

СОДЕРЖАНИЕ

От шеф-редактора альманаха «Наука телевидения».....	5
--	---

I. ИСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИЗЫСКАНИЯ

Дуков Е. Номо новус: интериоризация медиа	8
Гамалея Г. Аномия отечественного телепространства: смена оптики	21
Мальковская И. Зеркало и экран: культура различия и социальное пространство сходства	34
Сальникова Е. Между глиной и интернетом	46
Телегин С. Телевидение как средство создания коллективных мифов	64
Закарян Г. Телесериал как инструмент воздействия на индивида	73
Кулакова И. Компьютер: новые стратегии создания текстов и коллекционирования образов	84
Стракович Ю. Фрагментация культуры в цифровую эпоху: угроза или благо?	100
Кузьмина В. Станный урожай, храм шамблы и Св. Альберт Хофманн: психоделия в цифровом информационном пространстве	116
Жукова О. Медиареальность современной культуры: производство повседневности	124
Багратион-Мухранели И. СМИ и мифы о Кавказе	132
Леонтович О. Проблемы интерсемиотического перевода	144
Марданян-Закарян Л. Телевидение и мода улиц: Москва 2010	158
Николаева Е. Сквозь пиксели к образам и обратно: пиксель-арт по разные стороны экрана	175

Сергеева О. Мир социальных сетей: опыт виртуальной этнографии на материале в контакте.ru	199
---	-----

II. НАБЛЮДЕНИЯ НАД ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ

Ермакова Е. Режиссура как эмоциональный каркас фильма	212
--	-----

Верижников А. Жажда простоты: интернет, комикс-кинематограф и powerpoint как возвращение к культуре петроглифов	224
--	-----

Зиннурова А. Семиотические проблемы музыки в экранных искусствах	231
---	-----

Дружкин Ю. И на тенистой улице я постою в тени	241
---	-----

Яковенко И. Российское кино на пороге перемен: фильмы в жанре хоррор	253
---	-----

Колотаев В. Телевизионный сериал «Вспомни, что будет»: знание будущего как угроза настоящему	262
---	-----

Халилюлин М. Образ войны как нового монстра в японской визуальной культуре	272
---	-----

Маевский Е. Японская ментальность в зеркале телевизионного детективного сериала	278
--	-----

Желтухина М. О клиповости массовой медиакультуры	283
---	-----

Шеметова Т. Клиповая культура или некоторые подходы к описанию музыкального клипа	293
--	-----

Журкова Д. Экранная жизнь неэкранных искусств	300
--	-----

Луков Вл. Шекспир на экране: «неошекспиризация» и «неошекспиризм»	312
--	-----

Мочалова В. Звук и видеоизображение: опыт российских тв-сериалов. Наблюдения над практикой	323
---	-----

Деникин А. искусство и дизайн в компьютерных видеоиграх	330
--	-----

ЧТО МЫ ВИДИМ И О ЧЕМ ДУМАЕМ ПРИ ВЗГЛЯДЕ В ЗЕРКАЛА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ЭКРАНОВ?

Седьмая, апрельская, традиционная, совместная с Государственным институтом искусствознания, научная конференция была посвящена текущим проблемам художественной культуры. Рассматривая и отыскивая решения этих проблем не только на экранных просторах отечественного телевидения и компьютера, мне показалось, что мы упорно стараемся найти СЕБЯ в этой замусоренной паутине, выявить некие закономерности этих отражений в потемках разорванного сознания авторов концептов каналов и создателей современного телепродукта.

С экранов телевидения предстает прекрасный, полный грандиозных мечтаний сказочный мир повседневности, которым публично, в «ручном режиме» ежедневно управляют главные лица государства. Освещать главные «позитивные события» в области всех направлений политики и экономики доверено только им. Исключение было сделано при освещении летних катастрофических пожаров в России. По мифологии СМИ именно они стали главными спасателями и утешителями.

В этом идеологическом «зазеркалье» единственным источником достоверной информации, как и в повседневной жизни, стали компьютерные блогеры. Благодаря им мы увидели истинную картину России в огне и ее героев, обкатку новой модели «Лада Калина», разгоны митингов и нашу жизнь без творцов истории. Этим экранам не до художественного осмысления жизни.

Компьютерный экран, несмотря на все усилия власти, остается единственным информатором, которому доверяют пользователи. Они воистину стали гражданскими Медиа. Остальное — «оптимизация, модернизация» на всех экранах — «пропагандон» и «зомболясы», как окрестили наши граждане информационную политику отечественного телевидения.

О чем думали и что обсуждали на конференции участники?

Массмедиа хоть и стали обращать внимание на новые социальные тенденции, и закономерности развития новых медиа, по-прежнему не получают от государства серьезных культурных задач и заказа на культурное просвещение.

Интересной и, безусловно, полезной была встреча участников конференции с одним из руководителей производственно-творческого объединения канала «Культура» — Аркадием Бедеровым с обсуждением

проблемы «Человек в кадре канала «Культура»: «Парадный портрет или моментальная фотография». Для просмотра и обсуждения были представлены документальные фильмы производства канала «Культура» — «Абрам и Марья» (фильм об Андрее Синявском и Марии Розановой) и первый в России документально-биографический фильм о философе, социологе, признанном в мировой науке — «Питирим Сорокин» (автор — Аркадий Бедеров).

Телевидение пытается искать новые формы и форматы, но чаще становится инструментом политехнологий, теряя при этом ценностную ориентацию и диалогичность. Об этом материалы выступлений: Е. Дукова, Г. Гамалея, И. Мальковской, О. Жуковой, В. Колотаева, и др. Оно по-прежнему не открывает сложности проблем взаимопроникновения культур, реального бытования человека в социуме, который переживает кризис культурной самоидентификации или «кризис беспочвенности», как назвал эту проблему Феликс Разумовский, ведущий одной из программ канала «Культура».

Канал «Культура» остается для зрителей «культурным заповедником». Остальное отечественное телевидение усердно штампует идеологические смыслы.

Интересными были сообщения о фрагментации культуры в цифровую эпоху (Ю. Стракович); Кавказ в мифах современных СМИ, (И. Багратион-Мухранели), идеологии японского телевидения (М. Халилюлин) и прочих многочисленных проблемах малохудожественного современного телевидения.

На конференции работали 3 секции, что позволило привлечь большее число интересных докладчиков: Ю. Дружкина, А. Деникина, О. Хвоину, И. Кулакову, Т. Шеметову и аспирантскую молодежь.

Закончились два полноценных рабочих дня конференции заседанием «круглого стола» на актуальную тему современности «Дом, который строит... а кто собственно? И для чего?», который вел доктор философских наук, профессор ГИИ, Евгений Викторович Дуков, статьей которого на эту тему, мы и открываем новый номер сборника «Наука телевидения».

Генриэтта Гамалея



**ИСТОРИКО-
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
ИЗЫСКАНИЯ**

НОМО NOVUS: ИНТЕРИОРИЗАЦИЯ МЕДИА

*Мы все время ищем Дом и не находим его.
Бенджамин Хофф. Дао Пуха*

Где бы ни жил человек, тысячелетиями он был вынужден приспосабливаться к требованиям социального целого, вписываться в социальное пространство. И жилище играло здесь одну из важных ролей, хотя долгое время не основную. Когда-то основная жизнь обычного человека протекала в местах скопления людей — в храмах, тавернах, на рынках, площадях и улицах. Здесь он занимался бизнесом, молился и развлекался, получал информацию, слушал приказы и распоряжения властей, судачил — словом, жил. Попытки уединиться в жилище встречали непонимание сограждан и могли окончиться приговором инквизиции или, в лучшем случае, магистрата. Да и сориентироваться в социальном пространстве другим способом, кроме непосредственного общения, было невозможно.

Но эта, казалось бы, незыблемая норма человеческой жизни в последние несколько веков начала давать трещину. Начиная с конца XVIII столетия романтики открывают «внутреннего человека» и одиночество как ценность. Тишина и безлюдье постепенно стали желанными гостями человека. Так прошел XX век, начался XXI. Человек по-новому почувствовал дом через известную оппозицию свое/чужое и начал обживать его как сугубо свое индивидуальное пространство. Сначала — для небольшой страты — отдельная комната, общение в ней с журналом и книгой становятся нормой быта образованного человека, а потом и общей нормой. Конечно, содержание быта со временем менялось, но на это ушел XX век, закрепивший понятие «индивидуальное жилище». Человек постепенно привыкает смотреть на свой Дом как на место личного отдыха и тем задает новую социальную норму, которая в течение двух веков становится основной во всех развитых странах.

Из нового жилища постепенно уходит все, что может помешать человеку развлекаться и отдыхать. От внешнего «закононого» мира человек отгородился портьерами. Стал жить все выше и выше: пятиэтажки сменились зданиями в девять этажей, затем этажи быстро наращивались, и скоро сооружения в сто этажей станут почти нормой. С высоты нового Дома почти невидимыми стали люди и машины на улицах, мелкими, как кустарник, — деревья. Все стало игрушечным по сравнению с хозяином дома. Физиче-

ская высота, на которую вознесся человек, оказалась пропорциональна его богатству — чем он богаче, тем выше у него жилище и тем менее заметна для него жизнь обычных граждан. Многокомнатные пентхаузы уже располагаются на уровне туч, а некогда покатые крыши многоквартирных домов выровнялись и превратились в лужайки для избранных жителей последних элитных этажей.

Вещи, населяющие дом, теряют свою прежнюю функциональность и становятся все более мелкими и незаметными, за исключением тех, которые обслуживают функцию расслабления и отдыха. Внутриквартирная среда как бы подчеркивает, что она рассчитана на индивидуальное потребление, причем не на хозяйственно-бытовое. На протяжении прошлого столетия в ней последовательно минимизировалось все, что традиционно связывалось с домашним бытом и человеческим жилищем. Вечная печь, у которой когда-то днем и ночью крутились женщины и которую обслуживали мужчины, сменилась плитой, та — СВЧ, СВЧ вот-вот сменят почти карманные аэрогрили, где можно приготовить весь обед разом, но это если хочется. О том, что не хочется, свидетельствует номенклатура комнат в новых домах — там нет кухни вообще или она соединена с прихожей, гостиной и т. д.

Конечно, это касается не всех предметов быта. Самый мощный и функционально устойчивый аппарат в современном домохозяйстве — простой электрочайник. Он почти не меняется. И сегодня он король среди домашних электроприборов. Он требует электроэнергии больше, чем пылесос и холодильник вместе взятые, не говоря уж о телевизоре и компьютере, посредством которых определяет себя нынешняя цивилизация. Сопоставления нормативных нагрузок на отдельные электроприборы косвенно показывает, без каких приборов современный человек не может обойтись, а без каких может, пусть только при определенных условиях. Почему современный человек не экономит именно на электрочайнике? Не потому ли, что он сконцентрировал в миниатюре образ и первобытного костра, и домашней печи, но в размерах, соответствующих современному их функционалу — минимум минимуму?

Зато фантастически разрослось личное пространство внутри Дома. Основное место в квартирах заняли диваны, кровати, кушетки, стулья, кресла и другие подобные индивидуальные предметы, вытеснившие разного типа скамьи, рассчитанные на группу из нескольких человек. Сидевший на такой скамье сам с большим трудом мог выйти из-за стола или сесть за него — надо было как минимум предупредить соседей. Новые дизайнерские решения придавали про-

странству небывалую индивидуальную свободу, ранее доступную (и то не всегда) лишь узкой группе привилегированных лиц. Теперь все большее количество людей могли сами решать, как двигаться, какую позу принять. Пожалуй, единственное ограничение — правила этикета, но и то действовавшие только тогда, когда человек находился в своем пространстве не один. Однако и в этом случае он заставлял или позволял общим социальным нормам играть с собственным пространством, если допускал их на свою территорию. Человек ощутил себя в Доме в роли демиурга — что хочу, как хочу, то и делаю.

Новую сторону бытового пространства создавали зеркала, распространившиеся в Европе на излете Средневековья, живущие с нами и по сию пору и все больше подчиняющие нас своим законам. С одной стороны, они укрупнили фигуру человека, позволили ему в деталях рассматривать самого себя, наслаждаться сменой своего облика, с другой, они расширили окружающее его пространство за счет предметов, чье отражение «попало в кадр» и которые без зеркала непосредственно были бы не видны. Статистика утверждает, что любой человек в среднем смотрит на свое отражение в зеркале минимум 2–3 раза в день. Он привыкает познавать себя и других при помощи так называемого «кругового зрения», ранее доступного только отдельным видам фауны. Аналогичную функцию выполняет дверной глазок. Это главный предмет, который выводит взгляд реального человека за пределы жилища, используя эффект панорамного зрения, но только одного глаза! Современный вид дверного глазка представляет собой уже миниатюрную видеокамеру. Изображение с него может быть транслировано на обычный телевизор, а инфракрасная подсветка, к тому же, помогает увидеть площадку перед глазком в полной темноте.

Что все это означает? Индивидуальное жилище предоставляет сегодня обычному человеку не только несравнимо большую свободу, чем раньше, но и возможность воспринимать окружающий мир через рецепторы, казалось бы, ему не принадлежащие. Может быть, когда-то в незапамятные времена всеми этими качествами восприятия прачеловек и обладал. Затем что-то ушло безвозвратно, а что-то осталось в латентном виде. Сегодня именно жилище помогает вернуть утерянное и расширить поле действия своих рецепторов.

Современный Дом и традиционное жилище — существа принципиально разные. Традиционное жилище — место, где обычный человек спал, готовил еду и ел, готовился к жизни, получал наставления, как вести себя в том или другом случае, и передавал свой социальный опыт другим. И делал это на виду у всех домашних, а часто и соседей. Его

дом был продолжением улицы или площади, который отгораживался только на время сна его обитателей. Сегодняшний Дом, напротив, место индивидуального отдыха от назойливого чужого внимания, место не наставлений, а наслаждений, изысканно — тонких и не очень. И индивидуальных же зрелищ. Мощь наших дверей и замков, отгораживающих это пространство, давно стала предметом шуток и анекдотов. Но даже государство, как правило, уважает закрытость жилища. Оно неприкосновенно.

Дом стал ощущаться как эпицентр формирования и функционирования иного человеческого «Я». Новый частный мир, стремящийся замкнуться, начал с успехом соперничать с местами скопления людей и превратился в основной источник новейшего вида информации, который стал именоваться то «эфирным», то виртуальным. И Дом оказался одним из важнейших центров развлечений, где опробуются и первично закрепляются новые нормы. Раньше вы искали взгляд мира на себя и с ним сверяли внутренние нормы жилища и его обитателей («Что скажет княгиня Марья Алексевна?»). Теперь внешний взгляд был не столь важен, главное рождалось в глубине частного Дома и только затем выплескивалось в отдельные точки города, как правило, находившиеся вдалеке от жилища. Ощущение реального пространства жилища сменилось нереальным, в некотором смысле искусственным, образованием нового Дома. Это искусственное образование могло вместить все, что могло быть выдуманно и представлено как «индивидуальное зрелище».

Понятие «индивидуальное зрелище» на первый взгляд кажется странным. Ведь термин «зрелище» изначально относился к коллективным действиям и охватывал события, происходившие в реальном времени и реальном же физическом пространстве, в отличие от сакральных церемоний, у которых было иное отношение к времени и пространству. Дом (пусть в первое время это была только часть жилища) был одним из традиционных мест для «не-зрелища», и то, что там происходило, обозначалось другими терминами — «видение», сон и др., отчасти тематически пересекаясь с сакральными церемониями. «Не-зрелища» с самого начала по понятным причинам оказывались только индивидуальными. Так было на протяжении тысячелетий. Но Новое время внесло существенные коррективы.

С XIX века картинка и звуки обрели неестественную ипостась — стали выдавать себя за реальность (а точнее, восприниматься как реальность), копией которой они являлись. Копия начала претендовать на место подлинника, а потом и заняла его место¹. Со следующего

XX века новое зрелище приобрело законченные формы, соединив искусственные «вещи», их «звуки», «пластику» и начав порождать из этого конструктора в разных формах другую — неестественную, «виртуальную реальность»². Граница между зрелищем в традиционном смысле слова и бывшим «не-зрелищем» была разрушена. Все стало возможным везде. Но более всего и прежде всего в пространстве Дома. Здесь оказалось возможным обустроить индивидуальный домашний быт так, как человеку представлялось правильным, т. е. регулярно выкидывать все «старое», включая традиции, и примерять новое³. Новое во всем!

Дом сегодня как никогда в прошлом наполнен звуками и образами предметов. Не столько самими предметами, а прежде всего их образами. Когда-то у каждого дома были «глаза», всюю смотрившие вовне, — окна, которые связывали внутренний мир, мир жилища с объективным внешним миром, имевшим какой-то модус объективности, с характерными выкриками уличных торговцев, спорами соседей, ржанием лошадей и т. д. Сейчас дом имеет окна, все более дорогие, но все менее функциональные. Связывают ли они внутренний мир жилища с внешним? Вряд ли, ведь мы бьемся за то, чтобы улицу вообще не слышать, да и не видеть⁴. Именно вокруг этой идеи строится реклама современных стеклопакетов. Но вместо окон у Дома появились другие глаза, правда функционально направленные внутрь — прежде всего радио, телевизор, компьютер и телефон. Они связаны с внешним миром тоненькими проводочками. Но сегодня эти предметы — главные действующие лица дома, и от их «самочувствия» во многом зависит реальное самочувствие человека. Может ли человек не переживать, когда по непонятным причинам вдруг один из этих главных приборов начинает давать сбои?

Дом впускает в себя человека, отсекает его от уличной реальности объективного мира и начинает разворачивать свои экраны, погружая пришедшего в свой темпоритм, свою цветовую и тембровую гаммы. Дом не любит улиц, дворов, площадей — словом, быта города, да и сам город. Он больше не хочет быть их продолжением. Он образует вокруг человека своеобразную скорлупу, которая прочно защищает тех, кто находится внутри его пространства. Сегодня он может даже упрекнуть человека: «Зачем ты стремишься на улицу? У меня ты можешь быть обслужен по высшему классу, чем хочешь — от фантастической пищи до крупной импортной мебели и даже машины. Не трать зря время! Лучше общайся во мне с миром! Вслушивайся в его звуки, лови его образы!» О чем ведет речь этот гипотетический дом? О каком мире? Ведь настоящий мир за окном, но оно зашторено, к тому же настоящий мир опущен на какое-то количество этажей, а звуки его сквозь

современные рамы чуть прослушиваются. Значит, дом имеет в виду только свои экраны, свою информацию, свои образы, свой мир, свои «индивидуальные зрелища», или «квазизрелища», которые только он способен передать человеку?

Я не случайно повел речь от имени дома, как будто он и есть главное действующее лицо, субъект этого процесса, как это бывает в фантастической литературе. Не очень ли приниженным по сравнению с домом здесь оказывается человек? Ведь, кажется, он уже в XX веке окончательно распрямился, гордо поднял голову и начал равноправный диалог с природой, а где-то даже заставил ее отступить. И гениальный В. И. Вернадский писал о новом качестве этого диалога — переходе биосферы в новое состояние, ноосферу. Правда, великий ученый не обсудил один вопрос: захочет ли человечество примерять новый роскошный ноосферный наряд или ему покажется, что достаточно старого кепи, который, с точки зрения высокой науки, ему давно и безнадежно мал?

Примерно тогда же, в 1930-е годы, когда Вернадский вынашивал идею ноосферы, гениальный культуролог Й. Хейзинга в книге «Тени завтрашнего дня» записал тоскливый пассаж о современном ему обществе: «Человек окружен миром чудес, буквально как дитя из волшебной сказки. ...Он нажимает на кнопку, и жизнь подступает к нему вплотную. Но делает ли его такая жизнь взрослым? Совсем напротив. Мир стал для него игрушкой»⁵. Это написано до появления телевизора, компьютера, современных электронных гаджетов. Практика показала, что Хейзинга оказался прав: мир чудес вокруг человека растет, а чудодейственная кнопка, о которой с тех пор писали многие, ее теория и практика применения еще ждет своего исследователя и своей школы. И в ноосферу человечество может войти ой как не скоро! Но мир кнопок и экранов в пространстве дома, как кажется, человечеству покорился. При этом, правда, зритель перестал быть зрителем в традиционном смысле слова. Впрочем, как и само зрелище.

Феномен любого зрелища, и рассчитанного на многоголовую аудиторию, собравшуюся в одном месте и в одно время, и замкнутого в пространстве индивидуального дома, которое в этой статье названо «квазизрелищем», или любого другого не имеет смысла без уточнения понятия «зритель». В общем, мы привычно говорим о зрителе разных видов искусства — театральном зрителе, зрителе шоу-программ, об опытном зрителе, случайном и т. п. Мы говорим о зрителе катастроф — пожаров, наводнений, извержения вулканов и т. п. С XIX века в «обществоведении» (будем так называть разнообразные социальные науки) начали активно обсуждаться

проблемы, связанные с разными типами реципиентов — толпой, публикой, аудиторией и, конечно, зрителем⁶. Для исполнительских искусств это было связано так или иначе со спецификой контактов с институциями.

Телевидение как социальный институт также имеет своеобразного зрителя. А с домашним «окном» под названием «компьютер» такой прямой параллели между реципиентом и его «виртуальной реальностью», как в случае традиционных зрелищ, похоже, нет. Может быть, потому, что виртуальное пространство, как отмечал Д. А. Ивашенцов, «вообще снимает проблему границы как проблему перемещения смыслов»?⁷ А может быть, потому, что вообще смыслы круются в чем-то другом, и сетования на падение креативности современных людей не имеет под собой основы?⁸

Группа ученых из исследовательского центра International Center for Media & the Public Agenda (ICMPA) в университете штата Мэриленд недавно провела эксперимент с 200-ми студентами. Им было предложено ровно на сутки полностью отказаться от телевизоров, компьютеров, телефонов, плееров, но при этом вести обычный образ жизни — ходить на занятия, свидания, в кафе. В результате выяснилось, что испытуемые чувствовали себя изолированными от внешнего мира, часто без причин приходили в плохое настроение и просто не знали, чем бы им заняться. Это очень напоминало «ломку», характерную для лиц, регулярно использующих наркотические средства. Организаторы эксперименты были удивлены, насколько же зависимы студенты от Интернета и средств общения⁹. Действительно, для нас теперь одной из самых психологически напряженных фраз стала фраза: «Вызываемый абонент временно недоступен!» Но дело не только в этом. Все то, что перечисляли ученые, входит в набор «окон» и «форточек» современного дома. Это все то, чем пользуется человек-домосед. Дом, конечно, вынужденно выпускает человека на улицу. Но тем не менее остается при нем, остается его плотной оболочкой. Как в знаменитом романе «Человек-ящик» Кобо Абэ 1973 года.

Дом действительно в своем пространстве работает над тем, чтобы привить живущим в нем свою культуру «смотрения» и свой тип домашних зрелищ. И делает это иезуитски методично. Посмотрим на нашу недавнюю историю.

Вспомним рубеж 1950-х — 1960-х и начало 1970-х: сначала наш хлебосольный дом на несколько лет стал телевизионным домом. Хлебосолье с его рассказами, песнями, выступлениями детей тогда ушло на второй план. Соседи собирались по другому поводу, вокруг редкого тогда замечательного ящика и с замиранием сердца смотрели на маленькие фигурки героев — ведущих, артистов — словом, всех тех, кто населял в начальный период телепрограммы. Они и появлялись как бы из-за занавеса — салфетки, ко-

торая закрывала от пыли большую линзу, стоявшую перед замечательным аппаратом «КВН». То, что сопровождало сам акт включения, очень напоминало в миниатюре и привычное застолье, и театральное зрелище: обычно именно хозяйка снимала салфетку, а хозяин включал телевизор. В благоговейной тишине из телящика раздавался звуки, похожие на человеческие голоса. Иногда увиденное обсуждалось за чаем, который устраивали хозяйка для «своих». Но только иногда!

По мере того, как телеаппараты завоевывали нашу жилплощадь, рушились сначала традиции соседского хлебосольства (зачем ходить «на телевизор», когда есть свой?), а затем, когда телеаппарат стал в жилище не один, трещину дала и семья. Не следует обвинять в этом только Дом, а тем более телевизор. Наверное, можно найти и еще какие-то факторы, которые стимулировали этот процесс. Но и Дом, если не в первую очередь, то во вторую сыграл здесь свою роль. Со временем телеприемник увеличился в размерах, несравнимо разнообразнее стали программы, но сам телевизор постепенно терял зрителя. То, что он показывал, стало скрываться на периферии внимания зрителя. Или это начал скрывать сам Дом, превращая телевизор в свои рядовые предметы быта, которые должны быть удобны и функциональны, как извечный диван. Можно ли назвать зрителем того, кто непрерывно отрывается на разные дела, часто не успевает следить за сюжетом, ползает по каналам в надежде, что он все-таки что-нибудь поймает? Что конкретно он ищет, неизвестно, но человек убежден, что то, что сейчас он поймал, это не то, что ему хотелось. Вот хорошо любителям футбола — зрелище в полном смысле этого слова, которое собирает много настоящих зрителей и, к тому же, воспринимается адекватно! И к исключениям, помимо спортивных передач, можно отнести кинофильмы. А остальное?

А остальное трудно назвать зрелищем. Это, пожалуй, «квазизрелище». Если вначале сам аппарат и населявшие его герои воспринимались как дорогие, уважаемые гости дома, то сегодня как их только не обзывают: «зомбящик», «дуроскоп», «дебилизаторы» и т. п. И все же дом заставляет вас делать противоестественное — нажимать презираемую кнопку. А с этого момента у вас задан не ваш ритм — не хочешь, а подстраивайся! Один из современных театральных режиссеров бельгиец Ги Кассье сравнил телевидение с человеком, который без спросу нагло входит в ваш дом¹⁰. И, добавим, пытается диктовать свои условия. Кто-то за вас решил, что именно в такое-то время вам полагается столовая ложка именно такого-то варева. В этом отношении больница и телевидение — как бы функциональные синонимы. Разница в обязательности приема и составе лекарств.

Конечно, телевидение несет вести из большого мира, но из большого мира при этом и цензурируется. Впрочем, существительное «вести» не значит «правда». Современное телевидение — прежде всего картинка. Телевизионные картинки выстраиваются в ряд, показывая то, что, по большому счету, может быть объяснено почти бесконечным количеством способов¹¹. И время от времени это обнаруживается на практике — человек начинает верить одной интерпретации картинок, но через некоторое время те же картинки переинтерпретируются и означают совсем другое. Цензура, причем любая — государственная, экономическая, личная, здесь и есть правда. Ты уже не веришь телевизору, «окну в чей-то мир», которое заменило настоящее окно, выходящее на улицу, и начинаешь рассматривать все телепередачи как художественный фильм или как набор художественных фотографий, у которых есть свой режиссер, свой сценарист, свои актеры и т. п., и своя, но только «художественная» правда. Дом допускает внутрь индивидуального пространства только такую правду, которая ему нужна, делает во все более плоском ящике телевизора «квазифильм» для того, чтобы выжать из него более или менее массовое «квазизрелище». И частое недоумение: в передаче говорят, а что, непонятно! — забавно. Как непонятны люди, требующие от дикторов правильного произношения, а от авторов — идеи. Картинка-то есть? Есть! Какие претензии? Лингвисты с тревогой говорят о «свертывании» живой речи. Но телекартинке она не нужна. А Дом сегодня ожидает от телевидения и востребует только картинку.

При этом сам он не отказывается от речи. Просто по сравнению с живой речью все большее место у него занимает речь письменная. SMS-ки — первый пример, который приходит в голову, когда речь заходит о примате письменной речи над устной. SMS-ки, как известно, продукт нового средства коммуникации — мобильного телефона. Он явно перехватил пальму первенства у телевизора. В отличие от последнего, мобильник называют ласково — «дрындозвон», «жужжик», «телефоша» и постоянно говорят о нем как о живом существе («телефон устал», «он не может», «есть просит», «кончается»), хотя в качестве субпрограмм в нем оказалось и телевидение. Но маленькое и незаметное. Большая часть населения при помощи мобильного телефона не смотрит «телек», а активно переписывается, как правило, по нескольку раз в день. Обмен SMS-ками в последнее время стал настолько заразителен, что на этот способ коммуникации откликнулось и искусство. За последние годы вышли по крайней мере два романа, состоящие исключительно из SMS-сообщений. Первый, любовный, написал китаец Кан Фучан, после чего в Китае даже учредили премию SMS Literature Awards, второй принадлежит финну Ханну Лунтиалы.

Но главный герой в современном Доме, может быть, не выскочка, мозолящий глаза, как мобильник, но тот, кто двигает вперед всю цивилизацию, — компьютер и его все более многочисленные гаджеты. Это единственный «агрегат» в доме, ради обладания которым человек может начать голодать. Именно так ответили 49% пользователей, тогда как легко отказались бы только 17%. Утверждают, что 45% пользователей не могут обходиться без Интернета. Примерно половина пользователей говорят, что не станут отказываться от Интернета даже в очень сложной экономической ситуации и в режиме жесткой экономии. Интернет постепенно перестает быть развлекательным медиа, и все больше людей начинают извлекать из него практический смысл — зарабатывают в онлайн, используют полученную информацию в работе, экономят на покупках. За последний год количество тех, для кого Интернет бесполезен, сократилось вдвое¹². Месячная аудитория интернета в России составляет 32,9 миллионов человек — 55% городского населения страны старше 12 лет. Треть составляет молодежь до 24-х лет, примерно половину — люди 25-ти – 44-х лет и оставшуюся пятую часть — граждане старше 45-ти. Активнее всего за последний год выросла аудитория самых старших пользователей¹³.

Компьютерная информация сегодня подобна книге с ожившими иллюстрациями. В нее каждый может вписать что захочет, может перечитать, пересмотреть когда захочет, вставить свои картинки — словом, она очень напоминает появившиеся в XIX веке подарочные издания, которые печатались в одном экземпляре лично для юбиляра и содержали все, что он любил (или любила): стихи, рассказы из жизни, рецепты любимых блюд и т. п. Конечно, начало XIX века отличалось от конца XX века, но главным образом тем, что в подарочных книгах были собраны артефакты, уже знакомые человеку, а компьютер выводит нас иногда совершенно в незнакомые миры. И все же общность этих двух, казалось бы, абсолютно разных коммуникативных систем поразительна. Как и их направленность на конкретного человека, а не на человека вообще, и тем более на человечество в целом.

Та же участь была уготована компьютеру. Если бы военные не заказали изобретение компьютера, Дом бы это сделал сам. Пока нет ничего лучшего, что бы удовлетворяло бы его самолюбие. «Персональный компьютер» — очень точное название: даже если он используется несколькими людьми, он все равно может оставаться персональным. Чудеса техники! Но за этими чудесами проблемы, которые переживает Дом и его обитатели. И может быть, именно в компьютере, точнее в Сетях и информации, люди, населяющие Дом, ищут решение своей индивидуальной жизни.

Французский социолог А. Турен больше 10 лет назад писал: «Индивидуум, человек в себе, существующий в каждом из нас, страдает от разрыва, ощущаемого им в итоге распада как его жизненного опыта, так и институционального порядка, самого этого мира, наконец. Мы больше не знаем, кто мы есть. Наша основная проблема вызвана тем жутким гнетом, которому подвергли нас запреты и закон; мы страдаем от патологии, порожденной невозможностью формирования нашего Я вне зависимости от того, погрязло ли оно в массовой культуре или находится под влиянием авторитарных сообществ... Не случайно общественные движения все менее и менее призывают к созданию нового социального порядка, но все более и более — к защите свободы, обеспечению безопасности и человеческого достоинства... Субъект старается избавиться от этих пут и угроз, от подстрекательств рынка и приказов сообщества. Он получает свое определение в двойной борьбе, которую ведет с помощью своего труда и своей культуры. Его цель — собственная независимость; он стремится к расширению пространства свободы». Правда — пишет Турен — полученное пространство вовсе не обитель святых и мудрецов¹⁴.

Действительно, до такой обители расстояние как до ноосферы. Дело не только в избытке материалов с порнографией, экстремизмом и другими противоправными действиями¹⁵, но и в целом в активности людей в Интернете. Конечно, если посмотреть на тинейджеров, картина будет впечатляющей: по данным TNS, 55% подростков считают Интернет самой информативной средой, а 49% тинейджеров «не могут без него жить». По оценкам аналитической службы tvdi.ru, домашним интернетом в России пользуется 3,6 млн детей в возрасте 8-ми — 14-ти лет. Таким образом, детская аудитория рунета сравнима по объему с ТВ-аудиторией: по данным исследования TNS Gallup Media TV Index Plus, ежемесячно телевизор смотрят около 4 млн детей в возрасте 8-ми — 14-ти лет¹⁶.

