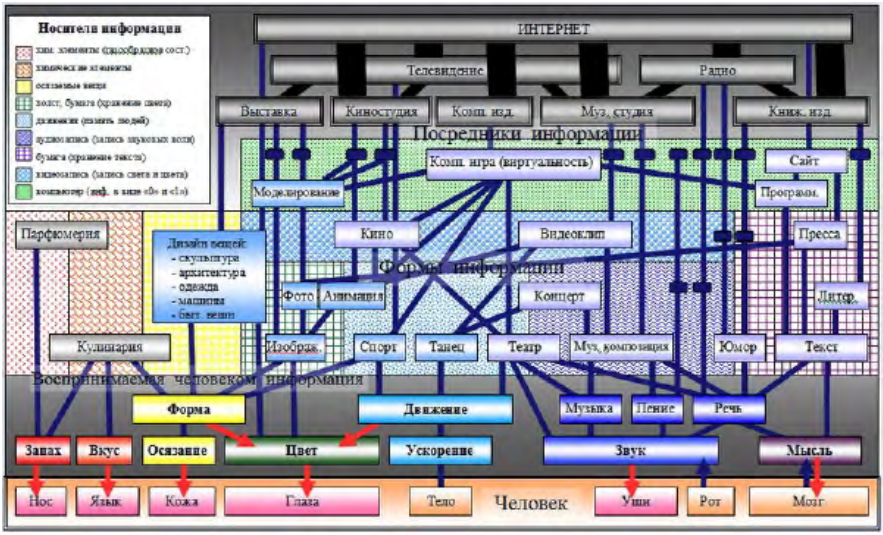

Рисунок 1.

Образ глобализованного мира в видеоиграх

Думаю, многим из вас известен знаменитый парадокс человеческой культуры — к чему стремимся, того страшимся, и наоборот. Еще начале XX столетия начало складываться движение антиутопии. В противовес сладкоголосым политикам и безумным философам, такие гиганты мировой литературы как Евгений Замятин, Джордж Оруэлл, Олдос Хаксли, Рэй Бредбери и многие другие рисовали перед читателями пугающие картины тоталитарного будущего. Несмотря на яростное неприятие со стороны «строителей светлого будущего», жанр утверждался, ширился, крепился и рос.

Первым фильмом о глобализованом мире в его истинном обличье стал провидческий «Метрополис», снятый в 1926 г. Фрицем Лангом. К концу 80-х гг. уже внутри жанра антиутопии существовало множество подразделов — тоталитарная фантасмогрия, киберпанк, фэнтези-антиутопия и др. Именно в этот период появляется первая игра, посвященная глобализованному будущему, — «Snatcher». Первая версия игры была написана в 1988 г. и рассказывала историю мира, пережившего страшную техногенную катастрофу (авария в российском НИИ «Чернотон» — почти прямая аллюзия на катастрофу в Чернобыле). Большая часть людей укрылась в сверхсовременных высокотехнологичных городах будущего. Футуристичный город Нео-Кобе, связаный с остальным миром одним единственным мостом, как раз одно из таких последних пристанищ человечества. Внешне благополучный город будущего на самом деле давно прогнил насквозь. Интриги, коррупция, низменные страсти — все это вы можете найти на его улицах в избытке.

Несмотря на то, что в первую очередь игра рассказывала детективную историю Джиллиана Сида, человека потерявшего память, который старался найти ключ к своему прошлому, тема антиутопии не терялась. Огни небоскребов соседствовали с грязью и нищетой фабричных кварталов. Безудержное веселье в телеэфире покрывало назревающий экономический кризис и замалчивало острейшие проблемы общества. Люди вокруг говорили о «демократии» и «толерантности», но в тоже время без малейших угрызений совести преступали все нормы морали и нравственности ради своих интересов. Данная игра была лишь первой ласточкой среди огромного числа благородных антиглобалистских проектов. Вот лишь несколько знаковых имен в этом огромном списке:

«Blade Runner» (1997)
«Deus Ex» (2000)
«Hard Reset» (2011)
«Neuromancer» (1988)
«Oni» (2001)
«Shadowrun» (2007)
«Snatcher» (1988—1996)
«Syndicate» (1993)
«System Shock» (1994)
«The Matrix Online» (2005)
«Deus Ex: Human Revolution» (2011)
«Syndicate Wars» (1996)
«System Shock 2» (1999)
«Watch Dogs» (2013)
«Devil may Cry» (2013)
«Mirror's Edge» (2008)

Интереснее всего, что из всех вышеперечисленных проектов ни у одного не повторяется стилистика мира. У каждой игры свой абсолютно непохожий взгляд на то, каким же будет мир победившего глобализма. Стерильный белый пластик и полное безразличие к человеческой личности в «System Shock», и как антипод, грязные техногенные гетто в «Hard Reset», где бутылка пресной воды ценится больше, чем человеческая жизнь.

Хотелось отдельно упомянуть те компоненты, из которых состоит «дивный новый мир» глобализации по версии видеоигр. Вот примерный перечень:

Обилие сверхкрупного частного бизнеса (транснациональные корпорации).

Тотальная слежка за всем и каждым (видеокамеры, Интернет-мониторинг, перлюстрация почты, прослушка телефонных разговоров, сбор доносов и проч.).