Но исследования аналитиков агентства Hitwise показывают, что у большинства людей нет никакого желания создавать контент самостоятельно. Из всех пользователей знаменитого портала YouTube лишь 0,16% закачивают на сайт свое видео, большинство же предпочитает смотреть чужие ролики. Среди гостей Flickr свои фото загружают около 0,2%. И даже в Википедии, культовой интернет-энциклопедии, в генерации контента участвуют лишь 4,6% всех посетителей ресурса. Брэдли Горовиц из Yahoo! таким образом сформулировал общее правило пользовательского контента: 1% его генерирует, 10% активно с ним взаимодействуют, все остальные просто пользуются¹⁷. В России на этот общий цивилизационный процесс накладывается еще один: бедность населения. Даже среди молодежи была выделе-

на довольно большая группа (около 20%) так называемых «новых бедных». Как показали социологи, эта группа максимально целостна и гомогенна. И никто (!) из представителей данной группы не пользуется Интернетом. Во всех остальных сегментах месячная интернет-аудитория близка 90%, а полугодовая — выше этого порога¹⁸.

При этом все нарастающее число пользователей используют для Дома ноут- и нетбук, входят в социальные сети и располагают их около кровати. Дом рисует завораживающую картину: моя личная интернет-связь с миром рядом с моим ложем, где мне снятся мои сны! А за моей спиной вполголоса работающий телевизор. Это ли не виртуализации реальности?

Не будем подводить итоги. Закончим анекдотом.

Звонок от пользователя:

— Мне тут система выдает ошибку...

— А что именно пишет?

— Вы знаете, тут все в закорючках, много и страшно, а потом кнопка ОК. Я боюсь ее жать: вдруг мне предлагают продать свою душу?

¹ Не это ли происходит с зеркалами?

² Интересно, что слово «виртуальный» древнее, входит в индо-европейскую группу и на некоторое время появилось в средневековой Европе, когда телевизора и компьютера не было даже в фантастических проектах. И исчезло, чтобы возродиться в Новое время.

³ Время, затрачиваемое человеком на работу за последнее столетие, сократилось почти вдвое — с 50 часов до почти 30 в неделю. См.: Юсупов А. Работа и отдых // Русский репортер. — 5 августа 2009.

⁴ Недаром первые этажи у жильцов не пользуются популярностью.

⁵ Хейзинга Й. Тени завтрашнего дня. — СПб, 2010. С.117.

⁶ Чайковский П. И. Музыкально-критические статьи. — М., 1953, с. 31.; К. С. Аксаков. Опыт синонимов: публика — народ. — «Молва», 1857, № 36; Тард Г. Общественное мнение и толпа. — СПб, 1905; Московичи С. Век толп. — М., 1996; Канетти Э. Масса и власть. — М., 1997; Blumer H. Collective Behavior. Chapt. XIX–XXII / New Outline of the Principles of Sociology. — N. Y., 1951; Shaver P., Liebling B. Explorations in the drive theory of social facilitation. J. of the Social psychology, 1976 и т. д.

⁷ Ивашинцов Д. А. В поисках посредника // Дифференциация и интеграция мировоззрений: экзистенциальный и исторический опыт. Международные чтения по теории, истории и философии культуры. № 20. ЮНЕСКО. — СПб, 2004. С.28. В другом контексте та же мысль проходит у Н. Маньковской в блестящей книге «Феномен постмодернизма».

— М., 2010, с.304 и далее.

⁸ <http://www.sostav.ru/news/2010/07/26/rsoc1/>

⁹ Blog at WordPress.com. Theme: Freshy by Jide. <http://withoutmedia.wordpress.com/>

¹⁰ Щербино К. и Поляковский В. Интервью: Бельгийский режиссер о самом ожидаемом спектакле Авиньонского театрального фестиваля // Частный репортер. — 16 июля 2010 года. http://www.chaskor.ru/article/gi_kasse_ya_zhe_ne_televidenie_kotoroe_bez_sprosu_prihodit_k_vam_v_dom_18547

¹¹ Улыбина Е. В. Зримое безумие // Русская антропологическая школа. Труды. Вып. 3. — М., 2005. С.190.

¹² Данные RUMЕТРИКА от 19 апреля 2010. Интересно, что готовы отказать от Интернета 4% опрошенных, если им не будет хватать денег на одежду, еще 7%, если придется отказывать себе в тратах на развлечения, и только 23% пользователей — если на другой чаше весов будут деньги на пропитание. <http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4312>

¹³ <http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4417>

¹⁴ Турен А. Способны ли мы жить вместе? Равные и различные // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. — Москва, 1999.

http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1465.html

¹⁵ Реальные педофилы, как пауки, лезут из социальных сетей к реальным детям, отслеживая их наивные желания и мечты по блогам. «Порнография в Сети стала такой реальной, что тысячи фанатов клубнички часами, не отрывая глаз просиживают у экранов своих огромных мониторов, и даже сети P2P стали сейчас расшифровывать как porno-to-porno. Банальные сервисы знакомств в Интернете уже не актуальны, люди знакомятся и женятся прямо в WoW: зачем искать друг друга в реальном мире, когда большую часть жизни проводишь в виртуальном? Уже сегодня можно устроиться на хорошую работу, если ваш потенциальный работодатель «живет» в том же виртуальном мире, что и вы». (Скрипников С. Жадная паутина // Журнал «Эксперт». — 21.05.2007. С.21).

¹⁶ Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. Под общей редакцией Д. М. Чистова, К. Р. Казарьян. — М., 2010. С. 21–22.

¹⁷ Скрипников С. Жадная паутина. Эксперт Online 2.0. 16 (560) http://www.expert.ru/printissues/expert/2006/39/socialnye_seti_v_internete/

¹⁸ E-xecutive беседует с социологом Павлом Лебедевым. 02.06.2010. <http://www.e-xecutive.ru/marketing/marketing/1311323/>

АНОМИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТЕЛЕПРОСТРАНСТВА: СМЕНА ОПТИКИ

***К несчастью, в человеке таится не зверь:
в человеке таится человек прошлых эпох истории –
вулканическая сила, способная взламывать
хрупкую кору современной цивилизации.¹***

Современное общество, говоря о прогрессе, как правило, любит хвастаться количеством коммуникационных сетей, автомобилей, созданием новых атомных электростанций и подлодок, ультразвуковых истребителей и пр. технических новаций. В системе побед, а тем более задач, не упоминается только КУЛЬТУРА как иерархия ценностей. Забыт ЧЕЛОВЕК и свобода (по определению Н. Бердяева) как «величайшая духовная ценность, больше чем ценность витальная». Человек оказался в мире «...необходимости, разъединенности и вражды, абсурда и бессмыслицы»². Никого сегодня не волнует гуманитарные технологии, гуманитарная и культурная политика. Общество потеряло всякий интерес к человеку, потеряло его усталого, обесдневшего, равнодушного ко всему происходящему.

Необходимо осознать, что техногенная цивилизация, в которой существует современный мир, оказалась накрепко связанной с инструментальной стороной процесса ее развития. Человек, утративший власть над техническим прогрессом и став ее придатком, обречен не жить, а выживать.

Человек не заметил, как оказался в постестественном мире. Природа стала декоративной, искусственный мир, состоящий из хитроумных синтетических изобретений, телевизора и компьютера с виртуальными реальностями, вытесняет реальный мир с реальными проблемами, которые необходимо решать. Все меньше в реальном мире остается воздуха культуры. Доминантой культуры XX века стали тревоги потери смысла жизни и потери собственного «Я». «Созданный человеком мир объектов подчинил себе того, кто сам его создал, и кто, находясь внутри него, утратил свою субъективность», — писал известный протестантский теолог и философ П. Тиллих. И продолжил: «Человек принес себя в жертву собственному созданию. Однако он еще сознает, «что» именно он утратил или продолжает утрачивать. Он еще достаточно человек для того, чтобы переживать свою дегуманизацию как отчаянье... Его реакция — это мужество отчаянья, мужество принять на себя свое отчаянье и сопротивляться радикальной угрозе небытия,

проявляя мужество быть собой»³. Потерялась сама идея и ценность жизни: «Ценности восстали на своего создателя: они существуют не для него, а для себя. Основная антиномия современной культуры в том, что, не будучи внутренне обязывающей, она стала внешнепринудительной»⁴.

Появившиеся конфликты ценностей уже переросли в ценностно-нормативный вакуум — АНОМИЮ (по Дюргейму), что характерно для переходных и кризисных периодов и состояний в развитии общества, когда старые социальные нормы и особенности перестают действовать, а новые еще не установились: «Старые боги стареют или умирают, а новые еще не родились».⁵

Безусловно, сказываются процессы глобализации, влияющие на сохранение традиций и обычаев, меняющие даже консервативные (наиболее устойчивые) структуры социального поведения и приобретающие статус высшей нормы. При этом происходит решительное размывание ценностного ядра и подмена «своих» ценностей «чужими». В истории цивилизаций это не новые процессы. Россия за последние сто лет регулярно переживала «ломки», сужение и чистку пространства памяти поколений, цензуру и коррективы истории, мемуаров, документов. Сегодня мы опять находимся в состоянии глубокой аномии. Видим, как органично связана сегодняшняя пассивность граждан со вчерашним энтузиазмом, поиск и усвоение форм более или менее комфортной жизни со вчерашней озабоченностью только победой всемирной революции в Гондурасе. Мобилизационная готовность сменилась всеобщей апатией.

На фоне конфликтов ценностей в России, в связи с уходящей советской эпохой — «вражды смыслов и бессмыслицы», с возникновением новой социокультурной реальности, появились основания на ТВ для новых сюжетов жизни с другими героями. Появились герои с душевными страданиями и болезнями. Показательна премьера на канале Россия документального фильма режиссера А. Бахарева «Другая Россия» со спонтанными поступками героев, умертвленных идеологией, растерзанными чувствами и страстями. Фильм о душевнобольных. Тема, ранее отсутствующая в отечественной документалистике, не допускаемая на телевизионный экран, почти на 100 лет скрытая от общества.

Пространство драматургии телевидения оскоплено. В ее ткань трудно входят не только проблемы людей, духовно искалеченных, но и воздух реальной жизни с ассоциациями, метафорами, цветностью, открытиями, страданиями и победами. Жестко дисциплинируются фабульные ходы и сложные характеры, если это не экранизации. На экране жизнь красочная, богатая, со здоровыми, сильными, красивыми и победительными героями

и равными им бандитами. По четыре серии враз, чтобы не мучились вопросы. Весь сюжет надоедливо и монотонно предсказуем. Налицо кризис авторского сознания, в связи с ролью творческой интеллигенции в структуре измененного общества. Нет целей в жизни ни у авторов, ни у их героев, кроме добычи средств жизни или мгновенного обогащения. Современный человек поклоняется силе, он беспощаден к слабым, у него ослаблена или уничтожена духовность.

Сегодня резко меняется мироустройство, и вместе с ним пространство СМИ и телевидения, которое пытается концентрировать и отзеркаливать проблемы современного мира, а не только проблемы нашего общества. Современное отечественное телевидение — пространство политического театра, маскарада, плакатных ценностей, «аншлагов», треша, державных новостей, духоподъемности «Евровидения» и футбола.

Самыми острыми, проблемными, если не единственными, задачами отечественного ТВ стали воспитание патриотизма через противодействие попыткам фальсификации истории и модернизации. Все упирается в идеологическую коммуникацию. Очень много говорящих, все меньше слушающих. Этим занимаются главные телеведущие — Президент и Премьер, самые авторитетные эксперты в области истории, экономики. Это они ввели понятия ручного управления экономикой, правом, экологией, спортом и военным строительством, а вторит им прирученная свита придворных ученых и журналистов. Они выговариваются, но не договариваются со своими гражданами.

Зрители начали уходить от ТВ-экрана к радио или в Интернет, забывать о своей любви к телевидению и его журналистам — кумирам 90-х.

Экран по своей природе виртуален, а потому непреодолим, непроницаем, бесчувствен. Он заставляет смотреть и знать только то, что преподносит. Экрану необходима драматическая напряженность, он не просто ею подпитывается, живет сенсациями, экстремальными событиями, конфликтами и происшествиями, рассматривая нечеловеческую силу в их преодолении. Именно это на экране ищет современный человек, ибо он по своей природе подвержен сенсациям. Ему собственная жизнь кажется пресной, и он заполняет свои пустоты виртуальными событиями. Поэтому рейтинги показа катастроф, взрывов, терактов, происшествий на дорогах, «Чрезвычайных происшествий», «Русских сенсаций», «Боев без правил», «Открытых рингов», «Дома-2», футбола и пр. экстремальных событий зашкаливают. Смотрят эти передачи зрители от 3 до 85 лет.

Отечественный зритель не был к этим показам приучен. Прошедшее советское время воспитало несколько поколений на убеждении: «Нет в

газете, радио, на экране — нет в жизни». Происходит замена сфер деятельности: политики стали телеведущими новостей; наука, спорт высших достижений, искусство стали политикой, шоу-бизнесом. Сегодня у нас очень популярно виртуальное (вместо реального) управление страной — по телевидению. Визуальный ряд прикрывает отсутствие смысла. Зрителю постоянно представляют заседания Правительства, передвижения Президента и Премьера по стране и миру, встречи с министрами, ответственными руководителями и творческими людьми. Каждый из них либо отчитывается за проделанное, либо озадачивается или жалуется. Одновременно все становится «эстетичным и артистичным» — политика превращается в спектакли, секс — в рекламу, все политические и культурные мероприятия — в рекламу, PR. Политики играют в свои игры, никого не интересующие, кроме их самих.

Телевизионщики, показывая эти спектакли, зарабатывают капитал. По Ж. Бодрийяру, когда «все стало политично — не стало политики; когда все сексуально, нельзя определить, что такое секс; когда все эстетично, то что тогда безобразно — исчезает искусство. Все понятия размыты. Все мутировано, запутано... Все стало «объектом желания, товаром — власть, знания, секс». ⁶ Все только «как будто» существует для людей, но почему-то людям это неинтересно.

Все потеряло свои сущностные смыслы. Наступило торжество маскарада. Мы живем во время существования и «дробления ценностей», «бесконечного самовоспроизводства» при полном безразличии к собственному содержанию», становясь «все более совершенным», «все более сексуальным». ⁷ Общество под хохот «Аншлаггов» без сожаления сбросило маску благопристойности. Что за ней? Какое у нас лицо? Что и где мы ищем себя?

Сегодня просматриваются робкие попытки самоидентификации в собственной памяти каждого, истории Отечества в архивах, планах на будущее. Прежде всего мы пытаемся восстановить свою память — индивидуальную и генетическую, которую много десятилетий государство пыталось стереть, уничтожая ее носителей. Но СМИ и телевидение методично, настойчиво историческую память, подменяет мифологической, пользуясь методом реконструкции, опираясь на факты, создавая ее «не бывшими событиями» и «не реальной картинкой». Именно в эту мифическую реальность ТВ круглосуточно погружает зрителя, как бы восстанавливая память, но на самом деле общими усилиями стирает остатки своего лица. Несмотря на все усилия СМИ обелить, очистить историю от жестокости деяний, мозги и память — от всего накопившегося негатива, как отпечатка прошедшего времени, можно уничтожить память, очевидно, только с ее носителями.

История России постоянно, с маниакальной настойчивостью это подтверждает. Еще Иван Грозный (16 век) не первый и, увы, не последний подтвердил методику «уничтожать волю до семени!», отправляя войско на Великий Новгород — вольный город-республику. Это был один из первых сохранившихся документов, но не единственный в отечественной истории, зафиксировавших задачу уничтожения памяти. Восстанавливать память очень сложно. Включается сила страха. Уж очень жестоко проводились операции по блокировке памяти, глубокому внедрению беспамятства. Сейчас в этих операциях по борьбе с «исторической неправдой» затруднительно воспроизвести какой-либо ее признак, и теперь мир упорно добивается ее существования — «ничтожно малого, неощутимого, необнаруживаемого — в среде со столь высокой степенью разбавленности (программной и операционной), что только ее призрак витает в памяти, которая есть не что иное, как память воды».⁸

Тенденция современности — повсеместная амнезия и утрата реальности в связи с потерей памяти. Тренд современности — принцип неопределенности — игра без правил. Знак современности — одинаковость через отказ от инакости. Культура перестала быть полем интеллектуального пространства — она ассимилирует элементы чужой культуры, не опасаясь разрушающей силы эклектики. Пространство городов, живописных полотен, книг, подиумов, экранов заполонила суета знаков, лишенных смыслов. Мир делается страшным вывороченностью смыслов. Если взять широкополосную оптику и не рассматривать детали новостей, мы видим, что власть бесповоротно овладела телеэкраном. Она настойчиво формирует имперское сознание, на руинах политической идентичности, представляя зрителю свое видение общества и социальности.

Современный мир переживает не эпоху глобализации, а переход от глобальной миросистемы в переходную эпоху, о чем свидетельствует кризис капиталистической системы. Как констатировали эксперты, «будущее, которое далеко не является заранее данным и безальтернативным, определится этим переходом и в этом переходе, исход которого совершенно не ясен».⁹ Мир, становясь сложнее, меняется быстрее, чем предполагали даже предсказатели. Разрушается не только экология и культура, но и ценностные устои, на которых столетиями стоял мир. Все страны ищут выход из сумрака разрушений. И по-прежнему главным остается вопрос, как построить новый мир, найдя единственно верный путь, не разрушая «до основания». Снова становится актуальным афоризм Станислава Ежи Ленца: «Все дороги ведут до Рима. Всеми можно проехать мимо».¹⁰

Современная установка — акцент на технико-технологическую оп-

тимальность развития вне человеческого и социокультурного измерения, изменение предметного мира, ориентация на ущемление свободы и прав человека, научную рациональность, особое понимание силы власти, ее природы и характера, — все приводит к отказу от прошлых открытий и завоеваний, если они не передают современное мироощущение человека средствами новых технологий, в новом темпоритме совмещая времена, пространства и реальности. Изменения мира, в свою очередь, вызвали изменения в художественном мышлении, появлении мультимедийной культуры, когда искусство сливается с окружающей средой, природой, используя реальные шумы и звуки мира, его запахи и цвет. Изменения стимулировали появление новых синтетических видов и жанров с их «виде-олилизацией», «музыкализацией», «романизацией», с всепоглощающей зрелищностью, креативностью, расширяющих рамки традиционной художественной культуры.

Все перечисленное отводит особую роль СМИ и Интернету в процессах распространения массовой культуры, стилей жизни, моды, языка. При этом меняются и расширяются границы художественных форм, но искусство, в сущности, не становится прогрессивным, может в этом и суть искусства как феномена. Мне кажется, что, как бы ни менялись технологии, прежде всего во всей сложности обнажаются цивилизационные конфликты. Их появление было замечено особенно ярко в начале XX века, не только на уровне социума, но и на уровне личности. Человек как ценность потерял свою значимость, постепенно превращаясь уже в идеологии прошлого века в «пыль истории». В своей Нобелевской лекции великий поэт современности И. Бродский обратил внимание на роль искусства в современной жизни: «Искусство если чему-то и учит, то именно частности человеческого существования... независимо от того, является человек писателем или читателем, задача его состоит прежде всего в том, чтобы прожить свою собственную, а не навязанную или предписанную извне, даже самым благородным образом выглядящую, жизнь».¹¹

Телевидение, как самое массовое средство информации, в нашей стране меняет свою природу, становясь МОНОЛОГИЧНЫМ, что не способствует изменению традиционного поведения политиков в поисках диалога с собственным народом. Современный человек из объекта познания превратился в объект управления и манипуляции, что вызвало кризис культуры. Человеческая судьба изымается из эпохи. Когда «цивилизация движется экономическими расчетами, человек автоматически исключается из системы общественной коммуникации. Оказалось невозможным налаживать внутри и вне его межличностный диалог».¹²

Как известно, к универсальным ценностям относятся положение личности в обществе, светский и религиозный гуманизм, интеллектуальная свобода, обеспечивающая науку, эстетическую и художественную свободу. Сегодня из культурного контекста исчезают понятия не только общегуманитарных ценностей — таких, как свобода, милосердие, семья, любовь, дружба, верность, знания, а истина, добро, красота — ценности любой культуры. Именно наличие их помогают переводить проблемы существования человечества в режим ДИАЛОГА, не доводя их до конфронтации и непримиримой вражды, хотя и не означает полное согласие по всем вопросам жизни.

Немецкий философ и культуролог Г. Зиммель заметил: «Ни один конфликт не существовал напрасно, если время не разрешит его, а заменит его по форме и содержанию другим. Правда, все указанные нами проблематические явления слишком противоречат нашему настоящему, чтобы оставаться неподвижными в нем, и свидетельствуют с несомненностью о нарастании более фундаментального процесса... Ибо едва ли мост между предыдущим и последующим культурных форм был столь основательно разрушен, как теперь... так выполняется предназначение жизни, которое есть борьба... Абсолютный же мир, который, быть может, также возвышается над этим противоречием, остается вечной мировой тайной».¹³

Сегодня российские философы и культурологи обсуждают идею метакультуры «как общий культурный знаменатель, рассматривают перспективу развития мировой цивилизации, при СОХРАНЕНИИ мозаичности, и специфики локальных культур и цивилизаций, правом каждого быть тем, кем пожелает, с его открытостью и толерантностью ко всем «открытым мирам», свободно перемещаться в пространстве мира, стать лично ответственным за свой культурный выбор «это право индивидуального выбора и личной независимости».¹⁴ Новая универсальная цивилизация — цивилизация диалога, над чем осторожно (с оглядкой), может быть неосознанно, начинают работать и отечественные средства информации. «Метакультура в этом случае рассматривается как накопление общечеловеческих ценностей как, способ выживания, как выход из кризиса, как путь развития человечества, как будущая перспектива и подготовка к переходу к новой человеческой цивилизации. Существующий новый «оптиум различий» считается основополагающим условием универсальность, «но в новой форме».¹⁵

Сегодня существует, как считают ученые, серьезная проблема, известная давно, но ставшая вызовом времени, вызовом системы выживания — научиться вступать в диалог. Не ново, что потребность диалога, как фундаментальной потребности человеческой природы, культур и ци-

визаций, актуальны всегда, даже если они находятся на разных ступенях исторического развития. «Именно она (потребность) формирует идею человечества как единого рода, что позволяет осознать себя не видом, а универсальным существом, индивидом с осознанием своей личной автономии и свободы».¹⁶

Миру вообще это дается сложно. Современным человеком еще не забыт террор «Великих целей» и принудительного всеобщего единства, не исчез страх на уровне генов перед превращением каждого из нас в человека массы, страха утонуть во всепожирающем «Мы». Очевидно, что страшно потерять жизненное разноцветье и собственный голос, а потому реальность проекта «совместного этоса» (Ганса Кюнга) как парадигмы сосуществования, покажет время. Проблемы мировой глобальной цивилизации — это не альтернатива стандартному однообразию развитию культур, «это новое постижение смысла истории в ее единстве и многообразии».¹⁷

Для России осознание этого процесса, даже на уровне знания дается с трудом. Конечно, она не в состоянии отвергнуть потребность хотя бы в элементарном интегрировании человеческого сообщества. Люди должны учиться жить совместно, при этом хорошо понимая и роль инвестиций, новых технологий и технического прогресса. Сегодня, как считают культурфилософы, ей стоит отбросить свои комплексы и принять вызов современного мира, не зависимо от прошлой истории. Но «зеркало» современной жизни — телевидение, формирующее общественное сознание, заполнено раздражением и подозрительностью к духу национальных культур и верований, узко понятый патриотизмом и этноконфессиональными конфликтами.

Эфир заполнили гуру современной политики — провокаторы вроде В. Минаева с «Честным понедельником» (НТВ), М. Леонтьева со своими апокалиптическими программами, а теперь еще и журнал «Однако» (Первый канал), откровения Дм. Рогозина — представителя России в ООН, А. Караулова (ТВЦ) — все они бессменные пропагандисты внутренней и внешней политики России. Сегодняшний день требует смягчения национальных обид, бескровного решения затянувшегося спора не только о принадлежности России к Западу или Востоку, остро и непримиримо звучащего на телеэкране, но и в вопросах внешней и внутренней политики, культуре, которые у нас является органичным продолжением идеологической политики.

Примером решений застаревших и трагических страниц в культурной памяти человечества, меняющих прежние отношения, стала оценка В. Путиным расстрела в Катыни (70 лет назад) 22 тысяч польских офицеров. Он назвал случившееся «преступлением, которое не-

возможно оправдать». Что может рассматриваться как признание вины Российского государства перед Польшей, выглядеть как раскаяние и вызывать прощение. Показ дважды по российскому каналу фильма А. Вайды «Катынь», ранее запрещенного к показу, — одна из вех понимания ответственности за содеянное и что в нашей стране могут быть, изредка, но применимы доминантные ценности.

Отсюда подтверждение — самым важным во все времена остаются умение вступать в диалог и выстраивать его стиль. По мнению философа Г. Померанца, «главное не во внешней интеллектуальной возможности диалога, а во внутреннем духовном сдвиге...», в способности «избежать отчуждения, ненависти и вражды...», чтобы «оружие критики не перешло в критику оружием».¹⁸ Не случайно несколько лет назад был признан самым читаемым удостоенный Букеровской Премии роман Людмилы Улицкой «Даниэль Штайн переводчик», главный герой которого умеет договариваться с каждым, независимо от национальности, возраста, веры и страны проживания.

Еще одна из острейших проблем России — Чаадаевский диагноз: отношения России и Запада, наших комплексов и обид, что активно культивируется некоторыми политологами, политиками и телевидением. На всех каналах, из разных уст слышатся заклинания и призывные осуждения: «Мы часть Европы, а нас вытесняют из Европы», «Мы хотим стратегического партнерства с Западом, а нас отталкивают» и т. д. Во всем до сих пор видим только «тлетворное влияние Запада», забывая (скорее всего не знаем), что с этими стенаниями Россия живет более 500 лет. Маниакальные требования парламента ввести программу «миграционного регулирования», забывая, что закат цивилизации всегда сопровождался великим переселением народов (по Тойнби), а сегодня масштабы миграции в мире поражают воображение. Процессы, происходящие почти во всех ведущих странах, изменяют устройство общества, присутствуют в подоплеке практически всех крупных событий в мире. Прежде всего нам нужно, наконец, осознать, что Россия всегда находилась и находится между мирами, что не давало и не дает ей легкой жизни ни в одну из исторических эпох. Вместе с тем, не входя в группу «стыковых культур», она в XX веке попала в центр истории.

История России с открытыми границами на севере, юге, западе и востоке — судьба, ломавшая едва сложившиеся связи и круто заменяющая их на другие, подчас на очень короткое время. Это положение благоприятно (отмечал еще Чаадаев), но Россия во многие времена общалась с перифериями культурных миров: не с Византией, а с Балканами, не с Багдадом, а с Сараем, не с Западом, а с Кукуем (Немецкой слободы). Ни в один период

Россия на входила полноценно и в полноценный культурный круг, потому господствующее влияние не царило больше 200–300 лет и потом очередной раз сменялось чуждым. Отсюда (по К. Леонтьеву) русская широта и русская шаткость, беспочвенность.

Современная Россия — «атомизированное общество», в котором сильно наследие тоталитаризма. Индивид опять оказался не свободен от коллективного сознания и государственной власти. При этом большая роль возложена на массмедиа, которые методично и профессионально поддерживают и внедряют:

1. мифологическое мышление для поддержания политической и идеологической системы;
2. советскую мифологию о советской культуре и образах советского героя;
3. меняют образы героев, заменяя деятельных, разумных героев на разуверившихся, безвольных, часто физически больших, порой цинично жестоких;
4. переосмысливают, перекраивают, «отыгрывают» историю в телевизионных программах, документальных, игровых и мультипликационных фильмах по заказу телевидения;
5. совмещают, мутируют и смело создают новые жанры — миксы;
6. сужают спектр проблем для обсуждения, изымают политическую и экономическую аналитику, прямые эфиры, строго отсекают не только темы, героев, но и отдельные слова;
7. телевидение почти четверть века приучало и уже приучило ответственного зрителя к грубому насилию, речевой агрессии, площадной брани, «народному юмору с фанерным смехом», к бесконечным низкопробным концертам мастеров телевизионного так называемого искусства

Доминирующей концепцией массмедиа стала «вставшая с колен Великая Россия». Только Олимпиада в Ванкувере отвлекла и разочаровала зрителей от заполонивших эфир реляций и восторга от «вставания».

Обществу стоит понять и принять, что сегодня коренным образом изменилось представление о природе, человеке, который в силу разных причин стал активно ее преобразовывать, создавая и углубляя конфликт двух парадигм человеческой деятельности (западно-европейской и восточной). Усугубляются конфликты и отдаление двух цивилизаций религиозными барьерами — христианским и мусульманским. Каждая религия претендует на единственность и универсальность. У них свой бог, своя мораль и своя истина. Цивилизации расползаются, вылезает жесткость даже в искусстве и религии.

Диалог между цивилизациями недостаточен, как и разговоры между дипломатами, конгрессменами и политиками. Требуется напряжение веры и разума, чтобы преодолеть хаос, террор и войны. Это уже проблема «экологии духовного поля». Сегодня не обойтись без обращения к традиционным ценностям или выработке новых, универсальных ценностей, не потеряв очевидность того, что в поле ценностей попадает «идеологическая борьба, которая упирается в коллизию авторитарной и либеральной моделей модернизации, да и самой жизни. Акцент делается либо на силе власти, подчинении, государстве и коммунальных сборах — либо на свободе, хотении, инициативе, достоинстве и индивидуальной ответственности».¹⁹

Отечественное телевидение делает очень робкие шаги, начав реформатирование канала «Россия». Время покажет, каков будет новый заказ президентской администрации и правительства. Но у зрителя начал просматриваться объективный интерес к качественной документалистике — пример тому 14-серийный фильм-исповедь Лилианы Лунгиной «Подстрочник» (режиссер О. Дорман), показанный дважды за короткий период на канале «Россия». Может быть, власть и хозяева телеканалов и СМИ прозреют и поймут, что уход старшего поколения профессионалов, ученых, учителей — носителей личного опыта, знаний, морали, культуры, памяти, вызовет расширение «тектонического сдвига» (по Е. Ясину) и аномии.

А дух и смысл времени, панораму мира будущие поколения смогут узнавать сквозь мифологическую призму кино, литературы, отредактированной (в лучшем случае) мемуаристики. Может быть, стала настолько очевидной истина, что покупка просроченных полуфабрикатов культуры и заполнение ими эфира легко растворяют, а потом и смывают сохраненные и накопленные традиции отечественной культуры, которая стремительно распадается. Хотя о каких инновациях и модернизации звучит бесконечная песнь первых лиц, если в них нет слова культура? Может, в суете слов выпали или подзабылись понятия — Культура ТРУДА, возвращение УМА, возделывание ДУШ, способных к открытиям и созиданию инноваций. Развалились системы начальной, средней, среднеспециальной и высшей школы, здравоохранения, сельскохозяйственной и физической культуры, спорта высоких достижений. Слово КУЛЬТУРА уходит из лексикона.

Как и почему в России стала возможна «Другая земля»? Именно так назвал студент ВГИКа М. Барынин свой пронзительный фильм. Потрескавшаяся, запущенная земля с высохшими деревьями, покосившийся дом за колючей проволокой. Старая дорога никуда. Старики, сданные в Дом для престарелых собственными детьми. Страшные и неохотные воспоминания о минутах выселения с этой земли. Высылка, смерть родных... сиротство

людей, лишенных своих корней, своей земли, своего дома, близких во времена правления «лица современной России» — И. Сталина. Им оставлена устрашающая брошенность и убогость существования за колючей проволокой в Доме для престарелых. Режиссер взыскателен к выразительным средствам. Академичная черно-белая графика, корректные крупные планы людей, измученных выпавшими на их долю испытаниями. Атмосфера заброшенной, когда-то многолетне ухоженной земли, панорамы ненужных, одичавших деревьев, небес, людей как единое страдающее пространство.

Может быть, эти ребята, которых волнуют поиски ответа на вызовы истории и времени, а не только собственная «состязательность» и «креативность», и есть «ориентация России на взлет»?

Может, это поколение, которое заботит память и деяния человеческие, сможет вырваться из социального теневого пространства и заблокированной свободы, чтобы не допустить катастрофы духа?

¹ В. Вильчек. Алгоритмы истории. Аспект пресс, М. 2004. С. 146.

² Н. Бердяев. Царство Духа и царство кесаря. АСТ. Изд-во. Хранитель. М. 2006. С. 87.

³ Тиллих П. Теология культуры М. 1996. С. 94.

⁴ Н. М. Бахтин Из жизни идей. Статьи, эссе, диалоги. М., 1995, С. 93.

⁵ Дюргейм Э. Социология. М. 1995. С. 331.