Марионеточные безвольные лидеры.

Непрерывно обрабатывающие умы людей СМИ.

О последнем хотелось бы сказать особо. Не секрет, что подавляющее большинство людей напрямую заимствует свое мнение из СМИ (в некоторых случаях составляет на основе услышанной информации). И вопросы «Что говорить?» и «Как говорить?» — сегодня одни из самых острых. Именно благодаря газетам и радио, а впоследствии, телевидению и Интернету, мы имеем тот современный мир, какой он есть сегодня. Понятие «информационной войны» знакомо в наши дни даже школьнику. Но кто эту войну ведет, и против кого? Данная тема регулярно иронично обыгрывается в видеоиграх. Например, в недавней «Devil may Cry» телевидение на первый взгляд предстает в своей привычной ипостаси — новости, реклама, телефильмы. Вот только игра рассказывает про охотников на демонов, и при прохождении выясняется, что телевидение — это тюрьма. Тюрьма для демонов. Построенная другими демонами. Жадность, эгоизм и лень удерживают в кандалах лжи анархию, жестокость и гнев.

Надо сказать, СМИ в долгу не остаются. Гневные репортажи про сошедших с ума школьников, попытки увязать действия фашиствующего террориста Брейвика с видеоиграми, и прочие комья грязи регулярно летят с телеэкранов. Возможно, именно этим объясняется почти полное отсутствие позитивных репортажей о видеоиграх на телевидении в Европе и США. В странах азиатского региона (Китай, Корея, Япония и другие) благодаря цензуре и строгому контролю правительства, наполнение телеэфира гораздо более здравое, и такого противостояния нет.

Рядовой индивид в глобализованом мире видеоигр играет особую роль. Единого мнения о том, каким ему быть, естественно, нет. Сколько творцов — столько и мнений. Но ряд закономерностей можно выделить:

Возросший инфантилизм. Люди во всем полагаются на технологии/правительство/деньги/идеологию (нужное подчеркнуть), но только не на себя.

Разобщенность общества. Принцип деления — любой. Богатые — бедные, здоровые — больные, кибернетизированные — живущие без имплантов и т.д.

Падение морали и нравственности, влекущее за собой деградацию личности. Еда, одежда и секс — цель номер один. Старые ценности и идеалы подвергаются жесткому осмеянию или преданы забвению.

Продолжительность жизни неумолимо снижается, но об этом все молчат. Ибо восстанавливать экосреду реально дорого, а покупательной способности у стариков почти нет (в обществе потребления, коим является глобализованный мир, это ключевые факторы).

Нулевая позитивная этническая идентичность. Человек не относит себя к какому-либо этносу, а декларирует космополитическую (я — азиат, я — европеец, я — гражданин мира) или гражданскую (я — демократ, я — коммунист) идентичность.

В совокупности данные факторы (уже существующие и в полной мере развивающиеся) формируют довольно безрадостную, а главное, пугающе до-

стоверную картину нашего недалекого, глобализованного будущего. Но, что удивительнее всего, среди все тех же видеоигр стало зарождаться встречное движение, направленное на противостояние глобализации — национальные школы игр.

Сохранение этнической идентичности в области видеоигр

Начнем с определения этнической идентичности. Этническая идентичность — составная часть социальной идентичности личности, психологическая категория, которая относится к осознанию своей принадлежности к определенной этнической общности. В ее структуре обычно выделяют два основных компонента — когнитивный (знания, представления об особенностях собственной группы и осознание себя как ее члена на основе определенных характеристик) и аффективный (оценка качеств собственной группы, отношение к членству в ней, значимость этого членства). Также выделяют различные измерения этнической идентичности:

— моноэтническая идентичность со своей этнической группой, когда у человека преобладает позитивный образ своей этнической группы при позитивном отношении к другим этносам;

— изменённая этническая идентичность человека, живущего в полиэтнической среде, когда чужая этническая группа расценивается как имеющая более высокий статус (экономический, социальный и т. п.), чем своя. Это характерно для многих представителей национальных меньшинств, для иммигрантов во втором поколении;

— полиэтническая идентичность, когда человек, живущий в полиэтнической среде, владеет обеими культурами и осознает их как одинаково позитивные;

— маргинальная этническая идентичность, когда человек, живущий в полиэтнической среде, не владеет в достаточной мере ни одной из культур, что приводит к внутриличностным конфликтам (ощущение неудачливости, бессмысленности существования, агрессивность и т. д.);

— слабая (или даже нулевая) этническая идентичность, когда человек не относит себя к какому-либо этносу, а декларирует космополитическую (я — азиат, я — европеец, я — гражданин мира) или гражданскую (я — демократ, я — коммунист) идентичность.

С другой стороны, в мире все активнее идет процесс глобализации. Под данным термином следует понимать следующее: «Глобализация — процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Глобализация представляет собой процесс втягивания мирового хозяйства, совсем недавно понимаемого как совокупность национальных хозяйств, связанных друг с другом системой международного разделения труда, эконо-

мических и политических отношений, в мировой рынок и тесное переплетение их экономик на основе транснационализации и регионализации. На этой базе происходит формирование единой мировой сетевой рыночной экономики — геоэкономики и её инфраструктуры, разрушение национального суверенитета государств, являвшихся главными действующими лицами международных отношений на протяжении многих веков. Процесс глобализации есть следствие эволюции государственно оформленных рыночных систем» (Википедия).

Но если в сфере политики и экономики мы можем говорить именно о глобализации, то в области культуры данный процесс все больше и больше приобретает оттенок американизации. Люди смотрят фильмы, снятые в Голливуде, носят одежду американских марок (и как следствие американского фасона), слушают американскую музыку и т.д. Но, самое главное, через различные сферы культуры им навязываются, американский образ мысли и американские ценности. И воздействие не проходит бесследно. В большинстве случаев это ведет к размыванию рамок этнической идентичности. Люди начинают все больше и больше отдаляться от своей родной культуры, при этом так и не перенимая культуру Америки до конца. Фактически человечество начинает получать целые поколения «Иванов без родства» с маргинальной, а то и нулевой этнической идентичностью. В отрасли видеоигр данный вопрос стоит особенно остро. Более 50% видеоигр от общего количества в год, создается на территории США. Единственной страной, по настоящему успешно противостоящей этой культурной ассимиляции, является Япония.

Продемонстрируем на примере этой страны противостояние процессу американизации в формате видеоигр. Оно основано на трех слагаемых.

Первым, и наиболее действенным средством для противостояния глобализации, является обращение к национальной культуре. Начиная от исторических событий и заканчивая элементами национального костюма. При грамотном использовании это придает проекту характерный стиль и узнаваемость. Наиболее простой способ — обращение к истории. Исторические боевики (Dynasty Warriors), стратегии (Total war Shogun) и даже детские аркады (Mini ninjas) — все пользуется огромной и вполне заслуженной популярностью. Но что особенно важно, вовсе не обязательно использовать фрагменты национальной культуры целиком. Никто не запрещает брать и отдельные элементы. Например, образ Рейдена из Metal Gear Rising, хоть он и является наемником киборгом, живущим в 2018 г., все равно имеет чисто «японские элементы» — протез его челюсти имеет феноменальное сходство с традиционной маской — «Мэнгу», которая является неотъемлемой частью самурайского шлема. И на этом сходство не заканчивается, а только начинается, — жизненные принципы, чувство юмора, даже его контроль над эмоциями несут на себе глубокий отпечаток японской культуры, что исподволь формирует у молодежи позитивную этническую идентичность, формирующую чувство национальной гордости и

патриотизма. С другой стороны, авторы совершенно спокойно используют западные элементы — одежду, оружие, средства передвижения и проч. Главная идея первого слагаемого — твердый культурный «стержень» вокруг которого будет выстраиваться весь продукт.

Характерное, не похожее на других изображение и подача материала — второе слагаемое, необходимое для успешного противостояния процессу глобализации. Знаменитый стиль «аниме» — один из лучших примеров данной составляющей. В чем же особенность этого стиля? Малознакомые с аниме люди среди основных признаков данного визуального стиля обычно в первую очередь упоминают неестественно большие глаза персонажей. На самом деле существующий стиль возник под сильным влиянием западных традиций мультипликации: Осаму Тэдзука, считающийся основоположником данного стиля, был вдохновлён персонажами американских мультипликационных фильмов, такими как Бетти Буп, Микки Маус и Бэмби. Аниме-персонажи выделяются не столько размером глаз, сколько вниманием, уделённым детализации глаз по отношению ко всему остальному лицу. Нос и рот обычно изображаются несколькими волнистыми линиями, за исключением моментов, когда персонаж говорит. Тем не менее, существуют произведения, в которых используется «реалистичный» рисунок — нос, рот и скулы равно с прочими деталями лица изображаются и затеняются с большей точностью, например, в аниме-фильме 1998 г. «Оборотни» (Jin Roh: The Wolf Brigade).

По глазам часто можно сделать вывод о персонаже в целом. Они обычно отражают возраст и открытость персонажа. Положительные, весёлые, дружелюбные главные герои часто изображаются с большими, блестящими, полными жизни глазами; замкнутые, мрачные или отрицательные имеют глаза суженные, иногда полузакрытые или оттенённые чёлкой — часто их рисуют похожими на глаза какой-нибудь зоркой хищной птицы или змеи; хитрые или подчёркнуто-вежливые персонажи имеют глаза лисицы — как бы всё время закрытые, будто персонаж постоянно улыбается, однако примерно такие же по форме могут иметь и обыкновенные сони; если персонаж не является романтическим, но при этом не злой, хитрый или замкнутый, художники могут снабдить его достаточно большими глазами, но с маленькими зрачками-точками; кроме того, если персонажа вдруг лишают магическим способом воли или даже души, его глаза теряют блеск и становятся безжизненными — из них исчезают все блики. У детей глаза обычно изображены очень большими, старики же (за крайне редким исключением) имеют глаза маленькие, с маленьким зрачком. Очки являются дополнительным средством выразительности, являясь непременным атрибутом эрудитов (в противовес эксцентричным гениям), различных скромниц или парней-ботаников (отаку). Очки чёрные, цветные или нарочито-блестящие, всевозможных форм и размеров, украшают лица, пожалуй, одной четверти всех известных аниме-персонажей, являясь их «изюминкой».