⁶ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. Добросвет, Изд-во «КДУ». М. 2006. С. 12, 17.

⁷ Бодрийяр Ж. Там же. С. 16.

⁸ Бодрийяр Ж. Там же. С. 17.

⁹ Межуев В. Идея культуры. Очерки по философии культуры Прогресс-Традиция. М. С. 390.

¹⁰ С. Лем. Философия случая. АСТ Издательство Транзиткнига. М. 2005. С. 404.

¹¹ Бродский И. А. Нобелевская лекция. Форма времени: Стихотворения, эссе, пьесы. В 2 т. Т.2, Мн, Эридан, 1992, С. 451–452.

¹² Межуев В. там же. С.381

¹³ Зиммель Г. Конфликт современной культуры // Культурология. XX век: Антология, М., 1994. С. 124–125.

¹⁴ Глобализация или переходная эпоха? Взгляд на долгосрочное развитие мир-системы // Красные холмы. Альманах. 1999. С. 122.

¹⁵ Леви-Стросс К. Наука о человеке (Курьер Юнеско за 30 лет). Антология. М., 1909. С. 149.

¹⁶ Межуев В. Там же С. 381.

¹⁷ Ганс Кюнг. От глобальной этики к глобальной политике и экономике. Цит. по книге Г. Померанц. Выход из транса. М. 2010. С. 212–213.

¹⁸ Г. Померанц. Там же.

¹⁹ А. Рубцов. От технологий до идеологии. Новая газета. № 89. 30.08.2010. С. 8.

ЗЕРКАЛО И ЭКРАН: КУЛЬТУРА РАЗЛИЧИЯ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО СХОДСТВА

Человек, живущий в современном обществе, не ставит своей целью разделять теоретически (да и практически) социальные и культурные аспекты своей жизни. Не просто это сделать и в теоретическом анализе. Акции протеста, экономические саммиты, забастовки – явления социального порядка, в то же время массмедиа, транслирующие указанные события, являются продуктом технологической эволюции и средством культурной индустрии. Телевидение прочно завоевало статус социального ретранслятора и одновременно явления массовой культуры. А как оценить такой феномен, как европейский конкурс песни «Евровидение»? С одной стороны, перед нами разворачивается масштабное международное шоу, с другой стороны, можно говорить о шоу-политике, привязанной к реальной социальной политике. Аналогичный статус приобрел футбольный мундиаль, олимпийские игры и другие спортивно-развлекательные программы, мероприятия, задействующие самый широкий спектр информационно-технологических процедур, политических инициатив, массового туризма, общественных зрелищ и т. д. Стоит ли действительно различать социальное и культурное пространство человеческой жизни? Возможно, тенденция к совпадению социального и культурного расширяет и обогащает всемирное «поле культуры»?

Нас будет интересовать коммуникация, посредством которой происходит формирование социально-культурной «ткани» человеческого бытия. Антропологическое измерение коммуникации, являющееся с гуманистической точки зрения бесспорной прерогативой человека, в настоящее время, как представляется, существенно модифицируется. Развитие коммуникативной (содержательной) и коммуникационной (технических носителей сообщения) сфер становится важнейшим атрибутом и характеристикой современности. Однако коммуникационное все очевиднее перестает быть прерогативой человеческого контроля и участия. Технология коммуникации и собственно коммуникация все более отдаляются друг от друга. Этот факт объясняет во многом борьбу за электронные масс-медиа, доступ к электронному правительству общественности и многие другие процессы, развивающиеся в наши дни. Процесс разрыва коммуникативного и коммуникационного деформирует и социально-культурное пространство жизни

человека, и самого человека. «Зеркало» и «экран» выступают своеобразными метафорами происходящего разрыва между внутренним и внешним, рефлексивным и подражательным, мистериальным и симулятивным.

Тенденции производства информации и реализации коммуникации в современном обществе таковы, что человек выводится за рамки intersубъективных отношений в объектный мир создаваемых образов, имиджей, искусственного «делания себя». (Не случайно на уровне философской рефлексии, исповедующей знание о человеке, происходит обратное: сосредоточение на «лингвистическом повороте» и intersубъективных отношениях!) Одиночество, которое было когда-то уделом брошенного в мир человека, заменяет человеческая фрагментарность, разорванность внутренних идентичностей, бесконечность продуцируемых желаний и «одноразовых» взаимопотреблений посредством продуцируемых видеообразов. Образ человека желающего, застрявшего где-то «между капитализмом и шизофренией»¹, сделавшего свой выбор в пользу сексуальности, а не духовности, скитается в клипах коммуникации, уводя все дальше свое воображение от ее человеческого предназначения и подлинности. Содержательная сторона коммуникации при этом все более относится к форме сообщения и все менее к его личностному смыслу. Содержательная сторона обращена к человеческому фрагменту, представленному в моде, интерьере, макияже, имидже; она обращена к телу, чувственности, успеху. «Личностные смыслы» становятся всеобщими, все более универсальными и поверхностными. И задача «содержательной» стороны коммуникации сводится к тому, чтобы охватить как можно больше «личностных смыслов», унифицировав их в один тотальный потребительский смысл. Пожалуй, сегодня уже можно констатировать факт тотальной телевизионной «омассовизации» людей и формирования универсального пространства сходства на основе развития технологических носителей информации.

Объективно увеличение степени информированности системы сопровождается повышением качества энергии этой системы, ростом ее жизнеспособности. Проблема информации, информированности и коммуникации на этой основе становится ключевой для развития социума, человеческой культуры и конкретных индивидов. В противном случае избыточно продуцируемая информация начинает жить по своим собственным законам. Она постоянно коммуницирует, множит информационные биты и байты, разрушает саму основу человеческого знания, информированности, устойчивости социальной системы. На фоне явного избытка информации наблюдается повсеместный кризис образования, культурных традиций, духовных основ человеческого бытия.

Человеку важно не только систематизировать информацию, но и включаться на основе нее в коммуникативный процесс. Но можно ли сегодня соединить одно с другим: бесконечно продуцируемую информацию и ограниченную в своих возможностях коммуникацию? В коммуникативном процессе заложен огромный потенциал для того, чтобы открыть новые возможности и грани информации, обновить, актуализировать ее и на этой основе придать социальной системе устойчивость и импульс к развитию. Не случайно современные западные интеллектуалы все настойчивее призывают европейцев в процессе строительства объединенной Европы выйти за пределы исторически данной ментальности и контактов и обратиться к видению более широкого диапазона связей и отношений, конструирующих некогда европейский мир. Все настойчивее проводится идея о необходимости опираться на новый тип образовательных систем, по сути своей транснациональных, и включать в них как можно большее количество молодежи. Межнациональные браки (новая генетическая информация и коммуникация), транстерриториальность (географическая информация — освоение новых территорий, географических мест и ареалов обитания), транскультурность (культурная информация и коммуникация: овладение языками, символами других культур и др.) позволят уменьшить энтропию системы и придадут новый энергетический импульс «старушке Европе». Проект ERASMUS, по мысли У. Эко, должен привести к тому, что каждый студент ЕС проведет один год за рубежом. При перемещении тысяч студентов будут заключаться десятки тысяч смешанных браков, что в течение 30 лет полностью изменит европейскую элиту. Общеευропейские образовательные программы становятся в наши дни по сути новым мультикультурным проектом, объединяющим граждан Старого Света².

Как только информация начинает гипертрофированно разрастаться, она плодит невежество и ускользает из поля зрения «человека-репрезентанта». Происходит имплозия ее смыслов, основанная на саморазрушении интерсубъективных кодов. Знаки информации в лучшем случае становятся неведомыми означающими, за которыми сокрыто утерянное означаемое. Аксиологические смыслы информации исчезают. Социальная информация как сознательно организованная общественно-практическая деятельность, лежащая в основе движения разнообразных семиотик, преобразуется в то, что мы называем социальной коммуницируемостью, эдаким «социальным вещанием», плодящим в том числе и символический мир пустоты. Перед лицом «мира пустоты» социальные психологи дают совет: посмотреть на себя в зеркало, чтобы увидеть хотя бы свое лицо, позволяющее опомниться и задать вопрос: кто я?

Идеи Маклюэна о том, что средства информации и связи будучи технологическим продолжением человеческих органов чувств, качественно меняют жизненный стиль, ценности, восприятие мира и общественную организацию людей, упраздняют пространство и время на планете, привлекают к себе позитивным настроем. Маклюэн был убежден, что современные средства связи вовлекают человека во все происходящее целостно и снимают визуально-одностороннее восприятие. Сознанию возвращается мифологическая образность (как средство обеспечения цельности), и человек гармонично вливается в бурно развивающуюся «глобальную деревню». Коммуникативная среда, согласно Маклюэну, глобальна по охвату. В ее пределах аннулируются расстояния, разделяющие континенты, ликвидируются государственные границы, и вся планета сжимается до размеров «глобальной деревни». Судя по всему, образ «деревни», где человеческие чувства более созвучны природе, а средства связи служат идее коммуникации, импонирует Маклюэну гораздо больше, чем образ «глобальной паутины», затягивающей в себя человека, запутывающегося в обилии информации.

В последние десятилетия коммуникативный опыт человечества стремительно видоизменяется и становится доступным практически всем обитателям планеты с учетом тех издержек и разрывов, о которых речь шла выше. Почти все виды информации поддаются преобразованию в цифровую форму и могут храниться предельно компактно. Цифровые технологии общения, существующие лишь умозрительно, являют пример «консенсусальной галлюцинации», ежедневно испытываемой миллиардами людей всех рас и народов (В. Гибсон). Интернет утверждает, по сути, новые принципы человеческого бытия и человеческой коммуникации. Но укладывается ли в «социальное пространство сходство», порождаемое телевидением, Интернетом и т. д. культура различия. Откуда собственно эта «культура различия» произрастает? Из различия потребительских ориентаций или различия заложенных в человеческую природу кодов культуры?

Ряд авторов полагает, что современное информационное пространство навязывает индивидам коммуникацию, диалог, исходя не из различия культур, а напротив, из их схожести³. Мир всегда был социально разнородным, и налаживание коммуникативных мостов в нем предполагало множество различных форм коммуникации. Но если раньше в основе коммуникации лежал смысл культуры и расшифровка этого смысла выступала одновременно средством адаптации к ней, считает В. В. Миронов, то сегодня система коммуникации вынуждает вести диалог между культурами по своим законам и правилам. «Культуры как бы погружаются в иную,

внешнюю для нее среду, которая пронизывает межкультурный диалог..., — пишет он. — В едином коммуникационном пространстве господствуют общие стереотипы, общие оценки, общие параметры требуемого поведения, ее общедоступные, т. е. наиболее простые компоненты... Это общение со своим зеркальным отображением, причем по заданным стереотипам коммуникации... Возникает царство мертвой тождественности при огромной внешней активности»⁴. Так, современное интерактивное телевидение практически по всему миру проводит одинаковые шоу. Американцы, египтяне, россияне и др. пытаются выиграть миллион, отвечая на вопросы викторины, отгадывая слова, вращая рулетку и т. п., поражая однотипностью поведения и эмоциональных реакций.

Необходимость возвращения к ценностным аспектам межкультурной коммуникации, признающим ценность различия, осознается все явственнее, как это ни парадоксально, на фоне социальных типизаций. Унификация глобальной коммуникации, преодолевшей в одночасье культурные различия в обмен на сходство стереотипов потребителей и сленг компьютерных «фанов», не отвечает вызревающим в Сети формам «Я-идентичностей», ведет к аутентичности культуры и их социальной конфронтации.

Современный культурный плюрализм требует децентрализации. Для выдающихся антропологов начала XX века — Ф. Боаса, К. Леви-Стросса — различие выступало правилом методологического порядка, которое «заложено в понимании человека и ставит другого до меня, и в понимании человеческого, которое ставит жизнь до людей»⁵. Принцип различия пронизывает культуру толерантности, лежит в основе диалога культур и межкультурной коммуникации. Принцип различия снимает идею привилегированного общества, рассматривая каждую общественную структуру как «одну из...». Наконец, принцип различия не позволяет «объективировать» другую субъектность с позиций «высшего уровня»⁶. Острые дискуссии первой половины XX века в рамках лишь одного из подходов — социальной и культурной антропологии — показывают поле методологических и практических изысканий, исключительно важных для понимания многих процессов современности.

Социальная и культурная антропология XX века четко обозначили субъектный характер культуры, имеющий отношение не столько к создаваемым артефактам, сколько к пониманию социальной системы и механизмам ее функционирования. Социальная антропология (англо-саксонский термин), оперируя понятиями «сложных» и «примитивных» обществ, видела свою задачу в том, чтобы в будущем свести воедино результаты позитивного изучения обоих типов обществ, завершив тем самым в рамках социо-

логии весь комплекс социальных исследований⁷. Культура, таким образом, была поднята на уровень базовой характеристики общественного целого, что столь актуально и для современного понимания культуры. Универсализация социальной системы на основе методологии различия, по мысли культурных антропологов, позволяла видеть мир «цветистой сложности», обогащающийся не на основе переизбытка искусственно продуцируемой информации, а на основе коммуникативного «обмена различиями».

На этом пути возникли проблемы соотношения социальной антропологии с историей, а также проблемы исторической реконструкции, микро- и макроистории. Столкнулись методологические концепции исторической антропологии, эволюционизма, диффузионизма и функционализма. Обозначились острейшие проблемы всей последующей «современности», имеющие социальный и политический ракурс. Остро был поставлен вопрос, а не рассматривается ли западная цивилизация и культура в качестве высшего этапа эволюции человеческого общества? Не являются ли стадии эволюциониста, циклы и культурные комплексы диффузиониста продуктами абстракции, при которых сама история остается на уровне догадок и идеологии? Не восходят ли свойства культуры к биологическому и психологическому уровню и не порождают ли они вторичных рационализаций и интерпретаций на уровне сознания?

С позиций современных исследований поиски коммуникации культур опираются на достижения семиологического анализа прежде всего в контексте выстраивания конвенциональных кодов, служащих для понимания Другого. В пространстве поликультурного общества сосуществуют различные культуры, отличающиеся системой ценностей и пространств «жизненного мира». Их взаимопересечения и взаимодействия постоянно изменяют мир идеологий, выстраивая новые способы взаимопонимания и контакта. Постструктурализм, продолжая традиции культурной антропологии, отказывается искать «общий знаменатель» культур и рассматривает их взаимодействие не как субординацию, а как координацию.

Семиология в лице постструктурализма выступила против системности — за разнородность; против одного культурного кода, общего для всех, — за движение различий. Отказавшись от поиска неких структурных оснований личности, Ж. Лакан призвал видеть в человеке «желание», постоянное устремление к «Другому». Для Кристевой, Дерриды, Барта текст и письмо стали оссацироваться с открытостью и непрерывностью процесса обмена коммуникацией. Монополизация духовных ценностей, свойственная классическому западному модерну, долгое время позволяла «игнорировать или, по крайней мере, ограничить множественность голосов культуры

и неабсолютность любого из этих голосов, оттесняя альтернативные точки зрения на периферию в качестве вторичных вариаций основного порядка». (Примером «оттесняемой альтернативности» являлась в том числе и идея М. Бахтина о «карнавальном» разноречье массовой культуры, которое господствующий культурный канон стремился подавить)⁸.

Развенчивая идею рационально организованного порядка, постструктурализм показывает действие «рациональных» кодов в невидимых, на первый взгляд, «картинках» и «текстах», таких как язык рекламы, моды, и показывает, что этот «язык» есть орудие конвенционального порядка, направленное в действительности лишь к тому, чтобы управлять сознанием людей с целью достижения «униформности» их образа, реакций и поведения.

Постструктурализм отчетливо показывает, что человеческая коммуникация оказывается в зазоре между символом (олицетворяющим слово) и сформированным на его основе конвенциональным кодом и симулякр, олицетворяющим подмену слова и конвенциональных значений, происходящую в том вирусном процессе неразличимости, который играет первостепенную роль во всех событиях наших дней⁹.

РАЗЛИЧИЕ и НЕРАЗЛИЧИМОСТЬ становятся факторами культуры и коммуникации, факторами открытости конкретного исторического процесса и его замкнутости на собственный внутренний мир, факторами взаимопонимания и его отсутствия. У. Эко видит выход из подобной ситуации в том, что призыв к описанию отдельных семиотик как закрытых, строго структурированных систем, рассматриваемых в синхронном срезе, не противоречит коммуникативной модели «открытого процесса», в котором сообщение меняется по мере того, как меняются коды. Использование же тех или иных кодов «диктуется идеологией и обстоятельствами». При этом «вся знаковая система непрестанно перестраивается на основе опыта декодификации, и весь процесс предстает как поступательное движение семиозиса»¹⁰. Ж. Бодрийяр показывает другую тенденцию: обезличивание кодов, их подмены, исчезновения, — характерную для процессов чистой симуляции. Движение семиозиса — развития знаковых систем — при этом столь искажается, что мир символики, как носителя значений, становится неузнаваемым для человека.

В трактовке У. Эко все явления культуры, являясь знаковыми системами, являются одновременно феноменами коммуникации¹¹. Но почему сообщает человек? «Именно потому, что он не в состоянии охватить все единым взглядом. И поэтому есть вещи, которых он НЕ ЗНАЕТ, но о которых ему нужно СКАЗАТЬ. Недостаточность познавательных способностей и пре-

вращает коммуникацию в чередование того, что мы знаем, с тем, чего мы не знаем. А как вообще может быть сообщено нечто неизвестное? Противопоставления и различия заставляют неизвестное всплывать из глубин неведомого»¹². Выявление различий, стремление поведать о них ведет к акту коммуникации. «Другой» всегда вторит голосу «Я». А «Я» структурируется, ассимилируя «Другого». Бесконечность различий, лежащих в основе человеческого бытия, заставляет человека вопрошать о неведанном и сообщать о нем. Но структура человеческой коммуникации всегда остается внешней, поверхностной по отношению к неведанному и сокрытому. «Всякое исследование структур коммуникации, — утверждает Эко, — выявляет не какую-то залегающую в глубине структуру, а отсутствие структуры, locus непрестанной «игры»¹³. Разгадывая означаемое, человек не в силах узреть его истоки. «Если цепь означающих и истоки — это одно и то же, то как возможен ее объективный анализ, ведь означаемое нуждается в непрерывном вопрошании, и стало быть, в герменевтическом толковании?»¹⁴. Ж. Пиаже увидел в теории М. Фуко «структурализм без структуры». У. Эко также уходит от «последнего основания» коммуникации, считая ее лишь «знаком» неведанного, о котором человек вопрошает Другого.

Обосновывая различие сущего и бытия по месту, У. Эко проговаривает платоновскую идею об «изначальном месте», где помещено бытие. «Но мы-то не там. Мы всегда в ДРУГОМ МЕСТЕ»¹⁵.

«Оттесняя все прочие философские толкования, философские абстракции, РАЗЛИЧИЯ и ОТСУТСТВИЯ преобразуются в ПРИСУТСТВИЕ, и оно-то единственно и достойно упоминания.

Впредь всякий, кто хочет объяснить феномен коммуникации, если он последователен, должен считать, что:

- а) язык предшествует человеку и даже учреждает его как такового;
- б) не человек говорит на том или ином языке, но язык «проговаривает» человека ... (согласно тем законам и правилам, которые человеку не дано познать)»¹⁶. Но если для У. Эко в ПРИСУТСТВИИ, где сталкиваются различия, и происходит встреча с коммуникацией, то для Бодрийера в современном вирусном процессе трансмутационного НЕРАЗЛИЧЕНИЯ происходит крушение метафоры, а коммуникация лишь демонстрирует неспособность общества преодолеть свои границы и устремиться к иным целям¹⁷.

Проблема символа и симулякра является ключевой для современной коммуникации, возникающей в пространстве культурного плюрализма, где различие все активнее сталкивается с неразличимостью, конвенциональный код — с вирусом, а процессуальный характер коммуникативных явлений то вступает в конфликт с гипостазированными фазами процесса

коммуникации, то замыкается сам в себе, создавая неопределенность и невозможность вновь овладеть символами и знаками «отсутствующей структуры». Отражает данное столкновение ПРИСУТСТВИЕ в коммуникации, апеллирующее то к разгадке кода-символа, то к уничтожению кода-симулякра. Что же такое символ и чем он отличается от своей подделки — симулякра? Позволяет ли ПРИСУТСТВИЕ в коммуникации отличить одно от другого?

«Лучше погибнуть от крайностей, чем от отчаяния». Таков эпитафия к книге Ж. Бодрийяра «Прозрачность зла». «Различию нет разумного применения... Универсум различия повсюду оказывается в полном тупике, который является тупиком самого понятия универсум». Различие вернулось к нам в неузнаваемом обличье — исламском, расистском, в качестве иррационального, неумолимого отличия¹⁸. Другие культуры, считает Бодрийяр, никогда не стремились ни к универсальности, ни к различию, пока им не начали насаждать их. Они живы своим своеобразием, своей исключительностью, непреодолимостью своих ритуалов и своих ценностей¹⁹. Для других культур миф остался всеобъемлющим смыслом, а не мифологическим значением, раскрываемым в дискурсе. Именно поэтому для других культур и неприемлема «коммуникация как сценарий».

Но социальная «неразличимость» культурных кодов все больший акцент делает на субъектном «различии». На практике мыслящий человек (субъект или агент) способен оценивать, к примеру, преподносимую ему виртуальную реальность и реальную реальность, различать разумное и неприемлемое. Субъект (в отличие от актора) наделен сознанием и волей, множеством самопроявлений, способен к творческой деятельности и взаимным отношениям. Этот факт фиксирует и социальная теория. Так, концепция структуризации Э. Гидденса противостоит безвольному парсоновскому «актору», аргументация в защиту «агента» близка идеям западноевропейских марксистов 70-х гг.: человек может быть субъектом, он всегда волен поступать иначе или не действовать вообще. У Гидденса агенсу — агентность, заменившая парсоновское action — действие, — не ряд дискретных актов, соединяемых вместе, а непрерывный поток поведения, «поток реальных или планируемых вмешательств телесных существ в постоянный процесс события-в-мире». «Агентность» — осознанный, целенаправленный процесс, сопровождаемый «мониторингом» субъекта действия своего поведения, ситуации и т. д.²⁰ «Жизнь в веке информационном требует... большего объема социальной рефлексивности. ...нам приходится думать или размышлять об обстоятельствах, в которых мы проводим жизнь»²¹. Тема человеческого сопротивления, противодей-

ствия активно разрабатывает современная социология. Вслед за «агентностью» Гидденса Г. Йонас (Германия) поднял на новый уровень теорию социального действия, дополнив ее элементами творчества, а также преодоления противодействий²².

Все более дифференцированной становится «субъектность» в лице актора, агента, дивидуума, сетенина и т. д. Но культура есть совокупность символических систем. Значимость же образов сегодня такова, что приходится использовать весь набор герменевтических и семиологических средств для выявления их социальных значений и смыслов. При этом важна не логика некой «картины», а интерсубъективная практика понимания образа.

Бодрияровская «коммуникация как сценарий» не тождественна «знаку коммуникации», который У. Эко помещает на границе семиологии и горизонтов практики. У. Эко строит модель открытого коммуникативного процесса, подчеркивая процессуальный характер коммуникативных явлений. Процесс коммуникации есть некая целостность, но, чтобы ее увидеть, надо «снизойти к анализу фаз этого процесса»²³ и обнаружить закрытые универсумы семиотик (или универсумы отличных культур). «Таким образом, формированию закрытых универсумов сопутствует осознание открытости процесса, вбирающего эти универсумы в себя и перекраивающего их; но сам этот процесс может быть выявлен только в виде последовательности закрытых и формализованных универсумов»²⁴.

Проблема различия, отличия и неразличимости решается через понимание коммуникации как открытого процесса, вбирающего в себя и всеобщность движения семиозиса, и в то же время процессы, описываемые семиологией дискретно в границах закрытых универсумов. Примером таких закрытых универсумов, по мысли У. Эко, могут служить культурные коды, которые включают в себя системы поведения и ценностей; проявляются в этикете (как системе жестов, конвенций, табу, иерархий); системах моделирования мира (мифах, легендах, отражающих глобальное видение мира с позиций какого-либо сообщества); типологии культур (основанные на описании кодов, с помощью которых та или иная культура строит конкретные сообщения).

Проблема различия становится сегодня методологическим ориентиром анализа социального и культурного пространства человеческого существования. Эпистемологическая модель понимания (в духе системных идей Г. Бейтсона) обращена не столько к индивиду, сколько к интерпретации образа в системе отношений индивида, ради которых (отношений) образ, собственно, и создается. Культурное пространство жизни показывает, та-

ким образом, значимость бытия другого «до меня», что является ключевым условием развития человека между системой и жизненным миром, между коммуникативным и коммуникационным, между «зеркалом» и «экраном».

¹ Делез, Ж., Гваттари, Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург, 2007.

² Ribeiro Maria Manuela Tavares (coord.) Identidade Europeia e Multiculturalismo. Coimbra, 2002.

³ Миронов В. В. Коммуникация глобальная. - Глобалистика: Энциклопедия. «Диалог». М.: ОАО Издательство «Радуга», 2003.

⁴ Там же: Миронов В. В. Коммуникация глобальная. - Глобалистика: Энциклопедия. «Диалог». М.: ОАО Издательство «Радуга», 2003.

⁵ Леви-Стросс К. Тотемизм сегодня. М., 2008. С.75.

⁶ Заметим, что «высший уровень» — это не только уровень властных прерогатив, но и массмедийной всесильности.

⁷ Леви-Стросс К. Структурная антропология. М.1983. С.16.

⁸ Гаспаров Б. В поисках «другого». Французская и восточноевропейская семиотика на рубеже 1970-х годов. <http://www.socio.ru.nlo/1996/14/gaspar-1-pr.html>

⁹ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000.

¹⁰ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.411.

¹¹ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998. С.33

¹² Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.14-15.

¹³ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.23.

¹⁴ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.23-24.

¹⁵ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.15.

¹⁶ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.22-23.

¹⁷ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000.С.21

¹⁸ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000.С.193.

¹⁹ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000.С.195.

²⁰ Giddens A. Central Problems in Social Theory. Action, Structure and

Contradiction in Social Analysis. L.-Basingstoke, 1979,p.55-56.

²¹ Гидденс Э. Социология. М., 2005, с.585.

²² Joas H. The Creativity of Action. Chicago: Univ. of Chicago press. 1996.
См. также – <http://www.dialogon-leadership.org/joas-1999.html>.

²³ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.412

²⁴ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.С.412

МЕЖДУ ГЛИНОЙ И ИНТЕРНЕТОМ

По сравнению с техникой предыдущих поколений компьютер и уж тем более пространство Интернета могут показаться квинтэссенцией виртуальности. На самом деле компьютер осуществляет сразу и уход в бесплотные виртуальные миры, и потребность человека в тесном физическом контакте с посюсторонними материальными вещами. Чтобы осознать феномен компьютера, попытаемся рассмотреть его как вариант носителя и хранителя информации. А заодно подумать о том, нет ли у информационного пространства в компьютере хотя бы отдаленного родства с какими-либо предшествовавшими носителями информации.

Оговоримся заранее, что в данной статье мы не будем рассматривать самые древние формы фиксирования информации, каковыми были рисунки и пиктографическое письмо на поверхности скал, стенах пещер и прочих природных образований. Нас интересуют мобильные носители информации, которые не привязаны к определенному ландшафту и которые возможно относительно свободно передвигать с места на место.

Информация в компьютере существует в виде всевозможных блоков, имеющих визуальные параметры и связанных между собой структурой так называемых «ссылок». Но перед глазами воспринимающего в один и тот же момент может находиться только тот фрагмент информационного поля, который умещается на экране. Там можно открыть и совместить, симультанно используя, несколько веб-страниц. Но и в этом случае на экране монитора будут видны только те части веб-страниц, которые могут там физически распределиться, частично перекрывая друг друга. Эту композицию фрагментов можно трансформировать, но ее нельзя взять и «растянуть» так, чтобы она вдруг стала занимать больше места, чем занимает сам экран. Он — во всяком случае, на данный момент — не подвержен физическим растяжениям или сжатиям, не меняет своей пластической формы. Он обладает неизменными физическими параметрами и не может быть то более, то менее длинным, то более, то менее широким.

Форматирование

Иными словами, экран компьютера не похож на свиток папируса, к примеру, который можно развернуть в большей или меньшей степени, от-

крыв для взора зрителя и читателя фрагмент зафиксированной информации, плавно меняющий физический размер и сами границы информационного поля. Папирус можно даже развернуть сразу весь и воспринимать информацию, записанную на нем, постепенно двигаясь вдоль его линии. В подобном случае в поле зрения индивида все равно будет вмещаться именно то физическое количество формальных обозначений, которое сможет одновременно ухватить взгляд. Этот человеческий взгляд будет в силу своих особенностей вынужден производить визуально-временную фрагментацию считываемого, не трансформируя и не реорганизуя сам папирус. Временным кратчайшим периодом будет время от одного моргания до другого. Визуальной же «единицей» считываемого информационного поля окажутся естественные границы «поля зрения» человеческих глаз.

Неминуемая физическая фрагментация и фокусировка на фрагменте, за пределы которого одновременно человеческий взгляд выйти не может, будет происходить как бы сама собой, вопреки той структуре, которую представляет свиток. А он представляет сплошной монолит информации, поток условных обозначений, не разделенный на физические дискретные фрагменты. Это своего рода дорога или река информации, вся суть ее заключается в физической нерасторжимости деталей, фрагментов, частей. Их можно лишь умозрительно отсекают друг от друга, можно лишь представлять, что между ними расположены некие физические зазоры, пустоты, паузы. Тем не менее, зазоры и паузы имеются лишь в восприятии развернутого свитка человеческим физиологическим аппаратом, не столь уж совершенным и всевластным.

Глазу не остается ничего иного, как идти по той дороге информационных компонентов, которой является свиток. Глаз может вернуться чуть назад или перескочить вперед, миновав некоторые условные знаки, несущие информацию. Но он все равно будет вынужден перемещаться вдоль одной и той же дороги, одного и того же пути, из которого физически нельзя взять и вырезать (выбросить, изъять) даже самый маленький кусочек, не повредив физически свиток. В этом смысле свиток подобен организму, не случайно он аналогичен спеленатому ребенку или куклке насекомого.

Хранение и восприятие информации в свитках давно осталось в истории. Как пишет Мак-Люэн со ссылками на работы Мозеса Хадаса, Люсьена Февра и Генри-Жана Мартена, кодекс вытеснил свиток в период раннего средневековья, и прежде всего благодаря компактности и удобству карманных молитвенников и часословов¹.

Возможно, свитки перестали устраивать тем, что задавали одну линию, по которой возможно развивать движение взгляда — свобода созда-

ния индивидуальной траектории взгляда предельно ограничена. Свиток подчеркивал пассивность человека, следующего предначертанной изначально «дорогой судьбы». Свиток напоминал о непреодолимых физиологических границах зрения, а не подстраивался под них. В действительности компьютер позволяет пользователю передвигать визуальную информацию и по принципу свитка тоже — выше или ниже, назад или вперед. Но это именно принцип свитка, он бесплотен и не делает экран компьютера внешне похожим на свиток.

Еще раньше, чем изобрели папирусный свиток, зародилась принципиально иная форма хранения информации — глиняные дощечки Месопотамии, древнейшие из которых относятся к III тысячелетию до н. э. Видимо, своим появлением они обязаны общей склонности месопотамской культуры к кирпичному строительству. Кирпич как таковой изобрели именно при строительстве месопотамских городов. Для конца IV — начала III тысячелетий до н. э. были характерны тонкие плоские кирпичи «римхены», существовал и так называемый «односторонне-выпуклый» кирпич², походивший на экран телевизора и компьютера до эры плоских экранов.

Дома и целые города, в основе строительства которых лежит техника укладки и сцепления кирпичей, воплощают концепцию целого, которое состоит из мелких рукотворных частиц, образующих систему. И эти частицы, эти первоэлементы, «клетки» системного целого подходят к человеческой ладони, подтверждая то, что человек их создает для себя, ориентируясь на свои нужды, возможность, комфорт взаимодействия.

Человеческий рукотворный мир с помощью кирпичей подтверждает то, что он есть упорядоченное множество первоэлементов, каждый из которых прост и «односложен», легок для восприятия. Мир людей можно разложить на компоненты, раззять и снова смоделировать, воспринимать по частям, по фрагментам, шаг за шагом, как происходит кладка стены.

Свиток интерпретирует информацию как систему визуальных знаков, распределенных по материальному органичному телу — это своего рода письмена, наносимые человеком на природный организм, подобно татуировке на кожных покровах. Глиняная табличка с клинописным текстом — это искусственное на искусственном, оно не пытается воспроизвести формы органической природы, но откровенно демонстрирует свою рукотворность. Иными словами, здесь воплощается идея тотальной культуры и цивилизации.