Волосы в аниме обычно состоят из отдельно прорисованных прядей. Причёски персонажи могут иметь самые разные, порой диковинной формы и цвета. Волосы, а также детали одежды персонажей, зачастую подчиняют ветру или инерции, заставляя их несинхронно двигаться при перемещениях персонажа. Волосы различных цветов изначально были способом «персонифицировать» героев, сделать их заметно различными. Сегодня, когда образы персонажей прорабатываются вплоть до мельчайших деталей лица и манер поведения, разноцветные волосы не являются необходимостью, скорее — традицией. Кроме того, цвет волос часто отражает характер персонажа. К примеру, рыжие волосы являются характерным индикатором вспыльчивости (Аска из сериала «Евангелион», Лина Инверс из сериала «Рубаки»). Светлые волосы также указывают на иностранное происхождение героя, поскольку большинство японцев имеют тёмные волосы. Отдельно стоит упомянуть осветлённые волосы, как часть стереотипа хулигана или эксцентрика — выше уже упоминалось, что абсолютное большинство японцев имеет тёмные волосы, и осветление — это наиболее эффективный способ для кого-то выделиться из общей массы в школе и на улице.

Поскольку аниме-сериалы обычно демонстрируются на телевидении с частотой около серии в неделю, для их создания задействуют штат из сценариста, режиссёра, дизайнера и нескольких десятков аниматоров. Кроме того, чтобы укладываться в график выхода, по-возможности, без потери качества, используются так называемые «приёмы ограниченной анимации». Они включают в себя перерисовку отдельных частей рисунка с сохранением бóльшей части картинки неизменной, статические задние планы, упрощённые формы передачи эмоций.

Передача эмоций в аниме является поводом для отдельного разговора. Помимо традиционных для аниме видов проявления чувств персонажем — изменением выражения лица или тона его голоса, используется ряд других приёмов. Эмоции могут изображаться подчёркнуто нереалистично, гипертрофированно — персонажи говорят с закрытыми глазами, чтобы передать безапелляционность, или принимают картинно демонический вид, когда проявляют гнев. В комедийных ситуациях, с целью показать несерьёзность чувства, применяются пиктограммы, такие, как картинка «капельки пота» или «вздувшихся вен», возникающие поверх головы героя, либо в рамочке над ней.

Помимо «серьёзного» рисунка существует также популярный стиль «тиби» или «super-deformed» (SD), в котором персонажи изображаются упрощённо, с непропорционально большими головами и глазами в пол-лица. Обычно стиль SD применяется в комедийных ситуациях, поскольку выдаёт явную несерьёзность, пародийность происходящего. Тем не менее, существуют сериалы, целиком сделанные в такой манере; здесь подобный стиль используется, чтобы создать симпатию к «маленьким и пушистым» главным героям. Так, например, в комедийном сериале «Yamato Nadeshiko Shichi Henge» главная героиня 90 %

экранного времени проводит в своей тиби-форме, ведя себя так, словно совершенно не от мира сего. Другие же персонажи, являясь более адекватными, изображены, соответственно, вполне обычными.

Третьим по списку, но далеко не по значимости, является всесторонняя поддержка и развитие своего продукта. Различные произведения (фильмы, книги, комиксы, статуэтки, песни и видеоигры) должны раскрывать вселенную вашего произведения под разными углами. Лучшим примером подобного развития может служить знаменитая серия игр Final Fantasy. Впервые появившись в 1987 г., игры этой линейки и по сей день остаются всемирно признанным эталоном в жанре JRPG (подвид ролевых игр). Во многом это обусловлено именно всесторонней поддержкой бренда. В поддержку этих видеоигр были сняты 2 фильма (Final Fantasy: Spirits within 2001 и Final Fantasy: Children advent 2005), мультфильм Final Fantasy: Crystal story 1994, аниме-сериал Final Fantasy: Last Order 2005, создано огромное количество фигурок и другой сувенирной продукции, издано трудноисчислимое количество комиксов и книг, выпущено 4 диска с музыкой. Фактически, любой, кто столкнется с этой серией, может не просто узнать одну историю, а полностью погрузиться в ее мир. Данный прием не только финансово выгоден, но и позволяет глубже раскрыть образы героев.

И последнее. Надо также помнить, что все три перечисленных слагаемых бессильны, если не соблюден должный уровень качества. Как не имеет смысла соревнование лошади и гоночного автомобиля в скорости, так также бессмысленна попытка удивить зрителя картонными декорациями и кукольными пришельцами в век компьютерной графики. В случае видеоигр минимальный современный стандарт звучит так: разрешение изображения 1920*1080, продолжительность игры не менее 6 часов (исключение для мобильных платформ, там минимум — 2 часа), отсутствие грубых программных ошибок (багов), адекватная сложность прохождения (игру должен мочь пройти кто-то еще кроме ее создателей). Если хотя бы один из стандартов не соблюден — конкурентоспособность проекта начинает стремиться к нулю.