По свидетельству шумерологов, глиняная табличка — это квадрат или прямоугольник, к примеру 23x23 см или 10x12 см³. Размеры могут быть разными, в пределах практического удобства. Это еще более плоский кир-

пич, который используется не для строительства физических зданий, но для складирования информации, состоящей из более мелких по размеру формальных обозначений, чем сам кирпич. Клинопись — это «кирпичики» информации на «кирпиче» человеческого строительства. Многие тысячи подобных кирпичей, то есть глиняных табличек, были найдены археологами — месопотамская библиотека сродни складу строительных материалов.

Думается, данная система фиксации и хранения информации в древней Месопотамии сложилась не только потому, что местность между Тигром и Евфратом богата глиной, закономерно явившейся и строительным материалом, и материалом для домашней утвари, и для художественной пластики. Строительство являлось в Месопотамии делом сакральным, божественным. Правители городов-государств изображались несущими корзину с глиной на голове и принимающими участие в закладке храмов. Другие изображения показывают момент, когда царь предстает перед богом и получает от него символы власти. По одной версии, это жезл и кольцо, а по другой, на наш взгляд, более точной, это жезл и мера длины, свернутая в колечко.

В эпосе о Гильгамеше недвусмысленно заявляется, что великие города строили боги.

Урук — божьих рук работа,

Эана — храм, спустившийся с неба:

Великие боги его создавали!

Воплощается логика, естественная для архаического подсознания. Чтобы решиться на грандиозное строительство и довести его до конца, преодолев сложные погодные условия, преображая поверхность земли и соотношение влажного и сухого в ней (осушение болот, строительство оросительных каналов и пр.), необходимо уверить самих себя в том, что эти великие усилия предпринимают не обыкновенные люди, а боги. А уж всемогущие боги могут действовать посредством людей, вкладывая в них свою силу и умение. Люди строят города, мысленно перевоплощаясь в богов, повторяя божественные деяния, подражая им. Собственно люди сами тоже слеплены богами из глины, и именно затем, чтобы освободить богов от многих хлопотных созидательных акций⁴.

В контексте божественного происхождения города, в понимании Месопотамии, любое строительство новых городов — это не только повседневный труд, процесс длительного созидания, но и своего рода ритуальное воспроизведение божественного деяния, зеркальной связи и аналогии земного и небесного.

Кирпич — первоэлемент строительного материала, то есть первоэлемент и незаменимый реквизит сакрального предприятия.

Глиняные таблички — разновидности кирпича. Как нам кажется, таблички тоже, хотя бы на подсознательном уровне, ощущались как нечто сакральное, как и всякий реквизит ритуальных действий и сакральных деяний. (В связи с этим символично сленговое обозначение академического труда в виде толстой книги или переплетенной рукописи именно как «кирпича».) Только строительство и запись информации объединяли в себе ритуальное и обыденное, сакральное и прагматичное. Фиксация бесплотной информации в материальных формах, складирование и хранение информации в Месопотамии объективно обладали родством с сакральным строительством.

Запечатлению всевозможных данных о человеческой деятельности не случайно отводилась весьма существенная роль, превышавшая чисто практические нужды учета и запоминания. Известный исследователь культуры древней Месопотамии Сэмюэл Н. Крамер отмечает факт рождения доктрины о божественном созидательном слове. «Богу-творцу достаточно было что-либо задумать, а затем произнести слово...»⁵. Значит, запечатлеть слово, материализовать его — это как бы создать аналогию божественному началу.

Писали на глиняных табличках с помощью палочки, макаемой в воду. По размерам и технике письма человек с бумажным блокнотиком и шариковой ручкой или человек с электронным коммуникатором и специальным карандашиком чем-то сродни древнему месопотамскому писцу. Также компактное материальное поле, на котором тоже появляются знаки при касании заостренным продолговатым предметом. Теперь есть карманные компьютеры, приводимые в действие касаниями самой руки, движениями одного или нескольких пальцев, работающих в качестве палочки, но не процарапывающей, а указующей, листающей, как бы транслирующей условные обозначения из сознания пользователя прямо на экран.

Человек с глиняной табличкой и палочкой или же читатель таблички принципиально отличается от созидателя и читателя свитка. Он подобен богу, который держит в руке готовый элемент для моделирования новой постройки. И как богу, ему должно быть очень комфортно — ведь не может бог не иметь власти над своими созданиями. Табличка равна человеческим возможностям зрения, идеально на них рассчитана. И потому человек с табличкой имеет причины ощущать себя обладателем силы и власти, с которыми и ассоциировалось божественное начало.

Глина, будучи во влажном состоянии материалом податливым, эластичным, способным многократно изменять форму, в чем-то аналогична

электронному виртуальному миру внутри компьютерной коробки. Там можно сотни раз писать и стирать написанное, менять контуры рисунка, трансформировать многие параметры присутствия и хранения информации — это глина, которая никогда не застывает окончательно, если ей не прикажешь.

Однако экран компьютера предоставляет пользователю ровно столько строительного материала, сколько тот в состоянии обозреть и удержать в поле зрения сразу. Табличка тоже обладает физическими параметрами, которые подходят для одновременного попадания в поле зрения индивида. Табличку можно сразу окинуть взглядом, сразу вместить в границы своего физического радиуса обзора, получив иллюзию владения всей информацией, которую она содержит. Обладая же информацией, можно уже не торопясь, знак за знаком ее изучать, потреблять. Физическое обладание в данном случае наступает целиком и сразу, в один момент времени. А в случае со свитком обладание приходит постепенно — как невозможно сразу взять и прожить все время своей жизни или «размотать» время чужой, наблюдаемой жизни.

Электронный коммуникатор может и наверняка содержит в себе информацию, принципиально превышающую ту ее часть, которая способна уместиться одновременно на его экранчике. Но это родство со свитком в постепенности завладения информацией, в ее поступательном и практически бесконечном раскручивании с помощью команд, таится внутри любого компьютера, спрятано, а не демонстрируется со всей визуальной непреложностью.

Электронный коммуникатор, как и экран обыкновенного компьютера, тем и хорош, что типологически совпадает с формой глиняной таблички, подходящей для человеческого визуального считывания без ощущения ограниченности собственных физических возможностей. Человек XXI века с коммуникатором и карандашиком — держатель предмета, генетически родственного божественному началу, божественному созиданию с помощью вербализированной, сформулированной воли.

Однако и задолго до появления современных средств фиксации и хранения информации человечество в рамках цивилизации европейского типа избрало ту линию развития, которая стартует от глиняных табличек. Книга-кодex, утвердившаяся в средневековой Европе, наследует ту же идею компактной, неизменной в своих физических параметрах плоскости, которая не превышает возможностей одновременного обзора человеческим взором.

Только вместо глины используются теперь иные, более легкие и тонкие материалы, а сами «таблички» становятся страницами, связанны-

ми в определенную строгую последовательность. Таблички, складированные в древних библиотеках-складах Месопотамии, в чем-то сродни городам того периода, в которых массивы зданий нередко образовывали лабиринты, почти не имеющие улиц и переулков, но развивающиеся как сплошной массив кирпичных построек. Кодексы напоминают отдельно стоящие здания, которые уже можно отделить друг от друга.

Отличие кодекса от свитка заключается и в том, что страницы кодекса можно воспринимать не в прямой, изначально закрепленной последовательности, но делать пропуски, возвращаться на некоторое количество страниц назад или перескакивать далеко вперед. Иными словами, кодекс не только задает поступательную линию, вектор, последовательность восприятия информации, не только делит информацию на дискретные поля-страницы, но и позволяет варьировать индивидуальное восприятие, корректировать изначально предложенные последовательности, не допуская до индивидуального визуальной восприятия целые блоки информации. Избирательность, индивидуальная селекция воспринимаемых блоков и индивидуальный выбор последовательности восприятия предельно возрастают при взаимодействии с кодексом. Кодекс можно мгновенно захлопнуть, а не долго скручивать в трубочку. Можно его и мгновенно открыть на любой странице — не случайно существует традиция гадания по странице и строке книги.

Таким образом, кодекс подразумевает активизацию волевого начала индивида, вариативность его манипуляций с предметным носителем информации, способность составления в сознании индивидуальной композиции интересующих страниц. Все это предельно роднит кодекс с компьютером, усаживаясь за который пользователь может сам определять траекторию своего движения от одного информационного блока, умещаемого на экране, к другому.

Монитор, клавиатура, мышка и жесты

Как справедливо замечал еще Бодрийяр, в ходе технических революций совершился переход «от универсальной жестуальности труда к универсальной жестуальности контроля»⁶ — работа человека за компьютером подтверждает это со всей наглядностью. Производя одинаково ненавязчивые нажатия на клавиши клавиатуры и на мышку, человек за компьютером может практически все — писать новое, читать старое, смотреть изобразительные материалы, вычислять, переставлять фрагменты условных обозначений и визуальных образов по индивидуальному желанию. Индивидуальная селекция, композиция, корректировка, свободное перемещение и коллажирование любой информации происходит «без швов»,

без разрушения материи заэкранной реальности. Физических действий человек практически не совершает, созидаемой или трансформируемой информации физически не касается, но лишь управляет действиями электронной системы. «Только после революционных перемен в источниках энергии, когда энергию, ставшую мобильной, стало возможно применять на расстоянии, запастись и исчислять, — человек и вещь вступают в новый объективный спор, в новую конфликтную диалектику, которая не содержалась в их взаимной целесообразности и сковывающей взаимосоотнесенности. Тем самым человек приходит к объективной социальной эволюции, и одновременно сама вещь приближается к собственной истинной сути, то есть к приумножению функций через раскрепощение энергии»⁷. Бодрийяр пишет о традиционных вещах, подразумевающих «жестуальность усилия» и взаимную несвободу человека и вещи, как о том, что осталось в прошлом. Современность, как полагает исследователь, производит другие вещи. Но означает ли это, что вещи новых поколений, вещи эры контроля и дистанционности не могут одновременно быть ценны и содержательны в качестве традиционных вещей, физически тесно соотнесенных с человеком, его движениями, жестами, поведением? Если физические усилия при взаимодействии с предметами минимальны и ограничиваются касаниями, означает ли это, что физические параметры вещей и взаимодействия с ними утрачивают свою важность?

Итак, обратимся к самому традиционному компьютеру, оснащенному отдельно лежащей клавиатурой и мышкой. Человек садится за стол — как будто писать или читать без компьютера. Он воспроизводит позу человека сидящего, которую вообще можно рассматривать в качестве наиболее репрезентативной для цивилизации современного типа. Человек нажимает на кнопку включения компьютера, находящуюся на стенке корпуса процессора. Потом кладет руки на клавиатуру и нажимает на клавиши пальцами. Или кладет одну руку на мышь, а другую оставляет на клавиатуре.

Но что такое клавиатура и почему к концу XX века развелось столько клавиатур? На одном рекламном постере в Вене начала 1990-х годов замученная и растрепанная дама за печатной машинкой соседствовала с этой же самой дамой, но уже веселой и хорошо причесанной, пересевшей за клавиатуру рояля. Весьма символичным было сопоставление и противопоставление двух «клавишных» механизмов.

Клавишные музыкальные инструменты стали активно развиваться в эпоху Ренессанса, параллельно с естественными науками, взлетом механики и началом эры технических революций, неуклонно автоматизирующих все больше и больше физических манипуляций. После клавикорда был изобре-

тен в XV веке клавесин, получивший несколько разновидностей. В начале XVIII века появилось первое фортепиано. В средние века орган являлся необходимым элементом сакрального интерьера храма, смотрелся как часть архитектуры. Впрочем, он нередко находился вне взоров прихожан и играл роль божественного гласа, звучащего во вселенной, и гласа человека, обращенного прямо к небесам. Эту концептуальную вертикаль, порыв ввысь и готовность улавливать внизу на земле то, что транслируется с небес, подчеркивают и трубы, образующие как бы стену — именно она и составляла визуальный образ органа, а не его клавиатура. Орган имел большие размеры, не соотносимые с размерами человека и повседневного жилища. Клавишные новых поколений — клавикорды, клавесин, фортепиано — были изначально более компактны, соотносимы с размерами человека и его жилища, органично вписываясь в среду прочей мебели. Они аналогичны столам и сундукам разной конфигурации, на ножках. Клавишные инструменты, камерные по сравнению с органом, служили выражению переживаний и представлений о прекрасном, соразмерных земному человеку, который живет на переломе от средневековья к Новому времени.

Вероятно, человеку той эпохи, как и более поздних периодов, стал необходим сам вид клавишного инструмента у себя дома — для компенсации недостижимого идеала. Возможно, клавиатура явила визуальный образ, который подсознательно воспринимался как символическая модель патриархального общества, пребывающего в утопической гармонии и синтезированного с элементами общества демократического, основанного на идее социального равенства. Покуда этот недостижимый в реальности идеал общественной гармонии сохранял актуальность, клавишные служили его хранителем. Вплоть до конца XX века наличие клавишного инструмента в домашнем интерьере оставалось признаком высокой культуры и социального благополучия семьи.

Из клавиатуры ни одну клавишу («ступень») нельзя выбросить без ущерба для целого, как из божественного мироздания и общественной лестницы, представлявшей средневековому сознанию тоже установлением Господа. Переставлять клавиши на различные места тоже нельзя — у каждой строго своя неизменная позиция в общей структуре, как у каждого общественного сословия. И никакой индивидуализм, никакие отдельно стоящие фигуры, стремящиеся диктовать миру свою волю, в клавиатуру не впускаются, они там излишни.

А структура зато, в отличие от патриархальной средневековой, перестает в клавишных инструментах быть преимущественно иерархической и все более меняет вертикальную организацию на горизонтальную. Соб-

ственно эпоха Ренессанса, с ее любовью к окружающему миру, с ее великими географическими открытиями, с ее культом *varietà* и распространением принципа линейной перспективы, как раз акцентировала ценности движения и организации деятельности по горизонтали. Утрачивающая или смягчающая наклон лестница (небесная ли, социальная ли), обретающая гармонию взаимодействия всех своих компонентов, равных по значению и правам звучания, — вот что такое клавишные инструменты рубежа Ренессанса и Нового времени. Музыка сфер, адаптированная к земному миру, оживает при пробеге человеческих пальцев по клавишной линии, подобной улице, нескольким улицам или площади.

В 60-х годах XIX века была изобретена пишущая машинка, которая представляет новый уровень компактности, располагается уже не на полу, а помещается на столе, являя портативный вариант типографии, этого храма «галактики Гутенберга». Печатная машинка организована во многом аналогично клавишным музыкальным инструментам, только без художественной звуковой составляющей. Наоборот, она создает шумовые антиэстетические эффекты, являя звуковой ад. Тем не менее, идеальная системность функционирования воспроизводится. Каждая клавиша необходима для полноценной работы целого механизма, имеет строго одну стабильную функцию, находится на одном и том же месте. Клавиша подобна послушному, сознательному гражданину общества, знающему свое место и свою специализацию.

Пальцы, играющие мелодии или печатающие тексты, нажимая на клавиши, работают от имени всего человека, являются представителями его духовно-телесной сущности. Пальцы играющего или печатающего управляют моделью общества, подобно божественным манованиям, и разгуливают по этой самой модели, как по структурированной местности. Завораживает и кружит голову свобода творчества, бесконечное многообразие вариаций воздействия на вполне вещные, внешне простые элементы, своего рода перwokлетки, какими выглядят клавиши.

В цивилизации Нового времени, усадившей человека сначала за клавиатуру, потом за печатную машинку, а потом за клавиатуру компьютера, пальцы рук начинают выполнять слишком много операций, являя нервные окончания творческой и волевой сущности индивида. Объятия в неинтимном общении все чаще заменяются на рукопожатие. Прощание происходит без поклонов и реверансов, часто даже без взаимных касаний индивидов — достаточно просто помахать рукой в воздухе. Многообразие эмблематичных жестов в XX веке особенно заметно на фоне «сидячего» образа жизни, малоподвижности, превалирования ценностей интеллектуального

труда, выключающего тело как некую активную целостность и концентрирующего активность в кистях рук и мимике.

О пассивности ног наша цивилизация заботиться особенно изобретательно. Транспорт, лифты, эскалаторы, мягкая мебель... Улицы городов уже более не мостятся булыжниками, но асфальтируются или бетонируются. Конечно, кое-где в пешеходных зонах или на тротуарах, примыкающих к учреждениям, желающим подчеркнуть свою особенность, кладут плитку или даже воспроизводят булыжную мостовую. Однако отказ от ручной работы, уплотнение рабочих ритмов и, главное, бурное развитие транспортных магистралей отменяет мостовые – они требуют слишком индивидуального отношения рабочего к каждому камню, а тяжести машин, автобусов и трейлеров камень все равно не выдерживает. В основном современные ноги, обутые в современную обувь, часто на очень плотной толстой подошве, ступают по сплошной гладкой поверхности асфальта, чья фактура нейтральна.

Ноги людей, преодолевавших городские пространства в прошлых столетиях, чувствовали выпуклости, неровности, неправильности камня. Где-то камень мостовых мелкий, шероховатый, остроугольный и уложен плотно, его отдельные острые и мелкие камешки ощущаются даже через зимний ботинок. Где-то камень крупный, округлый, уложен сравнительно свободно и требует сноровки перескакивания с одной каменной кочки на другую, как во дворе Тринити Колледжа в Дублине.

Но во всех случаях невозможно шагать по старинным мостовым и не чувствовать, что идешь по «наборной» дороге, которая сделана чьими-то руками, которая явилась результатом чьих-то ремесленных традиций, эстетических вкусов и специфики местных каменных пород. Тем самым ноги человека, шагающего по мостовой, косвенно встречаются с руками строителей — через результаты их рабочих жестов, движений, манипуляций. Ноги, обутые в рукодельную обувь, идут по поверхности, подробно проработанной присутствием и созидательной деятельностью других людей. Плотность жестов в обществе средневекового типа, вручную строящем пространство цивилизации, очень велика. Эти жесты и результаты деятельности их производителей обнимают человека со всех сторон.

Типографский набор шрифта стал своего рода пролонгацией принципа строительства мостовой, только уже информационной и обращенной к визуальному восприятию. Место булыжников заняли металлические отлитые литеры. Еще через несколько столетий клавиатура печатной машинки явила нечто вроде мостовой для прогулок пальцев рук, которые касаются отдельных «булыжников», и эти касания оказываются сигналами для печати символов — букв, цифр, знаков препинания и пр.

Вероятно, в человеке продолжает жить потребность в тактильном ощущении пространства как композиции дискретных частиц, как результата упорядоченного, последовательно осуществленного созидательного процесса. И если ноги более не уполномочены получать необходимые ощущения, эту потребность реализуют руки. А к тактильности прибавляется очень активная визуальная компонента восприятия.

Пока традиционные компьютеры с традиционной клавиатурой продолжают оставаться в обиходе, человек символически разгуливает с помощью жестов рук по символической мостовой, восполняя дефицит ощущений наборности, дискретности частиц, из которых состоит плотно проработанная жизненная среда цивилизации. Руки человека, работающего на клавиатуре, встречаются с жестами рук и машин, создававших клавиатуры, то есть модели идеального структурированного и дружного общества.

В своих предпочтениях и представлениях об удобстве человечество, как обычно, многократно чередует типологически сходные стадии. Сегодня многие электронные устройства вроде автоматических аппаратов для продажи билетов на вокзалах, банкоматов для осуществления платежей и прочее отказываются от клавиатуры с дискретными клавишами в пользу сплошного, пластически монолитного экрана, обладающего сенсорной реактивностью и требующего от пользователя касаний в определенных, визуально обозначенных местах. Это вполне аналогично движению цивилизации от булыжной мостовой к асфальту.

Наделяя компьютер музыкально-звуковой партитурой, фиксирующей выполнение компьютером тех или иных команд или операций, устраняя антиэстетизм шума от работы на клавиатуре, аналогичной пишущей машинке, современное человечество как бы синтезирует наследие музыкальных и печатающих клавишных в нужных на данный момент пропорциях.

Ну а что такое компьютерная мышка? Теперь она усовершенствовалась и может существовать без специального коврика. Но есть немало людей, предпочитающих держать настольную мышку все-таки на коврике — так им спокойнее. Одни объясняют это привычкой, другие — заботами о чистоте того пятка, по которому движется мышка. Третьи говорят, что мышка на коврике выглядит более красиво, особенно если коврик симпатичный. На самом деле компьютерная мышка, на выпуклой спинке которой лежит рука пользователя, — это полноценное домашнее существо, которое сродни верному псу, сидящему на своем месте (и возможно, на коврике) подле кресла хозяина, который держит руку на спине или голове своего питомца. Мышка дрессированная, она выполняет команды, она многое умеет, но самое главное ее назначение — быть рядом, на своем привычном месте.

В то же время мышка своими очертаниями и тем жестом, который подразумевает взаимодействие с нею, очень смутно напоминает то ли перевернутую чашу, то ли завершение жезла, то ли шишечку традиционной монументальной кровати. Рождение керамической цивилизации Азии в VI тысячелетии до н. э. определило ориентацию человечества на концептуальное созидание, сочетающее практическую повседневную функциональность и сакральность символического моделирования. «Глиняную модель... вселенной и создает человек. Микрокосм, который сделан руками и уподоблен по форме ладони-чаше, который приспособлен к пропорциям человека и служит его нуждам, но одновременно вмещает в себя весь мир во всей его целостности и упорядоченности, в объективной данности и субъективном осмыслении, — вот что такое расписной энеолитический сосуд». Мышка-чаша заключает в себе уже не «весь мир», но коды доступа ко всему виртуальному миру компьютера, являя средоточие энергии управления и направления творческих импульсов и волевых усилий пользователя. Мышка — средство отдавать приказы с минимальной затратой физических усилий, сохраняя почти полную неподвижность даже кистей рук.

Раньше для подкрепления своих повелений и указаний властитель пользовался жезлом. Навершие жезла должно было подчеркнуть и как бы явить концентрацию идеи власти и порядка.

А шишечки кровати были полны уважения к идее личного физического отдыха, который дается тем, кто достаточно прочно и основательно устроен в социальной действительности. Ведь ножки кровати в верхней части, как правило, имели вид столбцов и завершались либо шишечками, либо шарами или чем-то еще, аналогичным кроне дерева и капители древнегреческой колонны. Тем, что может достойно венчать границы пространства для отдыха и отдохновения. А еще раньше традиционное ложе человека, занимавшего относительно высокую социальную ступень, имело полог, навес и столбы, то есть воспроизводило модель вселенной с небесным сводом, который опирается на столбы, стоящие на земной тверди. Пластическое завершение столбцов кровати как бы хранило в себе память о высоком предназначении опор — поддерживать не только ложе-твердь земную, но и небеса-полог, соединяя их в целостную структуру и даруя им прочную замкнутость, конечность, ясность.

Мышка компьютера — это как бы стесанный и сплюснутый намек (как стесана и отшлифована человеческими касаниями до состояния «ласты» ступня статуи Святого Петра в соборе Св.Петра в Риме) на власть держать всю вселенную в горсти, под личным контролем. Мышка — на-

мек на шишечку или наверхие сакрального столба, колонны или хотя бы на обломок подлокотника кресла. На то, что подчеркивает право человека на власть, покой, комфорт и ясность очертаний мироздания.

Экран же компьютера — модификация водной глади, витража, а также волшебного зеркала, волшебного блюдечка, показывающего картины достоверной или представляемой реальности, физически отсутствующей в непосредственном доступе. В то же время экран компьютера ничем не хуже экрана телевизора, который сродни пламени костра, заключенному в рамку камина (о чем мы писали в статье «Телевизор как звено культурной эволюции» в «Науке телевидения», выпуск 5.) И в любом случае экран компьютера — что бы там внутри ни происходило — это выход в большой мир, в бесконечность внешней реальности и человеческого сознания.

Таким образом, садясь за компьютер, человек собирает перед собой символические воплощения важной триады. Дом: кнопка включения в процессоре, подобна двери с замочной скважиной; мышка с ковриком — питомец — это знаки покоя, власти, комфорта, владения информацией о мире. Город: клавиатура подобна мостовой, настольной площади для пальчиков, для выбора стратегии. Мироздание: экран подобен окну в большой мир, в бесконечность визуальной трансляции. Вот вам и модель универсума, разделенного на уровни, сферы, зоны, необходимые человеку в своей взаимосвязи.

Раньше индивид выходил из церкви, шел по мостовой к дому, открывал дверной замок ключом, входил, садился за клавиши или в кресло перед камином. Играл, передвигая пальцы по клавишам. Или просто сидел, глядя на игру пламени, думая о чем-то, опираясь на подлокотник либо положив руку на спину верного пса. А сейчас у человека нет в среднестатистической повседневности ни походов в здание, воплощающее вселенский порядок и его устройство, ни прогулок по мощеным улицам, которые осуществляли бы «вручную» поддержку человека на земной тверди.

Изо дня в день человек вынужден идти на работу или в магазин — туда, где мир представлен фрагментарно или подает целостность мироздания в сниженном варианте (супермаркет, гипермаркет). Изо дня в день человек больше ездит, чем ходит. А если ходит, то по тротуарам, чья нейтральная фактура не несет в себе напоминаний о прикосновениях человеческих рук. Ничто уже не говорит о том, что прежде катка успела поработать рука рабочего, накладывавшего или хотя бы помогавшего машинам разравнивать горячий асфальт лопатой. Если человек не знает, как возникают асфальтированные дороги, он может никогда не догадаться о технологии их создания.

Но где-то человеку необходимо восполнять недостающие компоненты окружающей реальности, служащие гармонизации души и ощущению постепенности переходов от малого к большому и бесконечному. Поэтому современный человек так полюбил сидеть перед включенным компьютером, даже если ему не хочется ничего с помощью него делать. Ему нужно само пребывание в означенной выше мизансцене, когда мир весь рядом с ним.

Между вечностью и концом света

Тотальная компьютерная связь — Интернет — являет собой уникальный и очень показательный для нашего времени тип бесплотного виртуального бытия. Отчасти интернет-общение служит замещением идеи встречи «на том свете» и разговора душ, о котором мечтал еще Данте. Жизнь человеческого тела в XX веке настолько раскрепостилась, настолько освободилась от табу и нормативности, ее культ был и есть столь назойлив, что, наконец, человечество изобрело способ вести активную жизнедеятельность вне индивидуального телесного контакта и даже соприсутствия с партнерами по общению.

Пространство Интернета подразумевает не только круглосточные возможности контактов разной степени симультанности, двусторонности или же разрыва во времени, односторонности. Интернет — это еще и возможность бесконечного складирования и сохранения информации без замусоривания и загромождения трехмерного жизненного пространства. А главное, процесс электронного хранения и динамической жизни информации совершенно не подразумевает неминуемости ее физического старения, дряхления, порчи, износа. И это не просто удобно.

Во второй половине XX века развернулась очередная революция. На сей раз радикальной трансформации подверглись представления о естественном и оптимальном сроке жизни вещей. Постепенно в нашу жизнь вошли одноразовые пакеты, носовые платки, полотенца, посуда, пеленки, авторучки, фотоаппараты, обувь, майки и прочие предметы повседневного обихода. Родившиеся в 80-х годах XX века даже не могут уместить в голове того факта, что раньше существовали исключительно многоразовые подгузники, которые надо было стирать, кипятить и использовать снова и снова. Трудно признать, что еще в 80-е годы мы все запросто пользовались многоразовыми «общими» стеклянными стаканами в уличных автоматах с газированной водой, и стаканы эти споласкивались лишь самой обыкновенной холодной водой. На территории бывшего СССР 1990-х годов в кафе доволь-

но часто одноразовые стаканчики, чашечки и тарелочки использовали как обычную посуду, которую можно мыть и загружать едой много раз. С тех пор многое изменилось, в нашей стране наконец осознали преимущества одноразовых предметов.

Однако для человеческого сознания перегруз жизненного пространства одноразовыми вещами несет в себе опасность стресса. Все слишком быстро течет и используется, слишком быстро списывается и пускается в расход, объявляется отжившим свое или даже вредным и неподходящим для дальнейшего употребления. А хорошо ли это: бесчисленная армия предметов, нуждающихся в постоянной замене на очередных себе подобных?

Уважающие себя рестораны никогда не ставят на стол минеральную воду в одноразовых пластиковых бутылках, только в стеклянных. Солидные авиакомпании и прочие фирмы, стремящиеся подчеркнуть свою надежность, приверженность традициям и эталонам эстетизма, предпочитают многоразовую посуду и пр.

Посреди мира, где происходит бесконечное использование и выброс одноразовых предметов, Интернет оказывается воплощением вечности и несносимости бесплотных ценностей. В принципе то, что попало в Интернет, имеет шансы просуществовать бесконечно долго. Чем меньше физических оболочек, тем здоровее и прочнее содержимое. Оно может устареть, но ему ничто не мешает сделаться тенью истории на электронных носителях и продолжить жить дальше уже в новом статусе.

Наш мир неуклонно стимулирует спрос на индивидуальное, автономное использование, реализующее право человека на атомизацию внутри глобального мирового сообщества. Ведь и у сотового телефона одна из главных функций — принадлежность одному лицу, а не семье и не коллективу. Индивидуальные гигиенические средства, индивидуальные наушники, индивидуальные туры, приватные средства очистки воды и воздуха, средства установления микроклимата в закрытых помещениях, «ваш эксклюзивный стиль» — не слишком ли много индивидуального и иллюзорно индивидуального?

Интернет же, которым каждый пользуется индивидуально, практически нельзя поделить и приватизировать. Вся его прелесть в том, что он общий и степень его общедоступности весьма высока. Есть отдельные платные ресурсы. Но это, скорее, исключения из правил. И потом даже коммерческие нюансы пользования Интернетом не способны всерьез превратить его в ряд индивидуальных вещей и акций. Он остается непрерывным пространственно-временным явлением, воплощая не только идею вечности,

но и бесконечности. Интернет не может закончиться, его не может на кого-то не хватить, туда нельзя не поместиться.

Из Интернета на частный компьютер могут поступить вирусы. Но они не могут заразить нас самих. В мире, где активизируются вирусные заболевания, где вместе с глобализацией возникают особо благоприятные предпосылки для фланирования инфекций «без границ», Интернет остается для человека успокоительно незаразным.

Вдохновляющие свойства Интернета образуют цивилизационное замещение комплекса райского спасения — вне парадигмы традиционной нравственности. В Интернете могут поместиться все и все, а не только самые достойные или самые необходимые для продолжения бытия земной фауны. Интернет безграничен в отличие от ковчега и терпим к человеческому несовершенству в отличие от традиционного рая, который надо заслужить.

Интернет потенциально доступен всем тем, кто принадлежит к современной цивилизации хотя бы на уровне самого элементарного юзерства. Формы и масштабы интернет-бытия в каждом конкретном случае изначально не нормированы. Так неужели же у Интернета совершенно нет никаких границ?

И вот тут следует признать то, о чем мы часто забываем или вообще предпочитаем не думать — хрупкость и отсутствие гарантий бессмертия нашей цивилизации. Она кажется нам грозной, жестокой, вездесущей и бесконечно изобретательной. Но это не означает, что она не может подвергнуться разрушению и исчезновению. И тогда в археологических слоях, вполне возможно, останутся элементы традиционной материальной культуры. Но то, что существует и работает лишь после включения электричества, не может остаться в том случае, если электричества нигде нет.

Отдельная книга или старинный папирус могут продолжить существовать даже тогда, когда прекратилось производство книг или папирусов. Они будут продолжать пребывать в этом мире до тех пор, пока под влиянием внешней среды, в длительном временном периоде не уничтожатся совсем. И такой период постепенной деструкции предметного носителя информации может тянуться весьма и весьма долго, как показывает история. Чтобы воспринимать древнюю рукопись, ее не надо никуда включать — может возникнуть необходимость ее расшифровать, чтобы понять ее смысл. Но само восприятие, сам доступ к условным обозначениям, содержащим информационный язык, даны сразу вместе с «телом» кодекса, свитка или глиняной таблички.

А что если настанет такой момент, когда и электричества больше не будет, как сказала бы Библия? Для электронной культуры это и станет кон-

цом света. Собственно и в наши дни, когда случаются сбои в электроснабжении, каждый рядовой пользователь переживает репетицию компьютерно-интернетского конца света. Выезжая в те географические местности, куда интернет-связь не проведена, современный человек переживает выпадение в небытие. Мобильный беспроводной Интернет научился бороться с наличием таких малоцивилизированных пространств. Но и такой Интернет возможен лишь в том случае, если исправно функционирует современная цивилизация в целом. А если она прекратит функционировать и превратится в историю вместе с самыми изобретательными средствами связи? А если последующие цивилизационные модели не будут воспроизводить всего того, что связано с электрификацией жизненного пространства?