Положение дел в России

Оно крайне противоречиво. С одной стороны, России грех жаловаться на поздний приход в эту область. Можно сказать, русские стояли у истоков целого жанра. Именно в России был создана всемирно известная игра «Тетрис». В России 6 июня 1984 г. Алексеем Пажитновым была создана первая рабочая версия этой головоломки. Несмотря на лаконичность форм, национальный элемент в ней присутствовал на все 100%. Достаточно вспомнить оригинальную закадровую музыку. Это была абсолютно не измененная и не адаптированная, русская народная мелодия песни «Коробейники». Отзывы западных «игроков» были

только положительные — люди оценили и задумку и исполнение. Музыкальное же сопровождение удостоилось таких эпитетов как «запоминающееся» и «атмосферное». Имеются и примеры успешного использования исторического материала в играх военной тематики. На территории СНГ была создана целая плеяда отличных стратегий, тематически связанных с военной историей России. А именно: «Казаки», «Вторая Мировая», «Блитцкриг», «В тылу врага» и прочее.

Наличествует (хоть редко, но все-таки оно есть!) и творческое использование элементов русской культуры. Чаще всего это происходит в играх, имеющих в виде первоисточника российскую фантастику. Пример — сверхуспешный проект STALKER, исходным материалом для которого послужил рассказ братьев Стругацких «Пикник на обочине». Каждый персонаж игры весьма колоритен, но при этом игра не переходит ту тонкую грань, которая отделяет национальную самобытность от гротескных западных стереотипов в восприятии славян. С другой стороны, имея богатейший материал для работы и сотни талантливых людей, отечественная игровая индустрия порой умудряется выдавать проекты столь низкого уровня, что их стыдно вспоминать («Сталин против марсиан», серия игр «Петька», «ВДВ» и прочее). Знаковые же продукты, о которых говорилось выше, можно перечислить по пальцам одной руки…

В плане визуального стиля ситуация также двойственна. Имея богатейшее наследство виде советской школы мультипликации, являясь родиной настоящих мэтров анимации, Россия так и не смогла создать свой современный популярный визуальный стиль. Большая часть современных российских анимационных студий идет по пути слепого копирования западной мультипликации. Из вышедших в последнее десятилетие массовых продуктов хоть какой-то самобытностью обладали лишь «Щелкунчик и мышиный король», 2004, «Князь Владимир», 2004, грядущий мультфильм студии «Мельница» «Крепость» (выход запланирован в 2014 г.). Есть также движение арт-хаусной (авторской) мультипликации — фестивальные мультфильмы, анимация для взрослых, психоделические картины и проч. Но существенного влияния на медиа-индустрию и общество такие узкоспециализированные продукты никогда не оказывают. К тому же крайне малый объем по времени самих произведений и их весьма скромное количество еще больше нивелируют их значимость для общества в целом. При этом рынок отечественной мультипликации наводнен однообразной примитивной «жвачкой» (цикл мультфильмов компании «Мельница» о богатырях, «Смешарики», «Лунтик» и т.п.). Имея примитивнейший рисунок и давящую на психику детей кислотную цветовую гамму, данные продукты несут или изначально космополитическую направленность, как те же «Смешарики», или выставляют русских потными мускулистыми деградантами, любящими низкопробные шутки (серия игр про богатырей). Что самое печальное, из-за массированной агрессивной рекламы в СМИ и отсутствия достойных конкурентов данные франшизы крайне успешны.

Пиара отечественной продукции просто нет. Тот же «Князь Владимир», не смотря на более чем положительные оценки критиков и хорошие экономические показатели (сборы 5,39 млн. долларов), никак не раскручен российской медиа-индустрией: ни видеоигр, ни книжек, ни даже диска с песнями. Практически все современные проекты в России (за исключением суперкоммерциализированных «Смешариков») разрозненны, не связанны друг с другом. И подобное положение дел не только печально, но и просто финансово не выгодно. Люди банально успевают забыть о проекте, и к моменту выхода следующей части снова требуются огромные вложения в рекламу, сравнимые с раскруткой нового проекта.

В совокупности мы получаем довольно безрадостную картину по всем трем направлениям. Имея огромный потенциал, богатейшее культурное наследие и громадные людские и финансовые ресурсы, Россия продолжает буксовать на уровне 1990-х гг. XX века. И не стоит недооценивать эту проблему. Отсутствие качественного массового медиа-продукта, формирующего позитивную национальную идентичность у детей и молодежи, а через них — воспитывающую исподволь патриотизм, приводит к засилью американской продукции во всех областях нашей культуры. Фактически перед нами до сих пор стоит нерешенная проблема восстановления и переосмысления российской массовой культуры, возникшая после развала Советского Союза.

В этой связи особенно важно обратить внимание на видеоигры — одно из самых молодых и одно из самых динамично развивающихся направлений искусства. Будучи изначально продуктом глобализации, сегодня они могут стать ключом к возрождению национальной культуры. И только от нас зависит, чем они станут — еще одним гвоздем в крышку гроба национального самосознания или наоборот, «живой водой», которая вернет к жизни нашу медиа-индустрию.

АННОТАЦИИ

Н. Хренов

РОССИЙСКИЕ МЕДИА В ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТИЛЕТИЯ:
ОТ РЕНЕССАНСА К КРИЗИСУ

Автор анализирует эволюцию российских медиа (пресса, печать, телевидение, кино, радио, реклама, Интернет) 1990-х—2000-х. Свобода медиа — следствие свободы общества, но медиа активно формулировали общественное мнение. Медиа 2000-х пытаются пользоваться языком 1990-х, тогда как общество сильно трансформировалось; между медиа и обществом возникло противоречие, кризис. Сегодня Россия осваивает Интернет и пытается осмыслить последствия нового взрыва, возникающего в результате появления Интернета.

Ключевые слова: российские медиа, свобода общества, трансформация общества, противоречие, Интернет.

А. Яковлева

ИНТЕРНЕТ-ЭРА В РОССИИ:
НОВАЯ МОДЕЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ?

Автор анализирует влияние Новых медиа на социальные общественные процессы. Вывод: интернет-эра в развитых странах Запада, при всех метаморфозах, развивает и углубляет западный тип культуры, а в России — российский. При сломе времен на российской почве, когда нормой стало всё, прежде аномальное, девиантное и просто преступное, эти «аномичные нормы» расцвели именно благодаря своей новизне и свойственным русскому менталитету крайностям.

Ключевые слова: Новые медиа, страны Запада, тип культуры, Россия, норма, аномальное, менталитет.

О. Жукова

ГРАНИЦЫ ЭСТЕТИЧЕСКОГО:
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРЕЦЕДЕНТЫ
В РОССИЙСКОМ МЕДИЙНОМ И ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

Автор рассматривает современную Россию входящей в глобальный мир, развивающий постиндустриальную цивилизацию. Время-пространство культуры структурировано неоднородно, создавая принципиально мозаичный образ современного мира, и телевидение отвечает языком «коллективного бессознательного», творя новый-старый культурно-политический и эстетический миф. Целостность этого мифа до некоторой степени удерживает общество от социального хаоса и распада, но удерживает его в старой социально-исторической матрице.

Ключевые слова: Россия, постиндустриальная цивилизация, культура, телевидение, коллективное бессознательное, миф, социально-истическая матрица.

Т. Шеметова

КАРТИНА МИРА КАК ВИДЕОСФЕРА В СОВРЕМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Автор стремится определить понятия видеосферы, найти инструменты для ее описания, построить визуальную модель. Понятие «сфера» имеет признак глобальной сложно организованной структуры, в которой живет человек. Ее параметры: опора на визуальный образ, или иконический знак; этот визуальный образ субъективен; видеосфера связана с дополненной реальностью. При развитии высокотехнологичного тренда дополненной реальности человек может впасть в зависимость от этого тренда.

Ключевые слова: видеосфера, структура, человек, субъективный визуальный образ, дополненная реальность.

А. Шариков

ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ ПОКАЗА И ПРОСМОТРОВ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2000-2012 гг.

Эта статья — социологические ответы на вопросы. Влияют ли технологические и социально-культурные изменения в системе телевидения на параметры телесмотрения? Влечет ли за собой рост числа телеканалов увеличение времени телепросмотра, поскольку зритель получает более широкий спектр телепрограмм? Влияет ли расширение объёма показа того или иного типа программ в совокупности принимаемых телеканалов на рост времени просмотра телезрителями данного типа контента?

Ключевые слова: замер телеаудитории, телеканалы, телесмотрение, спектр телепрограмм, объем показа, тип контента.

Е. Петренко

КАК ВИДИТСЯ НЕДАВНЕЕ ПРОШЛОЕ ИЗ НАСТОЯЩЕГО

Автор пользуется результатами опросов ФОМ. Российские события конца XX века, круто изменившие траекторию развития страны, вызывают постоянный интерес в обществе. Этот интерес обусловлен и потребностью россиян осмыслить нынешний статус России, что побуждает переоценивать прошлое. Важную роль играет преемственность нынешней Россией по отношению к достижениям и идеалам России советской, что невозможно без оценки, переосмысления событий двух последних десятилетий века двадцатого.

Ключевые слова: опросы ФОМ, конец XX века, переоценка прошлого, преемственность, переосмысление.

Е. Дуков

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СЕТИ

Автор исследует воздействие компьютера на быт и привычки человека и для этого подразделяет «интернетчиков» на дюжину групп: гуру, пионеры, странники, основная масса, опытные пользователи, работники, общительные, социально активные, поисковики, осваивающие. В норме, место думающего зрителя у нас пока занимает фланёр или покупатель, человек, который в любом случае расстратчик — денег, времени, своей жизни. Когда же, наконец, он созреет?

Ключевые слова: компьютер, человек, «интернетчик», потребитель, покупатель.

Ю. Стракович

ПОГРУЖЕНИЕ В ХАОС:
ПАРАДОКС ВЫБОРА И ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО МУЗЫКАЛЬНЫМ ДЖУНГЛЯМ

Цифровая революция открыла настоящую эпоху изобилия, что очевидно и на примере музыкальной культуры. Так, в XXI веке оказались созданы все возможности, чтобы делать качественные записи без больших финансовых затрат. Это породило взрывной рост числа выпускаемых музыкальных работ, исчезли практически все ограничения в производстве и распространении, возникло огромное перепроизводство музыкальных произведений. Способа преодолеть информационный хаос техническими средствами нет до сих пор.

Ключевые слова: цифровая революция, музыкальная культура, число произведений, перепроизводство, информационный хаос.

С. Стахорский

АРХАИЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧЕВОЙ СРЕДЕ
(крылатые выражения, личные имена, обсценная лексика)

Архаические паттерны имеют три основных признака: устойчивость, повторяемость и повсеместность. В языке такими свойствами обладают фразеологизмы, крылатые выражения, присказки, пословицы, поговорки. Если обнаруживается их древнее происхождение, то они могут быть отнесены к паттернам архаического типа. Древние паттерны свидетельствуют о том, что мир архаики и мир цивилизации, разделенные в историческом времени веками и тысячелетиями, в культурном измерении постоянно соприкасаются.