Компьютер и Интернет как ничто другое в современном мире зависимы от цивилизационной целостности, от сохранности и дееспособности нашей цивилизации. Компьютерное информационное пространство и Интернет намекают своим строением, что их главный принцип функционирования — симультанность с коммуникационной структурой современной цивилизации, встроенность в эту модель на правах высочайшего, но не самого живучего звена. Возможны такие ситуации, когда монитор еще жив, а Интернет уже нет. Или когда компьютер как коробка еще физически существует, а его электронное содержание, и опять же интернет-пространство, уже не существуют. Одним словом, компьютер и Интернет — это своего рода *temento mori* современной цивилизации.

¹ Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Киев. «Ника-Центр Эльга», 2004. С. 304; Febvre L. And Martin H.-J. L'Apparition du livre. Paris. Editions Albin Michel. 1950; Hadas M. Ancilla To Classical Learning. New York. Columbia University Press. 1954.

² Всемирная история архитектуры в 12 томах. Т. 1. М. «Издание литературы по строительству», 1970.

³ Крамер Н. С. Все начинается в Шумере. М. «Наука». 1991. С. 32.

⁴ Подробнее см.: Флиттнер Н.Д. Культура и искусство Двуречья. Л.-М. «Искусство», 1958; James E.O. Prehistoric Religion. A Stude In Prehistoric Archaeology. London. 1957.

⁵ Крамер Н. С. Цит.соч. С. 93.

⁶ Бодрийяр Ж. Система вещей. М. «Рудомино». 1985. С. 40.

⁷ Там же. С. 41.

⁸ Лаевская Э. Л. Мир мегалитов и мир керамики. Две художественные традиции в искусстве доантичной Европы. М. «Библейско-богословский институт Св. Апостола Андрея», 1997. С. 47.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ
КОЛЛЕКТИВНЫХ МИФОВ

18 марта 2010 года годовалый малыш, только что научившийся ходить, доковылял до телевизора, стоявшего на этажерке, и принялся раскачивать ее. Телевизор опрокинулся и упал мальчику на голову. Ребенок скончался от закрытой черепно-мозговой травмы¹. Это трагическое событие можно рассматривать как символ взаимоотношения современно-го человека с телевидением. Ребенок еще только начал ходить, он еще не умеет говорить, но его уже тянет к телевизору. Родители спокойно позволяют ребенку ползать вокруг телевизора, так как он давно уже заменил их самих в качестве воспитателя. В итоге телевизор в буквальном смысле разрушает голову маленького человека. Таково место и роль телевидения в современной культуре.

Еще в 50-х годах XX века социологи и культурологи пришли к выводу, что телевидение является важным элементом культуры. При этом ведущим мотивом оказывается то, что телевидение воспринималось как неотъемлемая часть современной культуры, как образ современной жизни. Отсюда заключение многих специалистов о «неизбежности» (inevitable) телевидения в современной жизни, наподобие ресторанов самообслуживания, кредитных карточек, стереомузыки и т. д.² Г. М. Маклюэн называл телевидение «самым последним и показательным электрическим расширением нашей центральной нервной системы»³. Массовое внедрение телевидения привело к поистине революционным преобразованиям в культуре модерна. Маклюэн добавляет: «Революция уже произошла дома. Телевидение изменило нашу чувственную жизнь и наши умственные процессы»⁴. Под воздействием телевидения у человека происходит полная реорганизация воображения и восприятия окружающей реальности.

Преимущество телевидения над книгой или школой заключается в том, что его передачи и прямые репортажи или телесериалы дают информацию более актуальную, чем в школе, и при этом в значительно более доступной, занимательной и приятной форме⁵. Причем зритель (и особенно — ребенок) подсознательно идентифицирует себя с персонажем фильма или криминальной хроники и переносит на себя представленную ситуацию, воспринимая ее как реальную. Формируя альтернативную реальность, телевидение, по словам С. Абсац, «имеет пространство для всего и время для всех»⁶. Таким образом, телевидение формирует об-

раз жизни человека, отличающийся имитационностью, виртуальностью и приемлемостью для человека по сравнению с подлинной реальностью, которая подвергается ретуши и вытеснению.

Являясь средством массовой информации, телевидение самой своей природой направлено на формирование коллективных представлений и мировоззрения зрителей. При этом зачастую речь идет о создании не коллективного сознания, а коллективного бессознательного в том смысле, в каком о нем говорил еще К. Г. Юнг. Телевидение задает такие модели поведения и формирует такую реальность, которые зачастую не могут быть определены иначе, кроме как мифологические. Для этого используются не художественные фильмы и не телесериалы, а различного рода сенсационные и паранаучные «расследования» вроде циклов «фантастические истории», «тайные знаки» или «загадки истории».

Особой силой психологического воздействия обладают многочисленные передачи о так называемом «конце света» в 2012 году по «календарю майя». Они приводят к появлению эсхатологических ожиданий и связанной с ними массовой истерии. Следует отметить, что за последнее время это уже вторая волна эсхатологических настроений в России. Первая волна возникла в конце 90-х и была связана с приближающимся концом тысячелетия. В то время по телевидению неоднократно появлялись передачи, связанные с «концом света» в 1999 году, якобы предсказанном Нострадамусом. Анализируя этот феномен в книге «Восстание мифа» (1997), мы пришли к выводу, что эсхатологический миф будет определять поведение людей на рубеже двух тысячелетий, но завершится «героической революцией», происходящей в подсознании, и явлением на политической сцене фигуры, воплощающей мифологию «героя-спасителя»⁷. Этот прогноз был сделан на основе законов развития мифологических моделей и при помощи разработанного нами метода мифореставрации. Развитие ситуации показало, что он полностью оправдался.

Возникает вопрос, с какой целью телевидение столь настойчиво занимается реанимацией апокалиптических ожиданий, в то время как действии не только эсхатологических, но и героических моделей мифа было завершено к 2010 году. Если на рубеже тысячелетий эсхатологические настроения как массовое явление психики и культуры можно было считать закономерными, то в наши дни их нагнетание является абсолютно искусственным и становится исключительной «заслугой» телевидения. Первое объяснение, которое охватывает весь круг указанных проблем, указывает на процесс психологического переноса. Катастрофические ожидания, связанные с экономическим кризисом в России и ожидаемой

политической нестабильностью, облекаются в мифологическую форму и воплощаются в мифе о «конце мира».

На самом деле разумнее было бы смягчать и затушевывать панические настроения толпы, стремиться при помощи телевидения формировать позитивную картину мира. Однако на самом деле апокалиптическая паника в обществе нарастает и телевидение нагнетает ее искусственно. Эта нарочитость многократно усиливается тем, что, по мнению Елены Масюк, телевидение полностью находится под контролем государства, и оно «сейчас диктует, что можно и что нельзя показывать народу», а любые негативные новости появляются на телеэкране только «если разрешили с самого высока»⁸. Такая ситуация приводит нас к гипотезе: массы погружаются в эсхатологическую истерию для того, чтобы подготовить общественное мнение ко «второму явлению» героя-спасителя, которое должно состояться до ожидаемого «конца света» в декабре 2012 года, так как после этой даты искусственно сформированный эсхатологический миф будет исчерпан. Подтверждением правильности этой гипотезы должно служить появление в скором будущем на телевидении специального цикла передач, в которых будут не только нагнетаться апокалиптические настроения, но и напрямую ставиться вопросы о приходе Спасителя.

ДОПОЛНЕНИЕ: Эта статья была написана до террористического акта в московском метро. Обращаясь к его освещению на каналах телевидения, некоторые аналитики пришли к выводу, что в первые часы после страшного события по ТВ шли лишь развлекательные передачи, а в новостях присутствовала отфильтрованная и дозированная информация. Александр Мельман замечает, что «наша психически неустойчивая, хлипкая держава управляется исключительно по ТВ», причем граждан «хотели успокоить, поэтому решили показывать выдуманную действительность с выдуманными разговорами о главном»⁹. Однако при этом телевидение настойчиво показывало и повторяло в новостях заявления первых лиц государства. Создавалось впечатление, что ситуация находится под контролем и волноваться не о чем. Особое место отводилось уверенному заявлению В. В. Путина, что террористы «залегли на дно, но это дело чести правоохранительных органов — выковырять их с этого дна канализации на свет божий»¹⁰. Александр Минкин, обращаясь к Президенту России Д. А. Медведеву, саркастически замечает, что «людям захочется сплотиться вокруг вас, прижаться (хотя бы к телевизору) — а куда денешься? все равно другой защиты нету»¹¹. Это стремление телеканалов уделять больше внимания не трагическому факту, а реакции на него со стороны

власти подтверждает правильность нашей гипотезы о постепенной подготовке общественного мнения ко второму приходу героя-спасителя.

В этих целях также могут использоваться и рекламные ролики различных товаров, в подтексте которых заложены мифологемы героя-спасителя, заботливого правителя, творца. Так, в мифе Герой желает сделать мир лучше. Для этого он вступает в битву с темными силами и спасает ситуацию. Естественное окружение для Героя — поле битвы или спортивная арена. Поэтому именно мифологема Героя используется в рекламе спортивной обуви, новых автомобилей, а также в роликах, призывающих молодых ребят не бояться службы в армии¹². Мифологему Творца можно обнаружить не только в художнике и писателе, но также в правителе, который смело преобразует наш мир и улучшает его. Творец создает не просто что-то новое, а именно новые ценности, которые привлекают внимание людей. Реклама новой мебели, ковров, предметов интерьера воспроизводит мифологему Творца. Такая реклама связана не с формированием художественного вкуса, а с социализацией зрителей (такая мебель есть «у всех» членов общества). Создатель предметов обихода предстает не как художник или ремесленник, а как творец нового общества¹³. Наконец, мифологема Правителя воспроизводит мотивы процветания, стабильности, заботы и контроля. Чтобы избежать хаоса, Правитель должен взять ситуацию под свой контроль. Этим он обеспечивает гражданам желанную безопасность и стабильное развитие. Для этого используется реклама одежды, подчеркивающая богатство, королевское достоинство и даже божественность тех, кто ее носит. Ролик, в котором Горбачев рекламировал фирму, производящую дорогие чемоданы и сумки, воспроизводит ту же мифологему: только настоящие правители ходят с такими саквояжами. Укрепление власти и полный контроль над ситуацией ложится в основу рекламы компьютеров, поисковых систем, банков и т. д.¹⁴ Если же правящий в настоящий момент президент носит часы, очки или галстуки какой-то фирмы, то она тут же в своей рекламе начинает использовать мифологему Правителя, соединяя ее с чувством патриотизма (те, кто любит свою страну, носят то же, что и ее «возлюбленный вождь»). Сознательно выбранная и специально поддерживаемая специалистами по пропаганде или советниками Президента, такая реклама воздействует на телезрителя, задает ему особые поведенческие модели. Поскольку в своей основе эти рекламные ролики несут классические мифологемы, то их постоянное воспроизводство по телеканалам мифологизирует сознание. В конечном итоге реклама, кроме непосредственной задачи продвигать свой товар и подспудной задачи формировать у зрителей жела-

емый образ жизни, имеет в современной ситуации еще и политические цели. Непрерывное повторение рекламных роликов с определенным сюжетом должно способствовать формированию мечты о необходимости второго пришествия героя-спасителя.

Особое влияние на зрителей оказывают и новостные телепередачи. Интерес в этом плане представляют репортажи с «места событий», показавшие всему миру последствия землетрясений сначала на Гаити, затем в Чили, на Тайване, в Турции и в Мексике. Сила воздействия этих репортажей многократно усилилась тем, что землетрясения произошли одно за другим в короткий промежуток времени, словно бы являясь этапами одного колоссального общепланетарного катаклизма. Нагнетание катастрофизма и эсхатологических настроений приводит всегда к подавленности и социальной пассивности зрителей, к жажде «сильной руки» и ожиданию прихода героя-спасителя, которым в случае с Гаити выступил мифологизированный «солдат американской армии», готовый, судя по телевизионной картинке, с одинаковым усердием защищать жизнь и свободу «детей Афганистана» и спасти голодных и бездомных «детей Гаити». Такой «герой-спаситель» появляется «с неба» на военном самолете и решает за нас все проблемы, поскольку мы — всего лишь «дети», не имеющие собственных сил и возможностей для принятия самостоятельных решений.

Параллельно у российского зрителя в подсознании формируется убеждение, что «у нас такого не может быть» не в силу благоприятных сейсмических особенностей русской равнины, а потому, что «у нас» такой «герой-спаситель» уже имеется. Телевидение, сознательно и напористо формирующее апокалиптические ожидания, подавляет волю зрителей к сопротивлению и критической оценке реальности, которая полностью вытесняется мифом о «конце реальности». Искусственно воссозданный сегодня эсхатологический миф направлен на устрашение населения и подавление протеста.

При создании альтернативной реальности телевидение использует комплекс методов и приемов психологической обработки зрителей. Среди них можно выделить те, которые наиболее связаны с пробуждением мифологического сознания:

1. Присвоение кличек и «наклеивание ярлыков». Сюда входит ряд речевых клише, лозунгов вроде «Россия встала с колен» и «лихие 90-е».
2. Прием стереотипов, когда человек воспринимает окружающий мир не методом личного познания и критической оценки, а через систему заранее сформированных стереотипов, представлений, символов («суверенная демократия», «украинизация», «Россия в окружении врагов»).

3. Метод замалчивания применяется, когда желают скрыть информацию, приводящую к нежелательному результату (сокрытие средствами массовой информации правды о тяжелой болезни Ельцина перед вторым туром голосования на выборах президента России в 1996 году).

4. Наведение румян — обратный прием, когда нужная информация не просто выпячивается, но и приукрашивается (радостные отчеты о выходе России из глобального экономического кризиса).

5. Метод перенесения используется для распространения авторитета или достижений какого-либо человека или исторической эпохи на современность (постоянно сопоставление эпохи Ельцина с реформами Петра Великого)¹⁵.

6. «Общая лодка» — прием, внушающий, что так поступают все, а те, кто поступает иначе, «раскачивают лодку» и разрушают сложившуюся «стабильность».

7. Частичное разоблачение — допущение критики «отдельных недостатков» ради сокрытия истинного положения дел и полного провала реформ¹⁶.

8. Шоковое воздействие, сметающее сознание и воссоздающее инстинктивное поведение толпы. Прекрасным примером такого шокового воздействия стала недавняя программа, показанная по грузинскому телевидению, где изображалось якобы происходящее в прямом эфире вторжение российских войск в Грузию. Этот прием обращен к одной из самых мощных мифогенетических эмоций — к страху.

9. Прямое запугивание. С комплексом страха связано широкое распространение такого явления, как террор. Не затрагивая собственно религиозные, политические или криминальные основы современного террора, специалисты замечают, что подобные акции зачастую специально срежиссированы, чтобы привлечь к себе внимание телевидения. Телевидение и террористы оказываются связаны между собой взаимовыгодными отношениями. Ради рейтингов телеканалы специально раздувают террористические акции, представляя их как событие, происходящее «рядом с вами». Цели террористов совпадают с целями телеканалов — привлечь к себе внимание как можно большего числа зрителей¹⁷. Однако за всем этим проглядывают цели политиков и правительства — при помощи прямого нагнетания страха так воздействовать на граждан, чтобы они сами потребовали прихода «героя-спасителя».

В приемах мифологизации новостей по ТВ особое место занимает «наличие героя», с которым зритель себя идентифицирует. Внимание зрителя не просто приковывается к действию, но он сам становится «участни-

ком» конфликта. Однако при этом, как выяснили специалисты, зритель в большей степени наблюдает не за действием, а за реакцией участников событий, обращает внимание на мимику, смотрит на лица даже в сценах насилия¹⁸. Зрителю комфортнее пережить эмоции героев, а не происходящие с ними события. Доверие к политику зависит не от того, что он говорит, а от того, как он говорит и как при этом выглядит, от его лица. Так, полное отсутствие какой-либо телегенности у Г. А. Зюганова и манера говорить вызывают у зрителей отрицательные эмоции, перекрывающие правоту его критики. Движение губ важнее того, что политик или комментатор произносит. Политик, выступающий по телевидению, должен своими интонациями, жестами, позой, мимикой, даже «размытостью» образа поддерживать интимные отношения со зрителем. Телевидение требует от зрителя участной реакции. При помощи телевидения человек вовлекается и избирает того политика, с которым охотно себя идентифицирует. Подразумевается, что «героим-спасителем» может быть только тот политический деятель, который понимает нас, но еще более — которого понимаем мы. Здесь действует принцип проекции, лежащий в основе создания любого мифологического образа.

Важнейшей оказывается и способность телевидения наделять актуальное событие вечным смыслом. Это позволяет превратить новость в мифологическое событие. Благодаря введению в актуальное и частное происшествие вечного смысла телевидение добивается того, что зритель подключается через это событие к мифологической парадигме. То же относится и к политику. Действующий политик должен воплощать в себе какую-либо мифологему, нести на себе мифологическую маску, повторять мифологические события или ритуальные действия. Необыкновенно удачной находкой было посещение В. В. Путиным Чечни в марте 2000 года, показанное по всем каналам ТВ. Прилетев на военном самолете в республику, где велись военные действия, Путин связал себя с одной из главных проблем того времени — «война и миф». Являясь «преемником Ельцина», он, «спустившись с небес», воспроизвел один очень важный мифологический мотив: старый демиург, уставший от творения мира и от неблагодарности людей, удаляется в заповедные области, но по своей милости он посылает людям своего Сына, который и должен стать их «героим-спасителем». Разумеется, необходимый мифологизирующий эффект это событие могло иметь только при условии показа по ТВ. Ни радио, ни газетные репортажи не имели бы такого влияния на избирателей. Сходный эффект имел и репортаж о погружении Путина в батискафе на дно озера Байкал в августе 2009 года. Кадры, изображающие Путина, наблюдающего через иллюмина-

тор за жизнью «на дне», имели большое мифологизирующее воздействие. В созданной мифологической ситуации мы — это тот самый планктон, за жизнью которого с любопытством и сочувствием наблюдает божественный «пришелец». Показав Путина, поднимающегося со дна озера и выходящего из батискафа «к людям», телевидение воспроизвело уже не мифологему Сына Бога, а мифологию самого демиурга. В мифах многих народов бог-ворец и божественный просветитель людей является из морских пучин (Дагон, Оаннес, Номмо). Этот момент можно также понять и как явление сияющей Самости из тьмы бессознательного. Мифологизацию этих событий невозможно осуществить никакими другими средствами, кроме как при помощи телевидения.

Телевидение невозможно без мифов. Телевидение создает и производит мифы, которые представляет зрителю в виде новостей. Сверхзадачей телевидения — делать миф актуальным. Контроль над телевидением означает и контроль над мифами, которые в свою очередь влияют на сознание и поступки людей. Политическая мифология, создаваемая сегодня прежде всего телевидением, оказывается одним из средств управления государством и манипуляции общественным мнением. Чтобы информация, переданная по каналам ТВ, воспринималась, она должна быть облечена в форму мифа. Однако чтобы новости стали мифами, их следует определенным образом трансформировать и преподнести зрителю. Мифологическая трактовка реальных событий должна быть осуществлена так, чтобы зритель принял миф за реальное событие. Джерри Рубин, один из лидеров студенческих волнений в США в середине 60-х, писал: «Телевидение создает миф, намного превосходящий реальность»¹⁹. При этом телевидение не передает новости, а создает их. «Событие по-настоящему происходит, когда о нем отрапортовали по ТВ, и тогда же оно становится мифом», — отмечает Рубин²⁰. Мифологически интерпретируя событие, телевидение, собственно, и наделяет его реальностью, так как человек воспринимает в качестве реальности лишь то, что упорядочено сакральным и превращено в миф.

Конечно, человек может просто выключить телевизор. Однако выключенный экран телевизора — это и есть «Черный квадрат» Малевича. А это уже погружает нас в совершенно иной мифологический план бытия — в Ничто.

¹ Московский комсомолец. 20 марта 2010.

² Absatz C. TV: El siglo de las luces // Claudia. No 281. Noviembre de 1980. P. 138.

³ Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007. С. 362–363.

⁴ Там же. С. 381.

⁵ Maduro A. La TV... esa caja idiotizante // *Paginas*. No 1331. 16 de Agosto de 1980. P. 28.

⁶ Absatz С. Оp. cit. P. 139.

⁷ Телегин С. М. Восстание мифа. М.: Век, 1997. С. 71, 114 и др.

⁸ Масюк Е. Антиобщественное телевидение // *Московский комсомолец*. 19 марта 2010.

⁹ Мельман А. Несовместимо с жизнью // *Московский комсомолец*. 2 апреля 2010.

¹⁰ *Московский комсомолец*. 31 марта 2010.

¹¹ Минкин А. Восставшие из сортира // *Московский комсомолец*. 30 марта 2010.

¹² Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. СПб.: Питер, 2005. С. 107–114.

¹³ Там же. С. 212–216.

¹⁴ Там же. С. 226–235.

¹⁵ Стрельников Р. В. Империя кривых зеркал. Телевидение в идеологической экспансии империализма. М.: *Международные отношения*, 1978. С. 56–63.

¹⁶ Телегин С. М. Указ. соч. С. 59.

¹⁷ Хоффман Б. Терроризм — взгляд изнутри. М.: *Ультра.Культура*, 2003. С. 159-190.

¹⁸ Маклюэн Г. М. Указ. соч. С. 352, 366.

¹⁹ Рубин Дж. Действуй! Сценарии революции. М.: *Гилея*, 2008. С. 98.

²⁰ Там же. С. 99.

ТЕЛЕСЕРИАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИНДИВИДА

Введение

К концу XX века, благодаря развитию научно-технического прогресса, в человеческом обществе сложилась система массовой коммуникации, которая вбирает в себя новейшие технические возможности распространения информации на практически неограниченную аудиторию, что позволяет ей стать реальной силой, влияющей на формирование всей системы духовных ценностей и потребностей человечества. Система массовой коммуникации становится доминирующим фактором современной культуры. Это разрушает ее как относительно равновесную систему, порождая ряд новых явлений. Некоторые из них столь необычны, что с трудом укладываются в рамки традиционных представлений о культуре.

Цель данной работы заключается в попытке проанализировать механизмы воздействия современных средств массовой коммуникации, и в частности телевидения, на сознательное и бессознательное¹ индивидуума путем неагрессивного вмешательства в культурно-исторический вакуум, созданный за период внедрения в западное сознание идеала свободы личности и выбора. Будет прослежена дифференциация между элитарной и массовой культурой², без которой невозможно собрать полную картину феномена неагрессивного вмешательства телевидения как непосредственного представителя массовой коммуникации.

Понятие культуры

Понятие культуры³ очень многозначно. В общем плане понимать культуру можно как совокупность результатов деятельности людей, создавших систему традиционных для человечества ценностей как материального, так и духовного характера. Таким образом, с одной стороны, культура⁴ представляет собой «застывшую» (музейную) часть человеческого общества, а с другой, — совокупность высших человеческих ценностей, которые определяют и выражают конечные цели человеческого существования и отличны от операциональных «ценностей как средств» или средств практической адаптации, характеризующих уже не культуру, а цивилизацию⁵.

Описанные признаки не обязательно выступали характеристикой индивидуального сознания культуры — они могло быть самовыраже-

нием внутренней сущности индивида, выходящей за рамки господствующей парадигмы. Индивидуальное сознание всегда представляет собой некий островок в океане культуры, но островок самодостаточный. Кроме того, индивиды располагались на разных уровнях локальной культуры, что определяло культурное разнообразие системы в целом. В результате был выработан мощный механизм адаптации системы культуры к новообразованиям, позволяющий ей относительно безболезненно приспособливаться к себе новые компоненты, которые были вне культуры, и одновременно модифицировать всю систему культуры. Такого рода изменения в локальных культурах, как правило, выходили за рамки индивидуальной жизни, поэтому для отдельного человека были незаметны. Именно адаптивно-адаптирующий механизм обеспечивает стабильность локальной культуры, и именно он, как мы увидим ниже, подвергается мощнейшему воздействию в современной культуре.

Таким образом, можно сказать, что культура представляет собой противоречивое образование, которое находится в относительном единстве, но внутри которого постоянно присутствуют противоречивые тенденции, выражающие собой относительно противоположные сущности, два вектора самореализации творчества каждого индивида. С одной стороны, в процессе творческой деятельности человек опирается на стереотипы, традиции и нормы жизни, характерные для большинства людей в их обычной жизни. В этом плане особенности индивидуальной жизни, жизненной среды и условий определяют форму и характер каждодневной жизни человека. С другой стороны, творческая деятельность может проходить вдалеке от стандартных жизненных стереотипов и представлений, может быть удалена от реальности, создавая в результате особый элитарный культурный пласт⁶, в рамках которого возникают общекультурные и общечеловеческие ценности, на которые ориентируется общество.

Изложенные выше особенности определяли характер общения между культурами. Один вектор культуры направлен, по выражению Г. С. Кнабе⁷, «вверх», формируя некоторые общие представления и ценности в сфере духа (наука, искусство, религия и т. д.). Другой — «вниз», фиксируя обыденные стереотипы жизни человека как на индивидуальном, так и на уровне микрогрупп. М. М. Бахтин рассматривал такое противопоставление верхней и нижней частей культуры как особую традицию противопоставления верха и низа конкретного человека⁸. Верхняя культура была абстрактной, духовной, переживаемой и удаленной от реальной жизни. Низовая, напротив, была телесна⁹, конкретна, не только переживалась индивидом, но и воплощалась им.

Аудитория, связанная с «верхней» культурой, элитарна и ограничена, но именно жизненные обстоятельства дают одним людям возможность приобщаться к такой высокой культуре, а другим — нет. Ценности «верхней» культуры за счет того, что они приняли рафинированную форму, ограничивают себя от влияний извне на более долгий срок, их легче поддерживать искусственно, культивировать, что и дает им возможность сохранения почти в «первозданном виде». Даже восприятие таких культурных ценностей требует не только некоторой внутренней подготовки, особой грамотности, но и специальных помещений для этого, что также является фактором, ограничивающим сферу ее распространения. Таким образом, создается идеализированная система культурных ценностей, которая за счет вышесказанных обстоятельств достаточно стабильна, настороженно относится ко всяким изменениям в ней и представляет собой действительно базис общечеловеческой культуры. Повседневная культура, в потребление продуктов которой включена наибольшая масса людей, в силу своей открытости была менее устойчива, а следовательно, в большей степени подвержена изменениям.

Итак, культура как система представляет собой диалектическое единство противоречивых сторон, находящихся в импульсивном взаимодействии. Высокая КУЛЬТУРА обеспечивает преемственность, единство, создает систему ценностей, а низовая культура обеспечивает саморазвитие системы, ее обновление. В этом смысле культура диалогична уже в силу наличия в ней двух находящихся во взаимодействии культур, точнее, диалог является формой ее существования. Но этот диалог осуществляется внутри единого целого. Поэтому оппозиция «верхней» и «низовой» культуры является культурной оппозицией, не выходит за ее рамки.

Индивидуализм в массовой культуре

Понятие «индивидуализм»¹⁰ означает моральное, политическое и социальное мировоззрение, которое подчеркивает индивидуальную свободу, первостепенное значение личности и личную независимость. Индивидуализм противопоставляет себя идее и практике подавления личности, в особенности если это подавление производится обществом или государством.

Это особая форма мировоззрения, подчеркивающая приоритет личностных целей и интересов, свободу индивида от общества.

Базовыми признаками индивидуализма называют следующие два:

1. Главенство личных целей. У индивидуалистов часто наблюдается несоответствие личных и групповых целей, при этом на первое место у них выходят личные цели, а групповые остаются на заднем плане.

2. Самостоятельность действий личности. Хотя индивид всегда является членом разных социальных групп и организаций, человек с индивидуалистической психологией в высокой степени автономен от них и способен успешно действовать, не обращаясь к их помощи.

Первые социологические концепции, анализирующие индивидуализм, строились на противопоставлении современной и традиционной культур. Общепринятой во второй половине XIX в. считалась либеральная точка зрения, согласно которой чем выше в обществе уровень индивидуализма, тем это общество более развито.

Время развития телевидения совпало со временем укрепления позиций индивидуализма в западном обществе. Но, в свою очередь, это время, ознаменовавшее расцвет массовой культуры. Такой парадокс объясняется принципом дополнителности. Уход человека от всего массового усиливал давление этого массового на индивидуума.

Во второй половине XX века продолжалось подчеркивание противоположности индивидуалистической ориентации, характерной для современных культур, и коллективистских ценностей, свойственных традиционным культурам. Исходным моментом этого противопоставления послужила власть людей над окружающей их природой. Первыми проявлениями такого господства стали магия и шаманство¹¹. Приобретая возможность воздействовать на окружающий мир, люди все более обращают внимание на успешность своих личных действий безотносительно к другим людям. Чем больше люди становятся хозяевами своей судьбы, тем шире происходит распространение индивидуалистической ориентации¹².

Вполне обоснованно и логично выглядит развитие телевидения именно в этот исторический период.

В свою очередь, перед телевидением стояла цель стать виртуальным зеркалом общества.

Современная западная культура всячески приветствует стремление каждого человека выделяться из общества, быть уникальным во всем. Основы индивидуализма закладываются в сознание человека западной культуры, начиная с раннего детства¹³. Воспитывая в детях самостоятельность, родители стран Запада поощряют их стремления учиться и зарабатывать на свои нужды самим, начиная с самого раннего возраста. Независимости и самостоятельности способствует в развитых странах Запада беспристрастная система образования. Ориентация на достижение конкретных целей, а не на поддержание долгосрочных отношений, приводит к быстрому формированию и распаду групп, в связи с их быстрой ненадобностью, в зависимости от поставленных задач.

Воспитание «я» — мышления¹⁴ приводит к ряду закономерных последствий. Главное из них — это традиция открытого высказывания и защиты своего мнения, каким бы нелюбимым оно ни было. Столкновение разных мнений и открытая конфронтация рассматриваются в странах Запада как двигатели прогресса, горнило истины и правды. Таким образом, конфликты в жизни общества, порожденные столкновением индивидуальных амбиций, рассматриваются как вполне естественное и неизбежное явление. Это определяет свободу печати и слова, существующую в западных культурах. Человек в такой культуре стремится к свободе своей индивидуальности и, сам того не замечая, начинает уходить от влияния социальных групп, которые, в свою очередь, являются частью общества. Таким образом, мы наблюдаем парадоксальную ситуацию в западной культуре, в которой человек под влиянием сложившихся норм общества сам пытается из него уйти.

Уход из общества открывал в человеке вакуум первобытного, бессознательного стремления к обществу. Оно предоставляло первобытному человеку защиту от окружающего, враждебного и опасного мира, обеспечивало ему еду и возможность продолжить свой род, то есть позволяло ему выживать. На бессознательном уровне у человека остается до сих пор первобытный инстинкт общественности. Это стремление практически не ощущаемо на сознательном уровне, но оно создает огромную пустоту в векторе стремлений индивидуального человека.

Воздействие телесериалов

Хотя формально телевизионный контент и делится на информационные, рекламные и развлекательные программы, но в последнее время четкая граница перестала существовать. Так же, как и в остальных сферах, наблюдается тенденция к смешиванию стилей, жанров и видов программ. Например, информационная программа может содержать элементы рекламы, и даже развлекательные передачи могут быть спонсированы и существовать за счет «продакт плейсмента». В такой ситуации зритель начинает все с большей осторожностью относиться к просмотру и пониманию телевидения. У человека срабатывают механизмы фильтрации информации. Создается некое понимание степени «опасности». Зритель «включает» максимальную защиту на полностью рекламный контент, уже зная, что эта информация представляет непосредственную угрозу свободе выбора. И со временем реклама практически полностью перестает сознательно восприниматься.

Также угрозу, хоть и меньшую, представляют информационные программы, особенно ежедневные новостные передачи. Зритель уже знает,

что одна и та же информация может на разных телеканалах и в разных передачах подаваться по-разному [Руднев 2010], даже если и по умолчанию считается, что информация объективна¹⁵. Включается тот же фильтр, что и в рекламе, только уже не на таком агрессивном уровне. Некоторая информация зрителем принимается как объективная, а остальная доля оседает на бессознательных фильтрах. Значит, эта информация также представляет опасность свободе выбора индивидуальной личности. И так же, как и в случае с рекламными программами, зритель со временем уже интуитивно включает свою защиту.

С развлекательными программами ситуация не настолько однозначна, хотя зритель и не воспринимает их с такой опаской, как информационные или рекламные. И наименьшую угрозу своей свободе выбора зритель видит в телесериалах.

С момента появления телесериалов прошло уже достаточно времени, для того чтобы у зрителя сложилось определенное отношение к ним.