Ключевые слова: древние паттерны, фразеологизмы, архаика, цивилизация, тасячелетия.

О. Строева

ЗНАКОВАЯ ПЕРСПЕКТИВА КАК ОТРАЖЕНИЕ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ

Безграничный поток визуальной информации снизил способность видения вещей, и при восприятии изображений работают стереотипы сознания. Абстракционисты показали предел изобразительности, а само изображение избавили от видимого. Все позднейшее было попыткой вернуть видимость вещам, однако «концепция» как новый принцип искусства закрыла снова непосредственность видения. Благодаря технологиям и визуальной информации видно, как человеческое восприятие вновь оперирует современными иероглифами и магическими рунами.

Ключевые слова: визуальная информация, видение вещей, стереотипы сознания, непосредственность видения, иероглифы, руны.

Е. Сальникова

ВЗГЛЯД СОВРЕМЕННОГО КИНО НА МАССМЕДИА.
ТЕХНИКА И ЕЕ ГЕРОИ

Данная статья представляет собою обзор наиболее очевидных и понятных истолкований западным художественнным кинематографом роли и функций техники аудио-визуального запечатления мира и в целом массмедиа на рубеже XX-XXI столетий. Обращаясь как к выдающимся произведениям арт-хаусного кино, так и к заурядной, чисто развлекательной кинопродукции, автор старается ограничиться фильмами, претендующими на отображение именно современного реального мира.

Ключевые слова: фильм, фотокамера, кинокамера, видеокамера, компьютер, интернет-общение.

В. Руднев

ТЕЛЕЭКРАН В КИНОЭКРАНЕ: ИДЕИ ВОЗДЕЙСТВИЯ

Автор анализирует идею воздействия, какою она видится с точки зрения психиатрии и какою она предстает в кинофильмах. В качестве примера автор рассматривает в основном фильм Андрея Тарковского «Зеркало». Основные параметры воздействия – процессы коммуникации, инициации, интимизации и т.д.

Ключевые слова: кинофильм, психиатрия, коллективное бессознательное смерти, индивидуальное бессознательное смерти, коммуникация, инициация, интимизация.

О. Мороз

ШОК И ДРАМА:
МОКЬЮМЕНТАРИ-ЭКСПЕРИМЕНТЫ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Автор рассматривает проблему мокьюментари для российского медийного пространства, стараясь выяснить, ни служит ли мокьюментари еще одним методом нагнетания режимного контроля. Для западного мокьюментари сопротивление выглядит не-повиновением, демонстрируя изъяны окружающего мира и говоря истину о нас самих. В этом отношении и аналитическая и ироническая интенции псевдодокументального дискурса в его российском варианте сильно уступают мировому «стандарту качества».

Ключевые слова: мокьюментари, медийное пространство, режимный контроль, сопротивление, псевдодокументальный дискурс.

М. Бойко

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ХАРАКТЕРОВ ЭКРАННЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ
(на материале телесериала «Твин Пикс»)

Опираясь на семиотические исследования, автор пытается описать вселенную «Твин Пикс». Почему миллионы человек настойчиво пытаются проникнуть в тайны вымышленного американского городка? «Твин Пикс» — это художественный мир, где вперемежку с персонажами действуют субперсонажи; это расщепленная психика изнутри. Вывод: вселенная «Твин Пикс» — это необыкновенный художественный мир, где значительная часть персонажей являются частями психики других персонажей.

Ключевые слова: семиотика, субперсонажи, расщепленная психика, алгодоноры, алгофаги, гармонобозия.

Д. Журкова

УБИЙСТВЕННАЯ СИЛА КЛАССИЧЕСКОЙ МУЗЫКИ:
СОВРЕМЕННЫЕ КИНОГЕРОИ И ИХ МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРИСТРАСТИЯ

Автор статьи исследует сопоставление двух, казалось, несопоставимых понятий — классическая музыка и насилие. Оба понятия — универсальны, заключая проблемы и смыслы, неизменно актуальные; вопрос в привычке воспрнимать эти категории на противоположных полюсах социального мира. Однако особенно на киноэкране, существует устойчивая тенденция сближения классической музыки с миром насилия, фиксирующая не только неожиданные точки пересечения, но и характерные сдвиги, происходящие в обществе.

Ключевые слова: кино, насилие, жестокость, катарсис, нетривиальные ассоциации, художественная культура, классическая музыка.

Г. Шестаков

«БУРАНОВСКИЕ БАБУШКИ» В ЭПИЦЕНТРЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ГЕОПОЛИТИКИ

За шесть десятилетий конкурс песни «Евровидение» собрал вокруг себя множество устойчивых мифов, которые постоянно транслируются различными информационными ресурсами, нечасто подвергаясь критическому анализу. Такой анализ и предпринял автор статьи, стараясь раскрыть главный парадокс «Евровидения»: почему «старомодное», «невзыскательное», «конъюнктурное» телевизионное шоу — в тройке самых рейтинговых телевизионных продуктов в мире, постоянно демонстрируя поразительную способность регенерировать большинство своих эстетических, технологических и коммуникационных компонентов.

Ключевые слова: Евровидение, миф, старомодный, парадокс, телевизионный продукт, музыкальный формат, сетевые технологии, удмуртская традиционная культура.

Е. Николаева

ФРАКТАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ БЕСКОНЕЧНОСТИ: ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗЫ НА КОМПЬЮТЕРНОМ ЭКРАНЕ

Автор анализирует т.н. фрактальное искусство, основанное на фрактальной геометрии (описании бесконечных самоподобных структур). Воспроизводство самоподобной фрактальной формы принципиально незавершимо. Цифровому фрактальному искусству, создаваемому с помощью специальных компьютерных алгоритмов, присуща художественная образность особого типа, в которой оказывается возможным построение сложно организованных, вложенных «бесконечных» пространств. Исключительно свойство фрактального искусства — визуализация и сенсуализация бесконечности как механизма и результата конструирования художественно опосредованной реальности.

Ключевые слова: фрактальность, самоподобные структуры, компьютерные алгоритмы, вложенные пространства, визуализация бесконечности, сенсуализация бесконечности.

А. Деникин

СПЕЦИФИКА МУЛЬТИМЕДИА И ЭВОЛЮЦИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Автор анализирует мультимедиа как разновидность современной культуры. Это особая «кинестетическая культура», где аудиовизуальные медиасредства выступают в качестве интерфейсов для информационного и социального взаимодействия пользователей. Это активно утверждающий себя новый вид

культуры, в которой ценностными становятся вопросы соучастия, совместного пользовательского действования, производства значений и смыслов при помощи активного пользовательского манипулирования информацией. Наконец это, прежде всего, современная цифровая технология.

Ключевые слова: мультимедиа, кинестетическая культура, интерфейс, взаимодействие пользователей, манипулирование информацией, цифровая технология.

Ю. Богров

ВИДЕОИГРЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

(Эссе)

Автор рассматривает компьютерные игры как возможный полноценный вид искусства, давая краткий обзор становления видеоигр как искусства, анализ образов глобализованного мира в видеоиграх, описание механизмов эффективного сохранения этнической идентичности в видеоиграх на примере Японии, анализ видеоигр в России. Автор считает, что видеоигры — одно из самых молодых и динамично развивающихся направлений искусства. Изначальный продукт глобализации, видеоигры могут возродить национальную культуру.

Ключевые слова: видеоигры, вид искусства, этническая идентичность, продукт глобализации, национальная культура.

Богров Ю. С. — студент Московского педагогического государственного университета. Бойко М. Е. — аспирант ГИТР им. М.А. Литовчина.

Гамалея Г. Н. — кандидат искусствоведения, профессор ГИТР им. М.А. Литовчина.

Деникин А. А. — кандидат культурологии, доцент ГИТР им. М.А. Литовчина.

Дуков Е. В. — доктор философских наук, зав.отделом массовых жанров ГИИ, Главный редактор ж-ла «Художественная культура».

Жукова О. А. — доктор философских наук, профессор Московского педагогического государственного университета.

Журкова Д. А. — кандидат культурологии, старший научный сотрудник ГИИ.

Мороз О. В. — кандидат культурологии, преподаватель РГГУ.

Николаева Е. В. — кандидат культурологии, доцент Московского государственного университета дизайна и технологии.

Петренко Е. С. — кандидат философских наук, Директор по исследованиям Фонда «Общественное мнение».

Руднев В. П. — доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник РИК.

Кузьмина В. А. — кандидат культурологии, старший научный сотрудник ГИИ.

Сальникова Е. В. — доктор культурологии, ведущий научный сотрудник ГИИ.

Стахорский С. В. — доктор искусствоведения, профессор, заведующий кафедрой теории и истории культуры ГИТР им. М.А. Литовчина.

Стракович Ю. В. — кандидат культурологии, старший научный сотрудник ГИИ.

Строева О. В. — кандидат философских наук, профессор ГИТР им. М.А. Литовчина.

Хренов Н. А. — доктор философских наук, профессор, зам. директора по науке ГИИ.

Шариков А. В. — профессор, кандидат пед.наук, НИУ «Высшая школа экономики», советник МТРК «Мир», член Группы европейских исследователей аудитории.

Шеметова Т. Н. — кандидат культурологии, доцент ГИТР им. М.А. Литовчина.

Шестаков Г. Ю. — кандидат исторических наук, шеф-редактор телеканала «Россия».

Яковлева А. М. — кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник РГБ.

Научное издание

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ № 10

Научный журнал

Выпускающий редактор — Г. Н. Гамалея
Научный редактор — Е. В. Дуков
Зав. РИО — Т. М. Лукова
Компьютерная верстка — В. Д. Эвалльё
Корректор — И. В. Беленький

Ответственный за печать — И. Л. Вагин

Подписано в печать 09.12.2013
Усл. печ. л. 16,25. Тираж 500 экз.

Отпечатано в Издательском центре
Гуманитарного института
телевидения и радиовещания
им. М. А. Литовчина (ГИТР)

Контактная информация:
8 (495) 7213855, 8 (499) 2381975,
www.gitr.ru, www.mediaschool
119180, Москва, Бродников пер., 3