Феномен «мыльных опер», просматриваемых большинством современных людей, многие из которых прекрасно осознают художественную «ценность» этих «творений», вполне объясним. Человек не имеет возможности и времени держать в голове некую структуру (идею автора, как это было в классике), которая разворачивается посредством сконструированной другим человеком сюжетной линии, развивающей эту «глубокую» идею. Человеку проще заглянуть в телевизор, как в окно, зафиксировав сиюминутный событийный момент, не утруждая себя вопросами о сущности происходящих событий. Наблюдение вместо рассуждения — вот одна из установок подобной культуры. Причем особенность восприятия такова, что человек в любой момент может выйти из воспринимаемой системы без последующего ощущения неоконченности, как это могло бы быть в случае прерывания чтения классического романа, и вновь с любого места войти в нее.

Объективно сериал можно характеризовать как контент, ориентированный на показ по центральным и кабельным каналам телевидения с определенными интервалами, обычно раз в сутки или пару раз в неделю. Благодаря особенности телесериалов — сюжетной интриге, они являются очень хорошим средством привлечения и удержания аудитории телеканалами¹⁶. Зритель смотрит канал с любимым сериалом регулярно, размер аудитории постоянен. Игра с разными жанрами стала одним из основных принципов стиля телесериала. Разрешение этого парадокса в том, что телесериал своего рода посредник, инструмент для внедрения в массовое сознание тех или иных социокультурных понятий, ценностных

установок, обусловленных запросом общества, идеологией, политикой или экономикой. Поэтому сериал можно сравнить с инструментом для игры сразу на очень многих «струнах души» публики. То есть, другими словами, сериал при должной подготовке может воздействовать на выбор и сознание индивидуума эффективнее, нежели новости или реклама.

Это происходит за счет того, что зритель изначально не видит в сериале «опасности». Они хоть и составляют большую долю телевизионного контента, но редко воспринимаются на том же уровне художественного или информационного наполнения, что и остальная часть программ. По сути, сериал для большей части зрителей не имеет даже четкого начала или финала. Практически по всем телеканалам постоянно идут сериалы, которые трансформируются в некую бесконечность. Зрителю не обязательно смотреть сериал, он может просто включать его как некий фон, как нечто само собой разумеющееся, легкое и безобидное, как заполнение вещательной сетки. Однако если сконцентрировать свое внимание на ком-либо из героев сериала, то становится ясно, что данный персонаж представляет собой поле, в котором удобно объяснять и внушать зрителю те или иные догмы, давать ему социальные и нравственные установки. В современных сериалах, как правило, можно обнаружить некое объяснение той или иной социокультурной данности, проясняющей главную проблему сюжета. Например, принцип «все равны в своих правах» объясняется зрителю как возможность свободного выбора в современном обществе. Такая конструкция часто встречается в бразильских и американских сериалах на тему сексуальных меньшинств и общения людей разных конфессий. Как пример можно привести сериалы: «Богатые тоже плачут»¹⁷, «Рабыня Изаура»¹⁸, «Беверли Хиллз, 90210»¹⁹, «Любовь и тайны Сансет Бич»²⁰. Привлекательность сюжетов, выстроенных по данной конструкции, заключается в том, что работает механизм «компенсации», позволяющий оправдать нарушения социокультурных границ.

Часто используются сюжетные конструкции, рассчитанные на эффект неожиданности, иллюзию непредсказуемости. Такие конструкции ненавязчиво объясняют правила поведения в обществе, проекты правил, отклонения от правил. Обусловленные идеологией, они позволяют поддерживать имеющиеся в обществе идеологические представления и, отражая их с тем или иным минимальным смещением акцентов, манипулировать этими понятиями.

Реалити-шоу как верхняя точка эволюции телесериала

Верхней точкой эволюции телесериала можно с уверенностью считать реалити-шоу. Реалити-шоу — это часть «реального телевидения», эпоха которого, как считают многие телевизионные специалисты, уже наступила во всем мире. В одном ряду с реалити-шоу стоят игры в реальном времени и скрытая камера, самостоятельные жанры, имеющие свои специфические характеристики.

Специфика и отличие реалити-шоу от телесериала заключена уже и в его названии.

Реалити (от англ. слова «real» — «реальность»²¹ (ср. [Руднев, 1996, 2000]), настоящий) — действие, происходящее по незапланированному сценарию, показывающее действительность, вскрывающее характер персонажей, которые, в свою очередь, являются «простыми людьми с улицы», а не дипломированными актерами. Шоу (от англ. глагола «to show» — «изображать, показывать») — как неотъемлемый элемент развлекательного телепрограммирования. Продюсеры и режиссеры прибегают к наброскам сценария, записи и монтажу материала. Это позволяет не только контролировать высказывания участников, но и отбирать самые зрелищные моменты и даже формировать образы игроков. Они, в свою очередь, помещены в искусственно созданную среду²², замкнутое декорированное пространство с десятками камер, и зритель с периодичностью от одного до нескольких раз в день имеет возможность не только наблюдать за происходящим, но и принимать непосредственное участие в судьбе реальных героев путем интерактивного голосования. Целью шоу становится материальный приз, чаще в денежном эквиваленте, получить который сможет только один участник, победивший в финале проекта.

Первое реалити-шоу, An American Family («Американская семья»), было создано в США в 1971 году и появилось на телеэкране PBS спустя два года. Двенадцать эпизодов шоу повествовали об американской семье периода ядерной угрозы и гонки вооружений между Соединенными Штатами и Советским Союзом. Основная интрига заключалась в том, что главы семьи находились в состоянии развода, а старший из пяти детей, двадцатилетний юноша Ланс, был геем, периодически красившим губы помадой и наряжавшимся в женские одежды. В те годы шоу собрало у телеэкранов рекордное количество зрителей — десять миллионов — и явилось причиной многочисленных противоречивых высказываний.

Спустя двадцать шесть лет голландский бизнесмен, прочтя статью о биосфере, научном опыте, заключающемся в наблюдении за жизнью де-

сятка индивидуумов в закрытом пространстве, разработал идею ежеминутного показа живых людей в подобных же условиях. Передачу назвали Big Brother («Большой брат»). Это выражение взято из фантастического романа Джорджа Оруэлла «1984». И в сентябре 1999 передача становится телевизионным шоу, притягивающим к себе 55% аудитории. Приз победителю — 70 000 фунтов стерлингов. С тех пор шоу показали в двадцати семи странах. Джон Демол, изобретатель концепта, посредством созданного им предприятия Endemol создал триста программ в разных странах мира.

Существует четыре основных разновидности реалити-шоу:

«Шоу подглядывания», в котором удовлетворяется присущая абсолютному большинству населения Земли страсть подглядывания. Участники такого рода шоу должны быть интересны по разным критериям (привлекательная внешность, непосредственность, умение легко держаться перед камерой). Необходимо, чтобы в характере человека присутствовали черты здорового нарциссизма, с одной стороны, и доля здоровой истероидности²³ — с другой. Когда у человека эти присущие в определенной мере каждому из нас качества не переходят в болезненное состояние, он способен сыграть, произвести впечатление, привлечь к себе внимание. Таким людям свойственно демонстративное проявление своих эмоций. Также важно умение критически оценивать реальность, то есть себя и свои возможности. Участники «шоу подглядывания» — это разные, но в то же время типичные для общества характеры. Тем самым каждый зритель имеет возможность найти на экране что-то близкое и интересное лично ему. Примеры шоу подглядывания на Западе: «Большой Брат» (Голландия), «Большая дидея» и «Разбитые» (Великобритания); в России — «За стеклом»²⁴, «Голод».

«Шоу на выживание», в рамках которого участников помещают в невыносимые для жизни условия и предлагают биться за победу до конца. В этом случае одним из важнейших критериев отбора становятся надежность и ответственность участника, его готовность выполнять предъявляемые организаторами шоу требования. В первую очередь это «Survivor» (Швеция), «Alive» (США) и «Последний Герой» (Россия).

«Шоу профи», которое помимо развлекательной функции несет в себе и практическую выгоду как для зрителей, так и для участников. В рамках шоу профи игроки осваивают доселе неизвестное ремесло, повышают профессиональный уровень, а зритель наблюдает саму «кухню» либо набирается практических знаний. Пример шоу профи в России — «Фабрика звезд» — процесс возвращивания эстрадных артистов в реальное время. Более поздний пример — шоу телеканала ТНТ «ДОМ».

В последнее время из-за повышенного интереса зрителя к реали-шоу и необходимости постоянной поддержки этого интереса организаторы подобных проектов все чаще прибегают к синтезу тех или иных элементов вышеперечисленных групп. В связи с этим можно выделить и четвертую категорию — смешанную, которая сочетает в себе характеристики трех предыдущих.

«Квест» (от англ. слова «quest» — поиск). Шоу-приключение, детективная история, головоломка, поиск нестандартных решений. Участники помещены в необычные условия существования и, сопровождаемые многочисленными камерами, преодолевают физические и интеллектуальные препятствия. В рамках квеста участники — это индивидуальности с ярко выраженной тенденцией к лидерству, высоким уровнем IQ, способные на моментальную реакцию и быстрое принятие решений.

Таким образом, воздействие телесериала, и в особенности реали-шоу, на личность настолько велико за счет того, что в бессознательном не включаются механизмы защиты от этой опасности, так как, во-первых, все внимание зрителя сконцентрировано на защите от рекламных и информационных программ, и, во-вторых, сам формат сериала внешне не агрессивен, хотя по реальной силе воздействия на поведение зрителя и свободу выбора его даже невозможно сравнить ни с одним другим типом телевизионного контента.

¹ Фрейд З. Введение в психоанализ. М., 1989.

² Михайлова Т., Руднев В. Массовое искусство и культура постмодерна // Знание — сила. 2007. № 12.

³ Лотман Ю. М. Феномен культуры // Избранные статьи в 3 т. 1. Таллин: 1992., С.34–45. Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. М., 2009. С. 228.

⁴ Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973. С. 27–28.

⁵ Шпенглер О. Закат Европы. М., 1999. С. 9.

⁶ Лотман Ю. М. Феномен культуры ...op.cit. С.34–45

⁷ Кнабе Г. С. Двуединство культуры. М., 1993. С. 28.

⁸ Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная смеховая культура средневековья и Ренессанса. М., 1990. С. 50.

⁹ Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. Москва, 2009. С. 400.

¹⁰ Ионин Л. Г. Социология культуры. М., 1998.

¹¹ Фрэйзер Дж. Дж. Золотая ветвь: Исследование магии и религии. Москва, 1985. С. 21–30.; Леви-Строс К. Структурная антропология. Москва,

1985. С. 147.

¹² Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. Москва, 1980. С. 582–584.

¹³ Эриксон Э. Идентичность: Юность и кризис. Москва, 1996. С. 116.

¹⁴ Фрейд А. Теория и практика детского психоанализа. Т. 1. Москва, 1999.

¹⁵ Руднев В. П. Современное телевидение глазами параллельного кино // Наука телевидения, выпуск 6. М., 2010.

¹⁶ В маркетинге или рекламе используются также термины целевая группа и целевая аудитория для группы лиц, на которую направлено рекламное сообщение и рекламные мероприятия.

¹⁷ Богатые тоже плачут (исп. *Los Ricos También Lloran*) — мексиканский телесериал, имевший большой успех на советском телевидении в 1991 году. Производство 1979 года. Состоял из 248 серий по 25 минут каждая.

¹⁸ «Рабыня Изаура» (порт. *Escrava Isaura*) — телесериал по одноименному роману бразильского писателя Бернарду Гимараинша (1875). В 1976 году бразильская телекомпания «Глобу» выпустила телевизионный сериал по мотивам романа. В СССР фильм стал первой теленовеллой, показанной по телевидению. Первые серии телесериала были продемонстрированы по Центральному телевидению 16 октября 1988.

¹⁹ «Беверли-Хиллз, 90210» — американский телесериал, повествующий о близнецах из семейства Уолш, оказавшихся в мире золотой молодежи в лос-анджелесском районе Беверли-Хиллз. В России «Беверли-Хиллз, 90210» впервые был частично показан в 1992 году на канале НТВ.

²⁰ Любовь и тайны Сансет Бич — американский телесериал. Впервые вышел в эфир на телеканале NBC 6 января 1997. В России впервые был показан на телеканале НТВ 12 ноября 1997.

²¹ Руднев В. Прочь от реальности: исследование по философии текста. Москва, 2000. С. 174.

²² Бодрийяр Ж. Войны в заливе не было // Художественный журнал. 1993 № 3.

²³ Руднев В. Апология нарциссизма: Исследования по психосемиотике. Москва, 2007. С. 172.

²⁴ «За стеклом» — первое российское реалити-шоу и один из самых высокорейтинговых проектов в истории российского телевидения, вышедшее на каналах ТВ-6, ТНТ и ТВС. Аналог «Большого Брата».

КОМПЬЮТЕР: НОВЫЕ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ ТЕКСТОВ И КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ ОБРАЗОВ

Опустим высказывания, ставшие банальностью, о том, что новые медиа и экранная культура становятся ключевыми культуuroобразующими факторами современности. Посмотрим, как именно они меняют уже сложившиеся культурные практики и какие опасности и новые возможности, связанные с работой на компьютере и в глобальной Сети, оказываются принесены в эту сферу.

Парадоксально, но в сегодняшней ситуации с компьютеризацией быта современного интеллектуала можно усмотреть аналогии с XVIII веком: величина, разнообразие, избыточность информации, которая обрушилась в век Просвещения на европейца (тем более россиянина, пережившего культурный слом петровской эпохи) напоминает информационный взрыв конца XX — начала XXI в.

Сам компьютер играет сегодня ту роль, которую играл предмет мебели, «кабинет»-секретер в домах европейца XVII–XVIII вв. Впрочем, еще эпоха Возрождения породила «кабинеты» — ларцы с маленькими ящичками на подстоле, двухъярусные шкафы, которые алчные коммерсанты использовали для хранения документов и драгоценностей. В XVIII в. именно этот «шкафчик» служил хранилищем всевозможной, в том числе и секретной, документации. В комнате / кабинете российского усадебного дома он занимал особое пространство, порой заменяя собственно кабинет-комнату — т. е. мог стоять где угодно, в спальне, парадной гостиной и пр., где можно было присесть и накоротке написать что-нибудь. Просвещенная аристократия использовала кабинеты для хранения своих коллекций (гемм, монет и драгоценностей). мода на подобную мебель заставляла заводить ее даже тех, кто подражал самым просвещенным, ведь не только человек определяет появление, суть и качество вещей в доме; можно говорить и о воздействии новых предметов на поведение людей¹.

В XVIII–XIX вв. кабинет-секретер представлял собой и индивидуальный рабочий инструмент познания окружающего мира, и «поле приложения интеллекта» (и здесь он подобен современному персональному компьютеру). Система открывания / закрывания отделений и многочисленных ящичков «кабинета», помогавшая систематизировать письма и бумаги, вещи и изображения, напоминает манипуляции окнами и панелями, кноп-

ками и иконками, полосками прокрутки и программными меню (недаром личная страничка на сайтах называется сейчас «кабинетом»). Даже клавиатуру можно считать подобием выдвижной плоскости для письма в кабинете-секретере.

Вот что вспоминал о своей бабушке А. А. Игнатъев (1877–1954). «Никогда не забуду, как, будучи еще ребенком, я получил от нее наставления, руководившие мною всю жизнь. — У тебя, Лешенька, сумбур в голове, — доказывала она, подводя меня к старинной шифоньерке. — Вот посмотри, вся моя корреспонденция тут рассортирована, — объясняла бабушка, выдвигая малюсенькие ящички, — так и ты старайся все твои мысли и чувства ко мне, к отцу, к людям, к учению, к играм раскладывать в твоей головке по отдельным ящичкам»². Так бабушка на досуге учила внука структурированию информации и системности мышления. А. А. Игнатъев стал выдающимся человеком: этот генерал-лейтенант, военный дипломат, при этом писатель, автор знаменитой и интереснейшей книги воспоминаний был типичным представителем высокой дореволюционной культурной традиции, базой которой стало уникальное «литературоцентричное» общество. Эта традиция заложила основы развитого интеллектуального быта, который достиг своего расцвета на рубеже XIX–XX в., и отчасти был наследован в советский период. «Кабинетное пространство» русского / советского интеллектуала воспитывало, исподволь прививало благоговейное отношение к специфическому труду, к умственной работе, продвигая развитие русской гуманитарной мысли, создавая тип российского интеллигента в лучшем значении этого слова³. Сегодня мы констатируем, что сейчас классический «кабинет» прошлого оказался сведен к небольшому инструменту — современному ноутбуку, позволяющему не только копировать, держать в порядке свои тексты и изображения, но и формировать свое мобильное приватное пространство. Для многих он стал незаменим, внося существенные изменения, связанные с инновациями в культурных процессах.

Но переход к компьютерным коммуникациям оказал влияние не только на содержание деятельности, но и на сам стиль поведения современного человека, на его телесные практики. Мы имеем в виду прежде всего практики письма и чтения.

Оговоримся: письменное сознание не существовало «испокон веков». Вначале, как известно, было Слово, царствовала устная культура древности, система же письменной передачи информации складывалась веками. Поначалу и в развитии письменности, наверное, можно было бы усмотреть недостатки, поскольку тормозила развитие памяти. Впрочем, древние вряд ли об этом задумывались: ведь переходные периоды тогда растягивались

надолго. Ранняя форма «книги» — папирусный свиток, наверхенный на палку. Способ фиксации на свитках из Египта перешел в Грецию, а оттуда — в Рим, и книга-кодекс вытеснила свиток только в период поздней Античности — в IV — начале VI в..

Чтение как совокупность практик, методик и процедур работы с текстом также складывалось веками. Еще сложнее процесс формирования практик литературного творчества. Скажем лишь, что в течение XVIII — начале XIX века шло становление новых литературных норм, а профессионализация литературного и интеллектуального труда в целом запустила процесс формирования российской интеллигенции. Не случайно как атрибут интеллектуального быта распространяется кабинет (особого назначения индивидуализированное пространство), создававший определенный комфорт для умственной работы. Ничто, казалось, так точно не отражало мир образованного человека, как его домашний кабинет: здесь и образ жизни, и самопрезентация, и художественный вкус, и отношение к современным потребительским стандартам (вкуче с технические новшествами). К концу XIX века наметилась некоторая связь культурных процессов с научно-техническим прогрессом⁴: пишущая машинка, а затем и телефон резко понизили ценность письменной культуры (отчасти отпала необходимость писать письма). Но то, что произошло в начале XXI века, по своему влиянию несравнимо сильнее: компьютер серьезно повлиял на процесс письма / творчества; изменилось все сверху донизу — и широта вовлеченности пишущих, и содержание деятельности, и стиль поведения, и набор мебели и аксессуаров. Гаджеты предоставляют человеку все более изощренные возможности, вместе с тем, как кажется, поработавшая его.

Остановимся на проблемах нового поведения человека, связанного с работой на компьютере.

Домашний рабочий стол школьника сегодня должен быть одновременно и письменным столом, и компьютерным. Есть проблема нового «положения тела», связанная с сидением детей и подростков у экрана, которая очень беспокоит взрослых. Фактически компьютер окончательно «инвалидизирует» человека, заставляя его меньше двигаться, сидя неподвижно у экрана. Впрочем, исследователи истории появления и развития новых культурных практик напоминают, что в свое время необходимость проводить годы учения за письменным столом вызвала в «традиционном» обществе ужас, уменьшая телесную подвижность — с точки зрения другого, не владевшего новыми техниками чтения / письма, это понижало «степени свободы» тела⁵. Известно, что уже воспитатели юношества XVIII в. были озабочены малоподвижным образом жизни учащихся, и поощрение подвижности, «бегания» ради укрепления здоровья воспитанников было увлечением педагогики того времени⁶.

«Чернильная эпоха» сформировала особые практики, телесные привычки и умения. Экранные же медиа оккупируют телесно-приватное пространство человека, становясь портативными (ноутбуки) и карманными (электронные записные книжки). В особенности это можно отнести к писательскому труду. И здесь также угадываются пугающие, по крайней мере, на первый взгляд, последствия. Тексты, набранные на компьютере, как бы лишаются ауры аутентичности и налета той сакральности, которая (риском утверждать) придавалась письменному тексту вообще в российской традиции.

Кончается эпоха, в которую рука / перо были связующим звеном между бумагой и сознанием. Напомним классическое Пушкинское: «И мысли в голове волнуются в отваге, / И рифмы легкие навстречу им бегут, / И пальцы просятся к перу, перо к бумаге, минута — и стихи свободно потекут». И еще позволим себе привести пространный отрывок воспоминаний В. П. Катаева о беседе с И. А. Буниным лета 1918 г.:

«Он сказал мне, что никогда не пользуется пишущей машинкой, а всегда пишет от руки, пером.

— И вам не советуе писать прямо на машинке. После того как вещь готова в рукописи, можете перепечатать на машинке. Но само творчество, самый процесс сочинения, по-моему, заключается в некоем взаимодействии, в той таинственной связи, которая возникает между головой, рукой, пером и бумагой, что и есть собственно творчество.

Говоря это, Бунин коснулся своей головы, затем пошевелил кистью руки, которая держала автоматическую ручку с золотым пером, коснулся листа бумаги его наплавленным платиновым кончиком и сделал на ней несколько закорючек.

— Когда вы сочиняете непосредственно на пишущей машинке, то каждое выстуканное вами слово теряет индивидуальность, обезличивается, в то время как написанное вами собственноручно на бумаге, оно как бы является матерьяльным, зримым следом вашей мысли — ее рисунком, — оно еще не потеряло сокровенной связи с вашей душой — если хотите, с вашим организмом, — так что если это слово фальшиво само по себе, или не туда поставлено, или неуместно, бестактно, то вы это не только сейчас же ощутите внутренним чутьем, но и тотчас заметите глазами по некоторому замедлению, убыстрению и даже изменению почерка. Одним словом, ваш почерк — единственный, неповторимый, как часть вашей души, — просигнализирует вам, если что: «Не то!»⁷. Кажется, Бунин говорит здесь о процессе письма как о сверхчувственном акте — почти неконтролируемого, рефлекторного воплощения слова через перо.

Прошло сто лет, но так же привязан к своему перу выдающийся современный поэт А. С. Кушнер. Он описывает свою практику письма так: «...У меня есть ноутбук, но пишу все равно от руки. Очень важна эта связь — руки, локтевого сустава с пером и бумагой». А. Кушнер отмечает важное преимущество бумажного текста над электронным: «Это еще дает возможность зачеркнуть что-то и вернуться к зачеркнутому слову, опять увидеть его и соблазниться им»⁸. С ним солидарен писатель-сатирик Михаил Жванецкий, говорящий о работе с написанием текстов в телеинтервью (2009 г.): «...Мне нужно видеть зачеркнутое, потому что можно этим воспользоваться... Один раз рассказать так, другой — так». В этой же связи знаменательна одна из индивидуальных особенностей ведения записей М. Цветаевой: в разных книжках исправляемое слово она не зачеркивала, а заключала в квадратные скобки⁹. Но вот В. С. Непомнящий, писатель, наш крупнейший литературовед давно примирился с архаичной ныне машинкой — в чем-то она оказывается все же ближе к рукописной технике: «Я работаю только с пишущей машинкой. Чтобы переместить абзац, в компьютере достаточно нажать кнопку, моментально. Для той же операции на машинке необходимо перепечатать страницу, но за это время можно подумать. Именно поэтому я не меняю пишущую машинку...»¹⁰.

Не только писатели, но и интеллектуалы из других профессий обращают внимание на потери качества текста (неочевидные, латентные, но, видимо, существенные), которые несет работа с текстом на компьютерном экране. Л. Карасев, специализирующийся на философском анализе русской литературы: «Когда пишешь рукой, это одно, когда стучишь пальцами по клавиатуре — другое. У Выготского, кажется, было такое словосочетание: «мышление правой руки». Когда текст сочиняется сразу на компьютере, возникает ситуация, в которой я начинаю чувствовать, что пишу не совсем то, что хочу. На экране видишь не более половины страницы, а все, что было написано до этого, уходит куда-то назад, в тайную глубину, в итоге — мыслишь очень небольшим куском текста. Исправления на экране, замены слов, предложений или целых абзацев проходят так чисто и гладко, что каждый раз убеждают тебя в правильности сделанного, и это коварным образом влияет на сам ход мысли». Л. Карасев и одухотворяет компьютер, говоря: «Когда пишешь на компьютере, то пишешь не один, не сам от себя, а вместе с этим электронным существом, которое нередко исподволь навязывает тебе свои решения»¹¹.

Очевидно меняется ритуал создания текстов — особая практика, связанная с мыслительными процедурами, с процессами адекватного самовыражения. Вот что говорит об определенных потерях при компьютерном

наборе П. П. Чобитко, художник-каллиграф, преподаватель Санкт-Петербургской художественно-промышленной академии: «Если в Слове (литературном, поэтическом) есть своя творческая лаборатория, то не менее важен такой же подход и к его написанию, т. е. к каллиграфии. Сегодня эту лабораторию пытаются подменить клавиатурой компьютера. На самом деле это чревато глубокими и непоправимыми последствиями, в частности деформацией физического и духовного здоровья детей, что уже отмечено физиологами Европы, Японии, Китая. Во время письма присутствует акт творения Буквы, а благодаря ритмическому нейро-импульсному процессу (во время письма) развивается тонкая моторика пальцев рук, что напрямую связано с формированием у ребенка образного процесса мышления». И еще: «В погоне за скоростью написания, упрощением графики букв исчезла индивидуальность почерка, его красота, а с ними — и тонкая дифференциация личности ученика»¹².

Очевидно, что переход к компьютерным коммуникациям отражается не просто на «техниках тела», но и меняет существо текстов. Разумеется, имеет значение и ускоряющаяся мобильность человека, и общий темп жизни, связанные с качеством литературных текстов. Кто-то из современных успешных писателей позиционирует себя как поклонника старой традиции (так, Ю. Поляков в интервью газете «Версия» утверждает: «Проза требует ежедневной работы. Поэтому приходится вставать утром, садиться за письменный стол и часов пять писать»). Но есть и новый тип писателя, который демонстративно с традицией разрывает. Захар Прилепин (тип «удачливый»: публикуясь с 2003 г., вошел в первую десятку рейтингов покупаемых книг) откровенно заявляет в интервью: «Я пишу быстро и легко. Когда у меня появляются свободные пятнадцать минут, я сажусь и пишу. Причем без всякого вдохновения, которым любят бравировать другие писатели. И обычно — левой ногой. Писательство — это не труд, это забава. Причем забава легкая»¹³. Так растет масса «негрузящей словесности» — «маслит», а одновременно идет отмена категорий гения и мастера, утверждается «новый культурный тип удачливого манипулятора средств коммуникации»¹⁴.

Возможность публиковать и, главное, выкладывать любые тексты в Сети дает желанный демократизм. Но сразу же оказывается, что «демократизм по своей природе несет снижение планки: потребителей интеллектуального товара — ценителей — становится все больше, значит, планка снижается, давая бедность интеллектуального содержания, упрощенные эстетические формы и т. п. — так обобщает свои наблюдения за современными авторами социолог культуры А. В. Захаров¹⁵. Он полагает, что это не просто упрощенное или ухудшенное издание так называемой высокой

культуры, а явление совершенно другого порядка, несущее бедность интеллектуального содержания, упрощенные эстетические формы и т. п.

Манеру письма Сергея Минаева, еще одного удачливого писателя (продвинувшегося в телеведущие, что показательно), Елена Чудинова, автор «Эксперта», характеризуют так: «На целую книгу... насчитываются три, кажется, культурные ассоциации... Ни тебе гипербол, ни метафор, ни сравнений — вообще ничего. Это принципиально новый (для литератора во всяком случае) тип мышления... Боюсь, что за этим мышлением — будущее»¹⁶.

Желание «развлекать» потребителя лежит в основе создания таких текстов. Массовая культура проста и «готова к употреблению»; она не рассчитана на диалог, на «сотворчество» в процессе восприятия (как культура высокая). «Просветительский дискурс», который создали интеллектуалы Нового времени, как кажется, терпит крах — в глазах массы образование больше не является путем к благосостоянию. А это следствие общих процессов, в том числе падения в обществе «эпохи высоких технологий» авторитета писателя, ученого и интеллектуала в целом¹⁷. Хотя невозможно не согласиться, что «на самом деле, единственный ресурс России — это интеллектуальный капитал»¹⁸.

Не все так скептически относятся к поп-творчеству. «Популярная литература, конечно, слегка паразитирует на «ленивости и нелюбопытстве» читателя, на его желании получить «в одном флаконе» понимание и развлечение, надежду и справедливость, — пишет М. Амусин. — И все же она по большинству параметров явно противостоит литературе «формульной». Последняя занята совсем другим: подтверждением оправданности и незыблемости существующего порядка, навешиванием утешительных иллюзий, выписыванием рецептов — увы, фальшивых — успеха и преуспеяния»¹⁹.

Но нас-то в данном случае интересует даже не содержание текстов, а практики их создания. И здесь важно наблюдение К. Э. Разлогова, который говорит о превращении былой «высокой», «ученой», «классической» (как ее ни назови) в некую субкультуру меньшинства: «Что же делается с той культурой, которая была раньше на вершине вертикальной, культурой художественной, творческой и всякой прочей элиты? На самом деле она, на мой взгляд, нигде не исчезает. Она просто становится одной из многих субкультур, которые существуют наряду с господствующей массовой культурой, наряду с мейнстримом»²⁰.

«Бумажный» дискурс, книжный и журнальный, оказался сильно потеснен телевидением и Интернетом, прочими формами массового досуга и культурного потребления²¹. Одним из опасных последствий считается то, что оказалась поколеблена российская традиция собирания домашних би-

блиотек, которая жила на литературоцентричности всей русской культуры. Что касается практики «потребления» текстов, то здесь, уничтожая традицию, экранная культура дает новые возможности. Феномен чтения начинает существовать в новой среде — электронные книги; глобальные информационные сети и электронные библиотеки; доступ к новым и более обширным базам данных.

Электронная публикация, считают многие, в интересах самой гуманитарной науки. «Все больше ученых-гуманитариев выбирают новые публикационные технологии», делая ставку на быструю и удобную возможность распространения результатов своих исследований²². Вспомним, что формы фиксирования и публикации текстов также складывались исторически: поначалу преобладали устные формы (лекции и речи, произносимые в собраниях) были не только средством эмоционального воздействия, но своеобразной формой «научной публикации», лишь позднее возникли «мемуары» и журнальные статьи. Адепты электронных публикаций напоминают, что по сравнению с традиционными офсетными методами печати цифровые технологии требуют минимальных затрат и экологически безвредны; преимущества электронного научного журнала в открытом широком пользователю доступе, здесь возможен свободный обмен мнениями и интеллектуальный диалог в живом режиме.

Итак, становление и развитие культурных практик, связанных с компьютером, активно комментируется, вызывая как опасения, так и восторги. Цифровая революция началась относительно недавно, но имеющиеся и предполагаемые последствия значительны. Крайние точки зрения на новшества таковы: одни считают Интернет «громдой помойкой», говорят о бесконтрольной возможности манипулирования людьми, о «дебилизация» компьютерного поколения. Другие в восторге от возможностей общения, которые дает Сеть, полагая, что вернулись времена платоновской Академии, и любой «философ» может теперь общаться с другим «любому», не выходя за пределы своего дома. Третьи считают, что эта ситуация порождает новый тип одиночества: люди разобщены, лишены физических, эмоциональных в старом смысле этого слова контактов.

Центром современного дома и главным предметом является, несомненно, телевизор, заменивший «домашний очаг» прошлых эпох и знаменующий, по мнению некоторых наблюдателей, переход в русской культуре от литературоцентричности к телецентричности²³. Зона просмотра телепередач — «центральная» зона, как некогда гостиная (или московская кухня 1970–80-х годов), — связывает теперь обитателей дома с «внешним миром», публичной средой. Подключаясь же к Сети, современные поль-

зователи оказываются «обитателями» мак-люэновской аудиовизуальной среды. И что бесспорно, так это большая доступность для пользователей компьютером изображения. И это особенно важно, если учитывать специфику современной культуры как культуры визуальной *par excellence*. Нельзя не согласиться с утверждением, что «логика и практика визуального повествования и чтения не остается неизменной с появлением новых технологий, она постепенно трансформируется от последовательной фабулы линейного нарратива языкового повествования — к фрагментарности и нелинейности восприятия визуальных знаков. Человек скользит взглядом по визуальному потоку и управляет впечатлениями посредством мыши или пульта. И видимость все чаще получает приоритет вместо контента: не кто и что говорит или пишет, а как при этом выглядит»²⁴.

Прежде всего следует сказать о невиданном прежде распространении фотоизображений. Среди причин их независимость от производителя: фотограф всего лишь создает условия процесса²⁵. Еще в XIX в. фотография положила начало цепной реакции распространения средств массового воспроизведения. Более того, еще в 1977 г. Сьюзен Зонтаг констатировала: «Обучая нас новому визуальному коду, — фотография изменяет и расширяет наши представления о том, что достойно быть замеченным и за чем мы вправе наблюдать. Она представляет собой грамматику и, что еще важнее, этику визуального восприятия. Грандиознейшее достижение фотографии заключается в создании у нас впечатления, что мы можем удерживать в голове весь мир как антологию фотоснимков»²⁶.

Роль выложенных в Сети фото разнообразна. Мы не будем говорить о таком замечательном явлении, как «стоковая фотография» для коммерческого использования в рекламе и дизайне и прочих следствий активизации рыночных отношений. Не будем также касаться Интернета как инструмента для создания художественных проектов так называемого «актуального искусства». «Главное не путать *net-art* и *art on the net*. Искусство в Сети это лишь документация, которая не создана специально для сети. Напротив, *net-art* функционирует только в Сети и часто имеет дело со структурированным контекстом»²⁷.

Остановимся на самостоятельности пользователя Интернета, самовыражающегося в размещении там визуальных образов.

Прежде всего выкладывание своих фото — это один из способов создания имиджа и как прием самопрезентации публичного человека. Вспоминая прошлое, отметим, что, заказывая живописный портрет, революционный «респектабельный человек», как правило, позиционировал себя как интеллект, используя традиционно сложившийся об-

раз, являвшийся тогда маркером успешности — портрет в собственном кабинете. Заметим, что сегодня политик в лучшем случае предпочитает позицию в служебном кабинете «на фоне компьютера». Стильный компьютер, как прежде роскошный чернильный прибор, формирует имидж «современного и элегантного человека». Но современный руководитель практически никогда не снимается на фоне полок с книгами. Так исподволь волшебная сила пиара становится инструментом создания новых стереотипов и общественных установок. Зато образ власти пока еще четко связывается с традиционным образом (обычна съемка президента РФ в кабинете на фоне полок с томами Брокгауза / Ефрона).

Однако не только политик, но и рядовой пользователь теперь имеет возможность создания собственного виртуального имиджа. Такие фото-самопрезентации постоянно присутствуют на блогах в виде значков, рисунков и фотографий. А программа Скайп (Skype) позволяет видеть собеседника онлайн. Фото из разряда «повседневных» и «семейных» вносят элемент приватности в содержание блогов и текстов ЖЖ.

Вот Евгений Гришковец — литератор, «простодушный лицедей», трикстер нашего времени — уверяет, что с трудом управляется с современной техникой: «Мне компьютеры даже нравятся. Особенно как они выглядят. Но я не владею... я могу прожить и без этого». Однако он умудряется вести свой блог на LiveJournal. Там появляются не только семейные фотографии, но и рассказы из еще не вышедшей книжки²⁸.

Ирина Каспэ, проанализировав атрибуты и символы домашнего пространства в интернет-средах²⁹, говорит о рефлексе доверия к фотографии (тем более к камере), используя которую, Человек стремится показать себя комплиментарно, как бы в «бытовой обстановке». Дом преподносится не только как пространство интимного, но и как пространство обыденного. Так самые современные культурные модели по-прежнему отсылают к самым базовым для нового времени представлениям: дом — место, где человек полностью совпадает с собой. И. Каспэ замечает: «Беспорядок свидетельствует о подлинности и нередко дополнительно подчеркивается авторами фотографий, спешащими извиниться за «срач по причине аврала». Но здесь, подобно постановочному фото прошлого, экран «обманывает», создавая иллюзию подлинности. Это «творчество» выкладывающего свои изображения говорит о наполненности среды эмоциями, о неформальности общения.

Можно говорить и о других возможностях интернет-публикации изображений, которые стали доступны «обитателям» мак-люэновской аудио-визуальной среды. Это создание собственных коллекций электрон-

ных изображений — произведений искусства, старинных фотографий, до-революционных и советских открыток, советских игрушек елочных и пр. (электронные альбомы приходят на смену альбомной культуре XVIII–XIX вв., разрушая и привычные стереотипы собирания семейных фотоальбомов XX века). Пользователи начинают создавать свои тематические коллекции изображений. Посетители сайтов ведут поиск нужных им изображений, обмениваются информацией и впечатлениями, в том числе выходя на проблемы экранной культуры в целом. Извлечение изображений из семейных архивов и частных собраний становится уникальной возможностью моментальной их публикации, комментирования, провоцирует людей на аналогичный поиск в своих домашних коллекциях, пробуждает интерес к ушедшему прошлому и обычно незамечаемому окружающему настоящему.

Простые примеры, демонстрирующие «активную любовь» к своему городу. Вот человек выложил собственные фото доходных домов Москвы с краткими содержательными комментариями, с собственной эмоциональной оценкой («Среди этих домов мои самые любимые...»). И здесь же завязывается разговор посетителей сайта: «Спасибо большое, великолепная подборка.... Вот по постройкам Шехтеля на википедии список есть и неплохой...»). Вот современные фото реальных московских пейзажей, связанные небанальной идеей — «Решили мы тут недавно пройтись по местам, связанными с кинофильмом «ТАСС уполномочен заявить...»). Вот Рогожская Ямская слобода (Школьная улица): выложены фото пока еще сохраняющихся старых домов, подворотен и пр. с комментариями (здесь же отклик: «Ну а что же не сфотографировали эти же дома с обратной стороны? Тоже интересно...»). Или фоторепортаж: «В субботу с другом прогулялись к зданию северного Речного Вокзала... Давно я хотел заснять тамошние «тарелки» — в отделке на колоннах».

Наконец, не могу не упомянуть замечательные подборки в ЖЖ фото Москвы и других российских городов, размещаемые «охотником за двухэтажками, пятиэтажками и девятиэтажками» Николаем Калашниковым (zabyg17.livejournal.com) — его в Сети называют «одним из интереснейших людей и мудрейшим знатоком Живого Журнала»³⁰. «Когда-то в уже давние забытые восьмидесятые мне, школьнику-прогульщику, мечталось о том, как здорово было бы сфотографировать все московские улицы и дома... Сейчас эта мечта частично осуществилась», — так пишет он сам.

Фактически эти «самодеятельные» фотографии с любовью фиксируют рядовую (не ценимую нашими городскими властями, но бесценную для истории «уходящую натуру») застройку городов и весей страны, публикуя их, делая общим достоянием и таким образом сохраняя хотя бы образы и

фактически подменяя в основном бездействующие органы охраны отечественного наследия.

Возникают не только блоги, где общаются случайные посетители, но и постоянные виртуальные сообщества, клубы собирателей изображений определенного типа (живопись — по темам, семейная фотография прошлого, военная фотография и пр.). Назовем несколько больших коллекций — «Рожденные в СССР», «ФОТОАРХЕОЛОГИЯ», «СТАРОЕ ФОТО», «ФОТОАРХЕОЛОГИЯ», «ВЕЧНЫЙ ОГОНЬ», «АВИАЦИОННЫЙ ФОРУМ» - Яркий самолет Ту22 (капля в море). Как видим, велик интерес к изображениям, связанным с Великой Отечественной войной; впрочем, можно встретить и, например, любительскую подборку на тему известных писателей участвовавших в мировых войнах.

Другой ракурс — это семейная память (фактически совпадающая с исторической памятью в целом), выплескивающаяся в Сеть. Нет числа подборкам с подписями типа «Это мой Дед», «Мой дядя Андрей рядом с английским пехотинцем в Берлине» и пр. Есть целые подборки не семейных, а анонимных старых фото, например альбом «Найденные старые фотографии...» (комментарий автора: «Я не знаю людей, кто изображены на этих снимках... Но это наша история, и потому все эти люди кажутся мне близкими. Я хочу лучше понять их, хочу слиться с ними. Ведь разглядывая такие фотографии, мы продлеваем свою жизнь»). Отклики участников обсуждения на сайте в основном принадлежат молодым ребятам, которые не только делятся эмоциями, но и серьезно анализируют изображения, выявляют особенности старой фотографии. А вот подборки, казалось бы, малосвязанных друг с другом фото типа «Мордовская старая фотография» (1950-х гг.) хороши тем, что они представляют абсолютно рядовую съемку, показывая то типичное и повседневное, которое обычно не принято демонстрировать в профессионально подготовленных альбомах, хотя именно оно характеризует ВРЕМЯ.

Создатели виртуальных музеев иногда идут по пути прямого обращения к пользователям: «Создаем виртуальный музей старинных и прочих фотографий на тему истории Зауралья!... Чем хорош виртуальный музей: вы отдаете в него свои экспонаты — и при этом они остаются у вас!». И правильно делают, поскольку семейные коллекции остаются неисчерпаемым резервом «визуальной эгоистории».

Еще одна область самостоятельности пользователя, связанная с выкладыванием в Сеть изображений — это сфера новых форм «музейной коммуникации». Мы имеем в виду бескорыстное желание познакомить Интернет-сообщество с искусством, которое «нашел сам». Вот небольшая

подборка живописи с немудреным комментарием: «Коммунизм в просветительных целях щедро разбросал сокровища по перифериям СССР... В отпуске я посетил и сфотал галерею в Днепропетровске». Другой пользователь поделился своей коллекцией «Дети в живописи», третий выложил фотокопии редких итальянских полотен. Профессионалы сегодня не без причины говорят о «вытеснении представления о безусловном приоритете научного знания и ослаблении авторитета академической системы трансляции знания»³¹. Можно, конечно, подвергать сомнению и качество изображений, и принципы отбора, но в данном случае все это окупается высокими интенциями блоггеров.

Примеры сетевых публикаций выбраны нами почти наугад, ибо им несть числа. Невозможно даже пытаться систематизировать эти десятки и десятки попыток проявить себя через общественно значимое дело. Но фактически подобные интернет-сообщества являются, на наш взгляд, проявлением не только личной активности, но и корпоративности виртуальных сообществ совершенно нового типа, которая возникает благодаря возможностям интернет-общения. Возникают, заметим, совершенно спонтанно. Так, по выражению французского социального философа Мишель де Серто, ежeminутно социальные акторы «мастерят мириады бесконечно малых превращений внутри доминирующей культурной экономики, чтобы адаптировать ее к своим собственным интересам и собственным правилам»³². Потребительский пафос, который, к сожалению, демонстрирует значительная часть нашего общества, не должен затенять то позитивное, наполненное чистым эмоциональным отношением к традициям и прошлому, что можно обнаружить в Сети.

Мы коснулись лишь нескольких тенденций, связанных с инновациями, которые несут электронные средства коммуникации. Пугающие тенденции оказываются связаны с процессами творчества и мышления, активно меняют режимы деятельности людей. Но, как видим, и привычные нам практики, связанные с созданием текстов, когда-то были новыми и пугающими, но и они оказались преходящи, когда сегодня на смену им пришли другие. Гораздо больше опасений вызывает падение авторитета интеллектуала в современном российском социуме. Но общество — саморегулирующаяся система, и хотелось бы надеяться на то, что включатся его защитные механизмы. Возможно, визуальная культура, так бурно развивающаяся на наших глазах, призвана компенсировать очевидные потери, пришедшие с концом «чернильной эпохи». Но главная надежда на ту часть общества, которая, по-новому утверждая свою идентичность, демонстрирует преимущество традиций отечественной культуры.

¹ Медик Ханс. Народ с книгами. Домашние библиотеки и книжная культура в сельской местности в конце раннего Нового времени. Лайхинген (1748-1820) // Прошлое — крупным планом: современные исследования по микроистории. С.-Пб., 2003.

² Игнатъев А. А. Пятьдесят лет в строю. Кн. 1. http://az.lib.ru/i/ignatxew_a_a/text_0010.shtml.

³ Подробнее см.: Кулакова И. П. История интеллектуального быта и российской традиционной культура: Кабинет отца во впечатлениях детства (конец XVIII – начало XX в.) // Какорея: Из истории детства в России и других странах. Сб. статей и материалов. Москва — Тверь, 2008.

⁴ Подобные проблемы еще в 1935 г. были подняты французским антропологом Марселем Моссом в работе «Техники тела».

⁵ Тарасенко В. Человек кликающий: фрактальные нарративы // Международные чтения по теории, истории и философии культуры. М., 1998. В. 6.

⁶ Русская академическая художественная школа в XVIII веке // Известия Гос. Академии истории материальной культуры. Вып. 123. М., Л., 1934. С. 38, 42, 60. Студент, а затем профессор Московского университета П. И. Страхов, например, вспоминал, что за день каждый ученик должен был не менее 14 раз пройти двором и не менее четырех раз взбежать по лестнице («ступенек в 60–70») — «не считая коридоров и покоев». Он сам кстати, считал такое «хождение» весьма полезным для здоровья учащихся, приписывая этой «зарядке» тот факт, что 15 кроватей университетской больницы были обычно свободны (Страхов П. Ил. Краткая история академической гимназии, бывшей при Императорском Московском университете. М., 2000 С. 42).

⁷ Катаев В. П. Трава забвенья. Повесть // В. Катаев. Собрание сочинений в 9 тт.. Том 9. Повести. Стихотворения. М., 1972. www.ladoshki.com/26523-books-книга-Трава-забвенья.htm.

⁸ Морозов А.. Поэт Александр Кушнер :«Мне говорили, что мои стихи сгниют на помойке» // «Новые Известия». 21 марта 2006 г. <http://www.newizv.ru/print/42725>.

⁹ Цветаева М. Неизданное. Записные книжки в двух томах. Т. 1. М., 2000. С. 453.

¹⁰ «Тем временем». Телевизионная программа А. Архангельского от 19.05.07.

¹¹ Карасев Л. Наука и удивление // <http://ivgi.rsuh.ru/article.html?id=50986>. Сайт РГГУ.

¹² Чобитько П. П. Познавательная и полезная каллиграфия <http://www.calligraphy.mvk.ru/?idx=19&sw=p&idsub=115>.

¹³ Цит. по: Фролов И. Смертный грех Захара Прилепина // НГ. 26.02.2009 (раздел Ex Libris).

¹⁴ Сегал Д. Куда ж нам плыть? // Зеркало. Литературно-художественный журнал <http://members.tripod.com/barashw/zerkalo/13-14/segal.html>

¹⁵ Захаров А. В. Массовое общество и культура в России: социально-типологический анализ // Вопросы философии, 2003. № 9. СС. 3–16.

¹⁶ Чудинова Е. Без барьера // Эксперт. 7.05.2009 <http://www.expert.ru/columns/2009/05/07/barier/> Эксперт. 7.05.2009

¹⁷ Кулакова И. П. Имидж российского интеллектуала: старые традиции и новые тенденции в эпоху глобализации // Материалы Международного научного конгресса «Глобалистика — 2009»: Пути выхода их глобального кризиса и модели нового мироустройства», Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 20–23 мая 2009 г. М., 2009.

¹⁸ Дондурей Д. Кинопатриотизм — это гламур. В день победы! // Русский Журнал. 9 мая 2009 <http://www.russ.ru/pole/Kinopatriotizm-eto-glamur>.

¹⁹ Амусин М.Чем сердце успокоится. Заметки о серьезной и массовой литературе в России на рубеже веков // Вопросы литературы. № 3. 2009 <http://magazines.russ.ru/voplit/2009/3/am1.html>.

²⁰ Разлогов К. Э. Глобальная и / или массовая? // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 143–156.

²¹ Амусин М. Чем сердце успокоится. Там же.

²² http://etc.dal.ca/noj/purpose_ru.shtml Набоковский онлайн-журнал (время обращения — 29.07.09).

²³ Минкин А. Вымирают читатели. Лучшие в мире читатели умерли // Московский Комсомолец. 7 декабря 2005.

²⁴ Колосов А. В. Визуальные коммуникации в социально-политических процессах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2006. № 1 (6). С. 82–83.

²⁵ Рыклин М. Комментарии к изд.: Ролан Барт. Camera lucida Комментарий к фотографии. 1997 http://www.i-u.ru/biblio/archive/bart_kommentariy/05.aspx.

²⁶ Sontag S. On Photography. New York, 1976. P. 179.

²⁷ Шишко О. Da-da-net. На фестиваль в домашних тапочках, или Праздник, который всегда с тобой... Первый фестиваль русских художественных сетевых проектов. Интернет-Zhurnal.Ru // Вестник сетевой культуры. №1(7), 1998 http://www.zhurnal.ru/7/da_da_net.html.

²⁸ Еженедельник «ОК». 2007, № 35(44). С. 53.

²⁹ Каспэ И. Дом на экране: атрибуты и символы домашнего пространства

в интернет-средах http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/ru/kaspe_home.pdf (время обращения к странице — июнь 2005)

³¹ Беззубова О. В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование. Сб. статей. Под ред. С. И. Дудника. СПб., 2004, с. 418–427.

³² M.de Certeau. The Practice of Everyday Life. Berkeley: University of California Press, 1984. Цит. по: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/116623.html>.

ФРАГМЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: УГРОЗА ИЛИ БЛАГО?

Тот факт, что сегодня культура претерпевает масштабные трансформации, не вызывает сомнений. Целый ряд серьезных технологических изменений последнего времени, получивших обобщенное название цифровой революции, активное вхождение в жизнь современного общества компьютерных и, в частности, сетевых технологий оборачивается для многих социальных и культурных сфер неожиданно серьезными последствиями. Логически следующая за цифровой революцией цифровая эпоха, казалось бы, есть не что иное, как всего лишь прежний мир, несколько преобразованный новыми техническими устройствами и предлагаемыми ими возможностями. Между тем на деле плоды цифровой революции вторгаются в глубинные основания вчерашнего мира, провоцируют совершенно новые стратегии поведения людей, новый способ их мышления и, как следствие, формируют новую политическую, социальную, культурную реальность. Одной из важнейших трансформаций именно подобного рода, спровоцированных развитием технологий и при этом претендующих на серьезнейшее влияние на сегодняшний и, главным образом, завтрашний мир, является тенденция к демассификации, фрагментации культуры.

В сущности, о движении культуры к демассификации в связи с развитием технологий, и главным образом технологий, связанных с медиа, заговорили задолго до того, как плоды технического прогресса приобрели свой современный вид. Некоторые наиболее категоричные исследователи, например М. Маклюэн, отсчитывали начало эпохи демассификации от создания радиовещания, а в более глобальном смысле — от самой электрификации. «Радио, — писал Маклюэн, — децентрализующая, плюралистическая сила, что вообще свойственно электроэнергии, и электрическим средствам коммуникации»¹. Впрочем, более традиционным является скорее противоположный взгляд: как радио, так и появившееся позднее телевидение принято считать основой глобальной массификации культуры и общества, произошедшей в XX веке во многом как раз благодаря становлению «электрических» средств коммуникации. Именно они, получив более широкое распространение, чем любое из прежде существовавших медиа, окончательно сформировали массовую публику и стали тем средством, с помощью которого этой публике культура фактически «спускалась» по вертикали. Схождение культурной информации по медиа-каналам сверху-вниз — от некоего верховного институ-

та (будь то коммерческая медиакорпорация или государственная структура) к широким массам — отчетливо прослеживается в культуре большей части XX столетия. Медиа прошлого века, благодаря размерам сконцентрированной вокруг них аудитории и установке на не критическое восприятие, стали средством, способствующим укоренению в общественном сознании как отдельных культурных феноменов, так и целых мировоззрений. Оставались они им, однако, лишь до тех пор, пока их интенсивное развитие не привело к небывалому разнообразию предлагаемых тематик, программ и каналов. Это разнообразие стало первым шагом к фрагментации культуры, признаваемой на этот раз уже довольно широким кругом исследователей. «Кабель демассифицирует аудиторию, разделяет ее на множество мини-аудиторий»², — утверждал Э. Тоффлер, считая демассификацию медиа одной из характерных черт «Третьей волны» — т. е. фактически информационного общества. Отмечая происходящий бум специализированных радио- и телеканалов, мини-журналов и параллельное угасание влияния массовой прессы, радио, телевидения, он писал: «В эпоху второй волны средства массовой информации захватывали все большую и большую власть. Сейчас же происходят разительные перемены. Когда, подобно грозе, нагрянула третья волна, никто не ожидал, что средства массовой информации вместо того, чтобы расправить крылья, будут вынуждены поделиться своим влиянием. Они потерпели поражение сразу на нескольких фронтах от явления, которое я называю «демассификацией массмедиа»³.

Эта демассификация, по мнению Тоффлера, и ведет, в свою очередь, к общей демассификации культуры, к разделению общества на специализированные мини-аудитории практически везде — в политике, религии, множестве областей социальной жизни. Наблюдениям Тоффлера вторит и Д. Нейсбит, также выделяя движение от массового к специализированному и от централизации к децентрализации в качестве характерных трендов информационной эпохи. «Культурно мы утратили тягу к централизации какого бы то ни было сорта⁴, — утверждает он, в качестве одного из аспектов общей децентрализации мира отмечая и фрагментацию искусства: ...расцветают тысячи школ и художников, и новых лидеров не появляется»⁵. Примечательно, что весьма схожим образом описывали ситуацию в искусстве второй половины XX века теоретики постмодернизма, хотя и в несколько ином контексте, связывая ее, подобно Ж. Делезу и Ф. Гваттари, не столько с технологиями и процессами в медиа, сколько с общей децентрализованностью, мозаичностью, «ризоматичностью» постмодернистской культуры⁶.

Впрочем, вне зависимости от того, связываем ли мы начало фрагментации культуры с формированием информационного общества, либо же с кон-

цепцией постмодерна, надо признать, что компьютерные и сетевые технологии, получившие широкое распространение на пороге XXI столетия, заметно усилили тенденцию к демассификации, сложившуюся прежде. Одной из причин этого является то, что, благодаря развитию Интернета, количество альтернативных информационных потоков чрезвычайно возросло, многократно превзойдя плюрализм кабельного и спутникового телевидения. Другая причина связана с самой внутренней структурой Интернета, одним из существенных свойств которого является горизонтальное устройство, противящееся любому централизованному управлению, иерархическому воздействию. «Киберпространство является делом естества и растет само посредством наших совокупных действий»⁷, — писал на заре широкого распространения Сети Д. П. Барлоу в знаковом тексте, известном как Декларация независимости киберпространства. Практически неуправляемый сверху, основанный на принципах самоорганизации, преобладании горизонтальных связей, Интернет действительно гораздо более «естествен» и «дикорастущ», чем централизованные медиа XX века, и неслучайно он описывается порой как та самая постмодернистская ризома — не имеющая исходного пункта развития, по своей природе децентрализованная и антииерархичная, не подразумевающая, что какая-то ее точка может иметь преимущество перед другой.

Именно ризоматичность интернета во многом предопределила тот факт, что культура, сегодня в самых разных своих проявлениях все активнее уходящая в Сеть, постепенно теряет черты массовости. Прежде в пространстве традиционных «электрических» средств коммуникации она в очень значительной степени подчинялась политике иерархических институтов, пользующихся своим верховным положением в медиа-вертикали для того, чтобы манипулировать массовым сознанием, «раскручивать» «звезд», будь то актеры или политики, создавать «хиты», будь то музыкальные композиции или интерпретации событий, потребительские товары или идеи и ценности. В сетевых же медиа цифровой эпохи что-либо намеренно «раскрутить» и навязать стало чрезвычайно непросто, поскольку в их пространстве преобладает не навязанное по вертикали, а стихийное горизонтальное распространение, основанное не на принудительном принципе «ротаций», а на сложных сетевых взаимосвязях, которыми пронизаны интернет-ресурсы. Во многом именно благодаря характерным для этих ресурсов механизмам функционирования на данный момент и утверждается «новая парадигма культуры — гетерогенное, множественное, картографическое пространство, расширять которое можно до бесконечности»⁸.

Описывая закономерности, характерные для этого пространства, сегодня наиболее часто принято упоминать концепцию «длинного хвоста»,

представленную в 2004 г. Крисом Андерсоном. Теоретически Андерсон мало что добавил к идеям о демассификации культуры, высказанным его предшественниками, однако он чрезвычайно наглядно продемонстрировал как то, что прежде было в основном интеллектуальными моделями, утверждается в качестве неоспоримой реальности, подтвержденной даже статистически. Суть концепции «длинного хвоста» в общих чертах сводится к следующему: сегодня по мере того, как все более доступными становятся средства производства культурных товаров, а современные технологии делают 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 общеизвестных культурных явлений 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.

Концепцию длинного хвоста наиболее ярко иллюстрируют приводимые Андерсоном графики, изображающие кривую спроса на различные культурные события, явления и товары до и после цифровой революции. В этой кривой Андерсон выделяет две основные части: «голову», концентрирующую в себе относительно небольшое количество «хитов» — культурных явлений, имеющих массовое распространение, и «хвост», содержащий множество явлений узкопопулярных, «нишевых». На до-цифровом этапе, в условиях ограниченности ресурсов, кривая спроса обрывается практически сразу после окончания «головы» — там, где кончается пространство «физических» магазинных полок, эфирное время и пр. Товары, не имеющие достаточно большого потенциального спроса, оказываются за пределами внимания аудитории просто потому, что их разнообразие объективно ограничивает физический мир. В эпоху же всеобщей интернетизации, где виртуальные полки и эфирное время практически бесконечны, на спрос не накладывается уже никаких ограничений — и кривая продолжается очень долго, многократно удлиняя культурный «хвост». Более того, «как только значительно увеличивается разнообразие в предложении <...> кривая спроса разглаживается <...>, хиты становятся менее популярными, а популярность ниш возрастает»⁹. Статистика, лежащая в основе приводимых Андерсоном графиков, чрезвычайно красноречива. Вот чем, например, оборачивается цифровая революция для музыкальной культуры: если «в традиционной рознице 1 тыс. самых популярных альбомов составляет примерно 80% всего

рынка (в среднем розничном магазине, который предлагает лишь часть доступных дисков, 100 самых популярных альбомов могут привлечь более 90% продаж)¹⁰, 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.»¹¹. Схожая ситуация и на книжном рынке: обычный книжный магазин, как правило, продает не более 100 тыс. самых популярных изданий, в то время как не менее четверти продаж интернет-магазина Amazon приходятся на книги за пределами первых 100 тыс.¹². Подобное же положение сегодня не в меньшей мере характерно для рынка видеопродукции и компьютерных игр, в ту же модель укладывается статистика популярности информационных ресурсов, разброса политических и даже религиозных предпочтений. Таким образом, в цифровую эпоху востребованными оказываются даже те — и нередко в основном те — явления культуры, которые ориентированы на чрезвычайно узкую целевую группу, и в целом происходит масштабный сдвиг «от массовой культуры к массе параллельных культур»¹³.

Корни данного сдвига при этом действительно уходят в трансформацию медиасистемы и отчетливо прослеживаются даже при самом поверхностном сопоставлении новых цифровых интернет-медиа с их традиционными офф-лайнowymi «коллегами». В основе традиционных медиа, как правило, лежит стремление к максимальному охвату аудитории, в то время как Сеть, сколь бы глобальную аудиторию она ни охватывала, базируется на совершенно ином принципе — предельной специализации. Сетевые сообщества, форумы, блоги в основной своей массе формируются вокруг того или иного довольно узкого интереса. Радиостанции, вещающие в Интернете, практически никогда не претендуют на массовую аудиторию, стремясь вместо этого к удовлетворению нишевых запросов самого разного рода: в диапазоне от radiodismuke.com, вещающего винтажные хиты 1925–1935 годов, до brosorpulse.com — образовательного радио для трейдеров. Видеоподкасты, все больше претендующие на роль телевидения XXI века, также исходят из ориентации на специфические, нишевые интересы.

В конечном итоге задача все усложняющейся специализации — максимально точно удовлетворить потребности каждого человека, а потому неслучайно столь большим успехом пользуются сетевые ресурсы, в частности музыкальные онлайн-радиостанции, такие как, например, imeem.com, Pandora, Last.fm, в которых нишевое деление наиболее радикально и целевая аудитория «эфира» сужена до одного конкретного слушателя. «Наша главная задача — доставить музыку по верному адресу»¹⁴, — заявляют по этому поводу создатели Last.fm, самого популярного из подобных проек-

тов. При помощи специального программного обеспечения они анализируют поведение каждого пользователя: какую музыку он предпочитает, какие композиции пропускает, а к каким, наоборот, регулярно возвращается, сопоставляют полученные данные с поведением пользователей со схожими вкусами и в итоге предлагают слушателю индивидуальный адресный аудиопоток, доводя тем самым идею предельной специализации до своего логического завершения. Last.fm, будучи ресурсом, с одной стороны, глобальным, имеющим десятки миллионов пользователей, объединенных сложной системой связей, а с другой — рассчитанным на абсолютную индивидуальность, являет собой ярчайшее воплощение сути перемен, происходящих сегодня. «Мир медиа, — как утверждает М. Кагельс, — сейчас претерпевает грандиозную трансформацию, становясь глокальным (одновременно глобализируясь и практикуя адресное вещание)»¹⁵. При этом черты новых медиа отражают ситуацию в культуре в целом, которая также становится глокальной сегодня.

Глокальность культуры — новый виток спирали, принципиально отличный как от глобальности, так и от локальности. К. Андерсон предлагает на него следующий взгляд: прежде — до индустриальной революции — культура была в основном локальной. «Аграрная экономика распределяла население по поверхности земли, расстояния разделяли людей. Культура фрагментировалась — так возникли такие явления, как региональные диалекты и народная музыка... Это была ранняя эпоха нишевых культур, которые определялись географически, а не в соответствии с личными предпочтениями»¹⁶. Затем развитие технологий в XIX и особенно XX веке, изобретение радио, телевидения создало базу для массовой, глобальной культуры, породив «эффект кулера», «когда все работники офиса собирались возле кулера с водой, чтобы обсудить общее культурное событие. В 50-х и 60-х годах можно было быть уверенным, что все ваши коллеги предыдущим вечером смотрели то же, что и вы»¹⁷. Наконец, информационная эпоха уничтожила примат массового, снова придя к нишевости, но уже на других основаниях: «Люди объединяются в тысячи культурных племен, основанных на интересах, их объединяют увлечения, а не география или рабочее место. Мы покидаем «эпоху кулера», когда большинство из нас слушали, смотрели и читали одно и то же, в основном небольшое количество хитов. Мы вступаем в эру микрокультур, когда все увлекаются разными вещами»¹⁸. С позицией Андерсона переключаются и наблюдения других исследователей, например В. А. Емелина: «В Сети отсутствует фактор конъюнктуры, поэтому, если люди здесь объединяются, то диктуется это не какими-то внешними мотивами, а подлинными потребностями и вле-

чениями. Таким образом, Интернет становится эффективным средством, обеспечивающим его пользователям возможность коммуникации именно с тем фрагментом реальности, который является наиболее близким для их индивидуальностей»¹⁹.

Подобное положение вещей в культуре цифровой эпохи, несомненно, имеет серьезные преимущества перед культурной ситуацией XX столетия с доминирующим в ней диктатом массового: в XXI веке ничто больше не вынуждает человека довольствоваться популярной культурой, прежде, как правило, навязанной медиавертикалью. Теперь он может искать и выбирать именно те культурные явления, те произведения искусства, те товары — те ниши, которые близки именно ему, и с их помощью выстраивать свою собственную уникальную идентичность. В XXI веке полностью меняются сами возможности культурного выбора — к примеру, как верно замечает А. Горохов в отношении музыкальной культуры, до цифровой революции «слушатель был зависим от абсолютно непрозрачной системы дистрибуции звуконосителей. Если CD нет «в киоске на желдорвокзале», то его нет в принципе... Сегодня, если тебе известно имя Oval, то в течении нескольких минут ты имеешь возможность удостовериться, как звучит передний край электроники... Заинтересовало слово dub? Пожалуйста, от Ямайки до Берлина все в твоём распоряжении. Есть и Штокхаузен, и многое-многое прочее. Не важно, возникает ли любовь с первого взгляда или нет. Важно, что тебе это доступно. А путь распространения пиратских компактв, скажем, из Москвы в Новосибирск и дальше в тайгу становится, наоборот, абсолютно неважным. То есть трэ ликвидировал посредников, фарцовщиков, пиратов, которые вполне сознательно и узколобо фильтровали музкультуру»²⁰. Примечательно при этом, что, как показывает культурное потребление в Сети, в условиях отсутствия данной фильтрации культурные запросы многих людей трансформируются довольно неожиданным образом. Списки интернет-популярности редко совпадают с офф-лайновыми хит-парадами. В интернет-пространстве меняется порой даже роль целых жанров — весьма показательны в этом отношении статистические данные, приводимые в статье А. Миджетте «Классика в Интернете: многообещающий прогноз». Согласно им, в офф-лайновом мире на академическую музыку приходится около 3–4% мирового музыкального потребления, однако в музыкальном интернет-пространстве эта цифра значительно выше — уже около 12%²¹.

Таким образом, в цифровую эпоху культура, похоже, на самом деле уходит «от следования за толпами к вершинам хит-парада к поискам собственного стиля, исследованию неизвестного, альтернативного и, назад во времени, классического»²². При этом в ней формируются новые бес-

прецедентные возможности не только для культурного потребления, но и для самого культурного производства и распространения его плодов. Сегодня многочисленные социальные сети и блоги позволяют создать свою страницу каждому, сделав интернет-медиа площадкой свободной самопубликации для всех: журналистов и писателей, режиссеров и музыкантов, художников и философов. При этом сетевые библиотеки позволяют молодому поэту соперничать с Пушкиным и Бродским; видеоподкаст рядового любителя может стоять в одном ряду с интернет-сайтом федерального телеканала; интернет-радиостанции крутят записи никому не известных исполнителей наравне с общепризнанными хитами, а ресурсы, подобные Last.fm, предлагают беспрепятственно загружать свои композиции любому автору — и они попадают в индивидуальные трансляции в соответствии с вкусовыми предпочтениями конкретного слушателя, а вовсе не со степенью популярности. «Пусть расцветают все цветы» — в сущности, именно по этому принципу развивается культура цифровой эпохи, именно в нем ее главное преимущество: она дает любому культурному явлению возможность не быть «хитом», известным и любимым всеми, но при этом все-таки быть. Полноценно существовать, быть замеченным и востребованным своей, пусть и не миллионной, аудиторией.

Фрагментация, поощряя максимальное культурное разнообразие, открывает, таким образом, многообещающие перспективы для развития культуры будущего и потому дает немало поводов для оптимизма. Между тем, даже самые радужные перспективы не отменяют того факта, что сегодня каждая из новых возможностей создает и новые проблемы, серьезность которых порой такова, что способна свести на нет позитивный эффект достижений цифровой революции. Так, отсутствие искусственных ограничений в производстве и распространении культурной продукции, формируя условия беспрецедентно разнообразного выбора, в то же время оборачивается переизбытком, огромным перепроизводством культурной информации. Общедоступные блоги, выполняющие сегодня роль мини-СМИ, исчисляются миллионами, число ежедневно выкладываемых в Сеть литературных, художественных, видеопроизведений самого разного качества не поддается подсчету, а количество музыкальных записей только в период с 2004 по 2005 год «увеличилось на феноменальные 36% <...> в основном благодаря легкости, с которой музыканты сейчас могут записывать и выпускать музыку»²³. Изобилие «всех цветов» превращается, таким образом, в дремучие заросли, ориентация в которых становится весьма нетривиальной задачей. При этом отсутствие в медиа цифровой эпохи столь порицаемой «узколобой фильтрации» оборачивается отсутствием фильтрации как

таковой, и в конечном итоге — информационным хаосом, способным уничтожить все преимущества культурной демассификации.

Потенциально проблема культурного перепроизводства должна решаться с помощью той самой специализации — все усложняющейся и теоретически имеющей для каждого, даже самого уникального культурного запроса соответствующий ему нишевый ответ. Однако на деле в информационном шуме цифровой эпохи «соответствующие друг другу» производитель и потребитель культурного продукта могут встретиться разве что по счастливому стечению обстоятельств. Там, где невозможно даже обозреть, не говоря уж о «примерить на себя» и сотую долю ниш, существующих сегодня в самых разных культурных областях, в том, кому действительно удастся, а кому нет удовлетворить свои специфические интересы, существует слишком большая доля случайности. К тому же ничем не ограниченное культурное разнообразие провоцирует возникновение ситуации, которую Б. Шварц назвал «парадоксом выбора»²⁴. Шварц, опираясь на ряд экспериментальных исследований, утверждал, что, пересекая определенную количественную черту, выбор перестает стимулировать человека, становясь слишком большим для возможностей его восприятия и в результате лишь парализуя его, демотивируя. Стремление познакомиться с как можно большим количеством предлагаемой информации при физической невозможности впитать ее всю, в конечном итоге притупляет не только остроту восприятия, но и само желание выбирать, вести поиск собственной ниши в безграничном океане культуры цифровой эпохи. Кризис перепроизводства ведет к кризису перепотребления, рискующему обернуться утратой вкуса к культурной жизни как таковой.

Представляется, однако, что проблема информационного хаоса коренится не столько в масштабе культурного разнообразия цифровой эпохи, сколько в отсутствии навигационных механизмов, способных быть внутри этого разнообразия надежным проводником — то есть эффективных инструментов поиска, основанных на той самой специализации. Если рассматривать сложности, создаваемые культурным перепроизводством, под подобным углом, они уже не кажутся непреодолимыми, ведь здесь, безусловно, существует надежда на завтра, на то, что главные особенности медиа цифровой эпохи — сетевая структура, развитые социальные связи, усложняясь и совершенствуясь, смогут наконец достичь того, к чему сейчас активно стремится Last.fm и схожие с ним ресурсы: создать эффективный механизм, который бы помогал соединить ту самую культурную нишу с той самой аудиторией. Создание этого механизма, способного стать новым средством культурной фильтрации — надежно избавляющим от не-

нужных информационных шумов, но при этом принципиально отличным от прежних вертикальных фильтров массовой культуры — одна из основных поставленных цифровой революцией задач. Сегодня над ней трудится множество разработчиков, создавая и совершенствуя самые разнообразные навигационные технологии: от рекомендательных систем, отталкивающихся от формального сходства материала, до механизмов сложной коллаборативной фильтрации²⁵. Между тем все их усилия пока что не дают однозначно успешного результата, и как бы К. Андерсон ни настаивал на том, что проблема навигации решается с помощью новых технологий и «в принципе это вообще не проблема — просто нужны качественные фильтры»²⁶, в действительности на сегодняшний день абсолютно эффективного ее решения не существует. Надо, однако, признать, что и работа над этим решением ведется еще относительно недолгое время, а потому шанс, что в конечном итоге его все же удастся найти, позволив фрагментированной культуре справиться с угрозой информационного хаоса, несомненно, довольно велик.

Между тем, проблема перепроизводства отнюдь не единственная, стоящая перед демассифицированной культурой. Потенциальное преодоление трудностей навигации, сколь бы необходимым оно ни казалось, само по себе несет в себе немалую угрозу культуре XXI столетия, исходящую от базового принципа, заложенного в основу всех современных фильтрационных разработок — принципа предельной адресности, стремления к максимально точному удовлетворению индивидуальных вкусовых запросов. Именно точность предугадывания предпочтений конкретного человека считается сегодня критерием эффективности фильтрационной системы. Подразумевается, что идеальная система не допускает оплошностей, из всей многообразной массы явлений культуры предлагая человеку лишь то, что будет максимально соответствовать его ожиданиям, и отфильтровывая все прочее как ненужный «шум». Такая система действительно способна решить проблему информационного переизбытка, однако в то же время она неизбежно заставляет задуматься — чем способна обернуться подобная стратегия познания культуры и потребления информации? Чем рискует человек в мире предельной специализации и идеально работающих навигационных систем?

У многих критиков вертикали массовых медиа XX века перспектива в скором времени оказаться в таком мире вызывает неподдельный восторг — ведь в нем человек наконец-то будет делать свой культурный выбор сам, не подвергаясь никакому давлению сверху. Однако повод для оптимизма видится здесь столь уж бесспорным отнюдь не всем: ряд исследователей

вполне резонно опасаются того, что в мире специализированной нишевой культуры человек рискует навсегда остаться в рамках того, что уже и так любит, что идеально укладывается в его представления, постоянно получая «культуру по запросу», фактически замыкающую его в пределах себя самого. Идеальная навигация пока что вовсе не создана, но в медиапространстве цифровой эпохи уже сегодня правит то, что К. Роузен назвала эго-вещанием²⁷, провоцирующим людей видеть в окружающем мире лишь то, что они хотят увидеть. Подобным образом трактует современную ситуацию и К. Санстейн, в своей получившей широкий резонанс книге Republic 2.0²⁸, склонный рассматривать адресность медиацифровой эпохи скорее как зло — зло в первую очередь социальное. Исследуя поведение пользователей новых сетевых, главным образом политических медиа, Санстейн обнаружил примечательную закономерность: новые медиа, предоставляя право голоса всем, демонстрируют самый широкий спектр позиций и взглядов, однако в то же время 91% пользователей совершает переходы по ссылкам только с той информацией, которая подтверждает уже существующую у них позицию, упорно игнорируя все остальные альтернативные мнения. Это подтолкнуло исследователя к неутешительным выводам: предельный плюрализм сетевого пространства, его небывало разнообразные возможности в действительности вовсе не провоцируют человека расширять свой кругозор и искать хоть какого-то разнообразия. Напротив, получив с помощью принципа адресности возможность отворачиваться от всего, что не соответствует его картине мира, человек цифровой эпохи склонен слышать вокруг лишь бесконечное эхо себя самого, что, согласно наблюдениям Санстейна, непосредственно отражается на его поведении, на самой его социальной позиции. Глухота к чужому мнению, отсутствие самокритики в каждой из социальных и культурных ниш — вот следствия такого положения вещей, ведущие, по мнению Санстейна, к предельной экстремизации, поляризации общества. К тому, что Ф. Фукуяма называл укреплением эгоизма малых групп.

Весьма сходные наблюдения можно встретить и среди тех, чей исследовательский интерес направлен не на политику, а на судьбу искусства и его потребления в цифровую эпоху. Экстремизация происходит и здесь, но уже экстремизация вкусов. В новой ситуации люди ничего не желают знать за пределами своей «узкой щели», которую «они оценивают выше всего прочего»²⁹, — пишет по этому поводу А. Горохов. «Когда вкус не стремится понять и оценить многообразие культурного мира, а лишь ищет постоянного подтверждения себя самого, это уже не вкус, это фетиш», — утверждает К. Роузен. Известная формула искусство должно давать человеку не

то, что он думает, что хочет, а то, что он хочет, еще не зная об этом, в мире фрагментированной культуры и «эговещательных» фильтрационных систем рискует потерять свою актуальность, став фактически невоплотимой. При этом само существование проблем восприятия искусства, культурного выбора в условиях фрагментации, межкультурного — то есть в данном случае «межнишевого» — взаимодействия провоцирует немало вопросов, касающихся не только индивидуального сознания человека цифровой эпохи, но и будущего культуры в целом... Не закончится ли вместе с эпохой массовых «хитов» и «звезд» и эпоха великих произведений? Не обернется ли триумф «длинного хвоста» засильем культурных явлений местечкового значения? Не окажется ли прав Ф. Фукуяма, утверждающий, что любые внеиерархичные самоорганизующиеся системы — а значит, и медиа цифровой эпохи — способны породить лишь «культуру с маленькой буквы»³⁰? Сопоставим ли вес общезначимого культурного наследия с суммарным весом наследия множества культурных ниш, каждая из которых имеет ценность лишь для небольшого числа разрозненных индивидов? Да и вообще не означает ли предельная фрагментация культуры конца всего общечеловеческого, в частности общечеловеческих ценностей?

Сегодня этими вопросами обеспокоены многие исследователи, без характерного для апологетов фрагментации энтузиазма констатирующие: «...базовой культуры больше нет. Она, конечно, еще существует, но существует в таких же «обломках» и «кусках», постепенно превращаясь в «субкультуру». Мир выстраивается по схеме множественности индивидуальных культурных миров без логических связей и переходов, без смыслообразующих оппозиций»³¹. Смыслообразование — вот то, что страдает в отсутствие объединяющей культуры больше всего. Смыслообразование и ощущение обществом своей целостности. Примечательно, что некоторые авторы, например М. Кастельс, в этих условиях возлагают надежды главным образом именно на искусство, утверждая, что оно «всегда являлось строителем мостов между различными, противоречивыми выражениями человеческого опыта» и что «как никогда ранее это может стать его главной ролью в условиях культуры, характеризующейся фрагментацией и потенциальной некоммуникабельностью кодов, культуры, где множественность выражения фактически может положить конец взаимодействию»³². Между тем, сегодня фрагментированным оказывается и само искусство, что делает его едва ли пригодным для этой роли и скорее лишь усугубляющим ситуацию, в которой «отсутствие общего смысла может дать начало широкому распространению процесса взаимного отчуждения людей, когда каждый будет говорить на своем языке, производном от его или ее персонализи-

рованного гипертекста»³³. К тому же ориентация на нишевость, по мнению некоторых исследователей, спровоцировала внутри как искусства, так и культуры в целом ситуацию, в которой «движение к высшему, гениальному остановилось на определенной отметке и прекратилось вообще»³⁴, в которой «культура нулит»³⁵. А ведь именно высшее, гениальное в известном смысле и означает — общечеловеческое...

Сегодня едва ли кто-то усомнится в том, что массовая культура никогда не была идеальна, однако многим ли превосходит ее культура демассифицированная, если ее итог — массовое отчуждение? Пусть система «хитов» и «звезд» на протяжении XX века вызывала множество нареканий, но многим ли лучше ее система «ниш», в которой не идет речи не только о массовом, но и о подлинно великом, смыслообразующем, общезначимом, наконец, гениальном? Когда мы говорим о фрагментированной культуре цифровой эпохи, подобных вопросов не избежать. Однако на каждый из них приходится встречный вопрос... Возможно, демассифицированная культура не стремится к великому и гениальному, но разве предшествующая цифровой революции культура, основанная на централизованной медиа-вертикали и власти культурных индустрий, стремилась пестовать гениев? Разве не индустрии культуры XX столетия первыми покусились на великое, стремясь вытеснить его массовым? Разве не они подменили выдающееся — посредственным, общечеловеческое — среднестатистическим? Разве это не медиа-вертикаль XX века принесла на место той самой силы искусства давать человеку то, что он хочет, еще не зная об этом, предсказуемость поп-культуры и предопределение желаний публики массовыми рекламными манипуляциями?

В сущности, ключевой вопрос, который ставит перед нами фрагментированная культура, один. Что вообще можно считать «общечеловеческим», «общезначимым» — тем, без чего культура лишилась бы самих свои оснований, тем, об утрате чего стоило бы сожалеть? Скрывается ли за «общечеловеческой» культурой нечто, что апеллирует к глубинам, прячущимся в личности каждого, или она есть лишь некая совокупность культурных явлений, «назначаемых» на роль всеобщих ценностей узким кругом профессионалов, а затем навязываемых в этом качестве остальному обществу? Фактически единственное принципиальное изменение, которое принес с собой XXI век с его системой демассифицированных медиа, — невозможность «назначить» культурные ценности, однако в нем по-прежнему существует множество механизмов для того, чтобы к любым ценностям самостоятельно прийти. В сущности, в мире всеобщей сетевой коммуникации, пронизанном сложными социальными связями, легко порождающими эффект

медиа-вируса, этих механизмов даже больше, чем прежде. Таким образом, если общезначимое — это то, что действительно важно для каждого, то в фрагментированной культуре цифровой эпохи не должно остаться места лишь массовому шаблону, лишь навязанному и среднестатистическому, в то время как все действительно общечеловеческое должно остаться при этом с нами. Если же этого не произойдет, возникнет резонный вопрос: действительно ли оно было общечеловеческим? Если в условиях сетевой свободы, где ничто уже не насаждается искусственно медиавертикалью, культурный выбор каждого индивида окажется настолько уникальным, что о единой культуре нельзя будет вести речи, не будет ли это значить, что все считавшееся общезначимым долгое время в действительности никогда не имело общей ценности для всех? Что само понятие «общей» культуры сформировано искусственно, и правы те, кто вслед за В. Кросби утверждает: «Люди не изменились, они всегда были «фрагментированы». Изменяются их привычки в потреблении информации. Они просто удовлетворяют свои специфические интересы, которые были у них всегда... Фрагментов столько же, сколько людей. Так было и будет»³⁶. Быть может, для того, чтобы иметь общую культуру, мы действительно слишком различны?

Однако люди объединялись в общества и создавали свои целостные культуры тысячелетиями, из поколения в поколение они их поддерживали, сохраняли, передавали, очевидно находя для этого некоторые основания в себе самих. Как верно отмечает И. Рамонет, «Никогда еще не было случаев, чтобы целое общество впало в состояние коллективного отчуждения»³⁷. Скорее всего не случится этого и впредь. Просто мир, вероятно, станет несколько иным — возможно, чуть более сложным, ведь в нем уже не будет готовой, predetermined культурной модели для всех, в нем каждый будет вынужден выстраивать свою идентичность без сторонних подсказок и указаний. Это мир, в котором, как утверждает Э. Тоффлер, «мы не получаем готовую ментальную модель реальности, мы вынуждены постоянно формировать ее и переформировывать». И хотя «это ложится на нас тяжелым грузом, но это же ведет к большей индивидуальности, демассификации как личности, так и культуры»³⁸ — к той демассификации, которая вовсе не обязательно означает тотальную разобщенность, как вовсе не обязательно подлинную общность означала массовость. Эта демассификация, безусловно, таит в себе немало серьезных опасностей, затрагивающих культуру современного мира в самых разных ее проявлениях, и сегодня было бы слишком непредусмотрительным не уделять этим опасностям внимания, недооценивать их. Однако в то же время было бы странным полагать, что некоторые, пусть и довольно серьезные, трансформации, происходящие в

современном мире под влиянием цифровой революции, способны превратить в набор разрозненных атомов человечество, пронесшее свой объединяющий культурный опыт через века.

¹ Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: «Гиперборей», «Кучково поле», 2007. С. 349–350.

² Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. С. 272.

³ Там же. С. 266.

⁴ Нейсбит Д. Мегатренды. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2003. С. 143.

⁵ Там же. С. 336.

⁶ См., например, Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.

⁷ Барлоу Д. П. Декларация независимости киберпространства // Информационное общество: Сб. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. С. 350.

⁸ Костылева Т. В. По дорогам культуры индивидуальных миров // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации (Сборник статей), М., 1998. С. 102.

⁹ Андерсон К. Длинный хвост. М.: Вершина, 2008. С. 70.

¹⁰ Там же. С. 163.

¹¹ Там же.

¹² Там же. С. 36

¹³ Там же. С. 215.

¹⁴ Цит. по: Колесникова Е. Последнее слово за Last fm // Gazetachel.ru, 18.07.2007. Доступно по ссылке — <http://www.gazetachel.ru/culture/razdel.php?razdel=7&id=134>.

¹⁵ Капель М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. С. 223.

¹⁶ Андерсон К. Длинный хвост. С. 41.

¹⁷ Там же. С. 44.

¹⁸ Там же. С. 216.

¹⁹ Емелин В. А. Киберпанк и сетевой либерализм. Доступно на официальном сайте автора по ссылке — <http://emeline.narod.ru/cyberpunk.htm>.

²⁰ Горохов А. Интервью для «Музыкальной газеты». Доступно на сайте автора — <http://www.muzprosvet.ru/interview.html>.

²¹ Midgett A. Classics on the Internet: A Promising Prognosis // New York Times, February 8, 2006. Доступно на официальном сайте издания — http://www.nytimes.com/2006/02/08/arts/music/08anda.html?_r=1.

²² Андерсон К. Длинный хвост. С. 53.

²³ Там же. С. 72.

²⁴ Шварц Б. Парадокс выбора: как мы выбираем и почему «больше» значит «меньше». Добрая книга. 2005.

²⁵ Подробнее об этих разработках см. Terveen L., Hill W. Beyond Recommender Systems: Helping People Help Each Other//HCI in The New Millennium. Addison-Wesley, 2001; Belkin N., Croft B. Information Filtering and Information Retrieval //Comm.ACM, Vol.35, #12, 1992, p.29-37; Cohen W.W. Web-Collaborative Filtering: Recommending Music by Crawling the Web//Proc/ 9th International World Wide Web Conference, 2000 и др. В России в связи с проектами подобного рода наиболее известно имя А. Долгина (см. Долгин А. Экономика символического обмена. Инфра-М, 2006).

²⁶ Андерсон К. Длинный хвост. С. 141.

²⁷ См. Rosen C. The Age of Egocasting//The New Atlantis, №7, Fall 2004 / Winter 2005, pp. 51–72.

²⁸ Sunstein C. Republic.com 2.0. Princeton University Press. 2007.

²⁹ Горохов А. Дыра прикрытая глянцем. М.: ООО «Издательство Ад Маргинем». 2007. С. 31.

³⁰ Фукуяма Ф. Великий разрыв. М.: ООО «Издательство АСТ». 2008. С. 319.

³¹ Костылева Т. В. По дорогам культуры индивидуальных миров. Ibidem. С. 96.

³² Кагель М. Галактика Интернет. С. 238–239.

³³ Там же. С. 239.

³⁴ Костылева Т. В. По дорогам культуры индивидуальных миров. Ibidem. С. 101.

³⁵ Там же.

³⁶ Цит. по Андерсон К. Длинный хвост. С. 213.

³⁷ Цит. по Иоскевич Я. Б. Новая потребительская ситуация и эволюция художественного поля // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации (Сборник статей), М., 1998. С. 244.

³⁸ Тоффлер Э. Третья волна. С. 279.

СТРАННЫЙ УРОЖАЙ,
ХРАМ ШАМБЛЫ И СВ. АЛЬБЕРТ ХОФМАНН:
ПСИХОДЕЛИЯ В ЦИФРОВОМ
ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Термин «психоделия» был введен в научный оборот британским психиатром Х. Осмондом в 1956 году. Он образован греческих слов *psyche* (душа) и *delein* (декларировать), или *deloun* (показывать, открывать), и означает обычно целый пласт необычных состояний, характерных для опыта так называемого «открытого», «расширенного» или «освобожденного» сознания, которое характерно для религиозного опыта, пиковых переживаний сновиденческого мышления, последствий приема некоторых психоактивных соединений и т. д. История зарождения психоделического направления в искусстве (применительно к изобразительным формам часто используют термины *psy-art* и *visionary art*) восходит к 1960-м годам, отсылая нас к непринужденной атмосфере хиппового Сан-Франциско и свингующего Лондона. С тех пор прошло почти полвека, многие работы этого течения получили мировую известность, а разнообразные творческие приемы и методы успели стать академическими.

Крупнейшие центры, в которых регулярно выставляются образцы психоделического искусства, находятся в Соединенных Штатах. Это в первую очередь Музей современного искусства и CoSM в Нью-Йорке, а также Музей визионерского искусства в Балтиморе; огромный и малоисследованный материал предлагают крупные и региональные трансовые вечеринки и *опен-эйры*. Конечно же, Интернет к сегодняшнему дню превратился в кладезь подобных артефактов самого разного качества и содержания. Здесь нашли себе место как корифеи, такие как Р. Гриффин, М. Клярвайн, Х. Гиггер, так и целая плеяда молодых мастеров, о которых мы поговорим подробнее.

Уже в 60-е г. художники и исследователи этого направления проявляли интерес к реалиям киберпространства (Т. Лири ставил в один ряд компьютерное и психоделическое сознание; Дж. Лилли называл человеческий мозг биокомпьютером), однако общедоступными они стали только в 90-е годы, ознаменовавшие второй по значимости всплеск психоделической культуры со времени легендарных шестидесятых. Законы интернет-пространства, как правило, позволяют посетителям сайтов сохранять макси-

мально доступную степень анонимности, имея при этом дело с минимумом цензуры. Кроме того, цифровая реальность предоставляет возможность тиражировать приемы, в 60-е получившие название психоделических (фрактальные узоры, оптические иллюзии, синтетические звуки); художники создают 3D-изображения и голограммы, интерактивные картины и флэш-ролики. Принт той или иной работы становится возможным использовать для создания брендовой одежды и аксессуаров, флаеров, граффити, образцов боди-арта и татуировок, чем, собственно, и пользуются художники.

Но если психоделия старой школы сегодня — это практически мертвая культура, законченный и сформировавшийся конгломерат исторически событий, легендарных героев и канонических произведений, вновь и вновь с разными вариациями воспроизводящий самое себя, то в 90-е годы в этом течении снова крепнет дух эксперимента. Необыденные состояния сознания прекращают быть фетишем и становятся объектом исследования. И, тем не менее, специальная литература, посвященная этой теме, гораздо ближе к области религиозоведения, чем художественной критике. Американский художник А. Грей в интервью журналу «Хай таймс» говорил: «Каждый художник, который по-настоящему поглощен работой, растворяется в потоке творчества, который, как я полагаю, сродни легкому трансу. Да, я переживаю озарения в процессе художественного творчества, которые являются катализатором вдохновения, они необходимы для того, чтобы рисовать их. Можно использовать «вещества», можно мечтать или это может быть гипнотическое состояние перед тем, как провалиться в сон, это может произойти в процессе прослушивания музыки или даже ожидания поезда в метро»¹.

На заре своего формирования, в 1960-е годы прошлого века, огромный пласт изобразительного искусства психоделического направления был направлен на оформление чего-либо, обслуживая потребности клубов, изданий, музыкальной индустрии. В итоге в этой области накопился целый массив художественных артефактов, на основе которого можно выделить как минимум самостоятельное под-направление. Для него характерна смесь ясной плакатной техники, витиеватых монохромных рисунков, изобилующих мелкими деталями с тонкой прорисовкой в манере О. В. Бердсли. И именно оно, как нам кажется, заложило фундамент современного цифрового психоделического искусства, наводнившего к сегодняшнему дню просторы Интернета. Среди немаловажных аспектов анализа этих произведений можно выделить цифровую обработку образов, работу с фонами и фактурой, образный строй. Это работы, которые предназначены не для логического осмысления или эмпирического проживания и «прочувствования», а, скорее, для медитативного созерцания и интуитивного постижения.

Скажем несколько слов о **Ларри Карлсоне (Larry Carlson)**. Этот самобытный художник родился в Нью-Джерси. Он стал одним из первых художников, выставивших свои произведения в сети Интернет. Сам он так прокомментировал свой выбор: «Я работаю лучше в некоем трансовом состоянии, в котором влияние света, цвета, образ, ритм и получаются на интуитивном уровне. Мучай машину, пока из нее не вылетит призрак. Эти психоактивные эффекты... лучше всего показывают себя в Интернете. Ведь это позволяет мне получить доступ к аудитории, которая, как правило, спокойна, находится дома и более открыта гипнотическим состояниям»². Художник называет себя коллекционером образов — это могут быть графические, аудио- и видеофайлы. Виртуозное владение коллажной техникой позволяет мастеру создавать лейт-образы, кочующие из картины в картину, попадающие в различные контексты, развивающиеся таким образом и взаимодействующие. Мир, в котором обитает современный человек, огромен, изменчив, непредсказуем. Л. Карлсон берет столько образов, сколько в состоянии вместить пространство работы, и смешивает их. В результате получается невероятно концентрированная реальность, характеризующаяся огромной плотностью информационного потока. Журнал High Times называл его искусным повелителем мозга, G4Tech TV — Сальвадором Дали наступающего века. Он выставляет свои работы в Бразилии, Швеции, Франции, Германии, а также на всей территории США, в частности в музее современного искусства (MoMA) в Нью-Йорке.

Л. Карлсон создает удивительные, ошеломляющие миры, характерной особенностью которых является синтез несочетаемого: его излюбленный художественный принцип — это оксюморон, главный конек — эффект неожиданности. Образы подбираются по принципу множественных контрастов, активизируя работу правого полушария и выключая левое. Внимание воспринимающего свободно скользит по веренице видений — нарочитых, кричащих, поданных в лаконичной, урочоловской манере. Соответственно, процесс созерцания одной такой работы может весьма затянуться, постепенно разворачивая перед изумленными зрителями все новые и новые смыслы.

Весьма показательны в этом плане его *Weird Wolds Skrolls* — свитки странных миров. На сайте larrycarlson.com имеется девять таких свитков, каждый из которых имеет свое название: «Оккультный огонь внутри солнца», «Странный урожай», «Тропа в покои короля» и т. д. Размер каждого из них составляет 750x10.000 пикселей — то есть высота практически в 13 раз превышает ширину, поэтому масштаб не позволяет разглядеть все изображение сразу, а только в качестве последовательности фрагментов. Эти

полотна, постепенно разворачивающие перед зрителем свое содержание, можно прочесть и как диафильмы, и как своеобразные аналоги вертикальных шаманских путешествий.

Подобные работы можно встретить и у других мастеров. В качестве примера приведем картину Л. Брауна Totemik Spectrumatrix (432x2579), отражающую особую «многослойную» картину мира, позаимствованную, по всей видимости, из тибетского тантрического буддизма. **Люк Браун (Luke Brown)** — молодой канадский художник, работающий на пересечении цифрового искусства и живописи. Его произведения выставлялись в разных странах наряду с полотнами таких мастеров, как Х. Гиггер, Р. Веноза, Э. Фукс и т. д. Их характеризует тончайшая прорисовка, яркий колорит. Они изобилуют самыми разнообразными декоративными элементами — этнические геометрические орнаменты соседствуют с арабскими, индийскими и кельтскими «плетенками» и фрактальными узорами. Очень часто встречаются круговые мандалообразные и калейдоскопические элементы.

Работы Л. Брауна — это полисемантические произведения с наслаивающимися друг на друга планами. Они перенасыщены мистической изотерической символикой, в числе которой можно увидеть знак «ОМ», пацифик, лотос, звезду Давида, пентаграмму и т. д. Очень существенное место в этом ряду занимает глаз. Этот символ важен, так как призван обозначать осознанность действий, мыслей и чувств. Это еще одно напоминание о том, что психоделический опыт сложен, неожидан, опасен и что столкнувшемуся с ним человеку в первую очередь необходимо четко представлять себе свои цели, а также сохранять спокойствие и бдительность. Множественные изображения глаза мы можем видеть на ладони, в области сердца, в середине лба (так называемый третий глаз) и, разумеется, вписанным в равносторонний треугольник, воспроизводящий известный масонский символ, а также отсылающий нас к творчеству Р. А. Уилсона.

Нельзя в этой связи не вспомнить и о том, что равносторонний треугольник лежит в основе фрактальной геометрии, а поэтому еще и очень удобен в чисто техническом отношении. Названия часто содержат игру слов, которая характерна для произведений психоделической культуры и хиппи-литературы вообще (Транс-Дзэн-Дэнс, Скарабеска, Уоллфлауэр, где обыгрываются слова «волк» (wolf), «цветок» (flower) и «стена» (wall) — видимо, не без аллюзии на произведение «Пинк Флойд»).

На его полотнах мы видим представителей буддистского и индуистского пантеона — Майтрея, Оришаганеша, Сарасвати, Чакрасамвара, драконов и нимф, архетипические стихии и сущности, позаимствованные из культур различных этносов (элементали, акбаль — синяя ночь из древне-

майяской мифологии); а также разнообразные образцы психоактивной флоры (Каннабис, Сальвия Дивинорум, кактус Лафафора Уильямса). Художник работает в самых разных техниках и использует разные материалы. Среди его работ 3D и стереоизображения, голограммы, татуировки, стрит арт и скульптура (в частности, группа под общим названием «Храм Шамбалы»).

Алекс Грэй (Alex Grey) — один из самых известных художников, работающих в жанре visionary art. Он считает искусство неотъемлемой частью духовной практики. Его полотна отражают идею синергии Вселенной и волновую природу реальности.

Грэй долго изучал изобразительное искусство в разных арт-колледжах Америки, а также 5 лет подготавливал препараты, работая в морге при Гарвардской медицинской академии, что позволило ему досконально изучить строение человеческого тела «из первых рук». Потом в продолжение 10 лет работал медицинским иллюстратором, что оказало неизгладимое влияние на авторскую манеру письма.

Произведения Грея наполнены глубоким символизмом и сакральным смыслом, множеством религиозных символов. На своих полотнах он детально изображает анатомическое строение тела — скелет, нервную, кровеносную и лимфатическую системы, метафизические материи и расслоение реальности — отражения пережитых психоделических опытов. Одна из наиболее известных его картин — «Св. Альберт Хоффман». На ней изображен знаменитый швейцарский ученый, держащий в руках структурную модель молекулы ЛСД, очерченный сияющим огненным ореолом, с нимбом вокруг головы, третьим глазом и элементами изображенного вещества в организме.

Еще одна работа, о которой хотелось бы упомянуть, называется «Теолог». Это полотно очень знаменито и широко растиражировано. Сам художник в интервью для фильма Liquid Crystal Vision говорит о ней так: «Единство божественного и человеческого сознания, плетущее ткань пространства и времени. Внутри него находится «Я» и его элементы... В своей работе я пытаюсь показать связь между физическим измерением и метафизическим. В человеческом теле это показано акупунктурными меридианами, чакрами, аурой и всем, что к этому относится... Эта картина — одна из моих любимых. Ее рождение связано с одним моим старым опытом. Это был опыт с большой дозой ЛСД. Я завязал глаза и сел в позу лотоса. Я смотрел широко открытыми глазами внутрь повязки. Я называю это «повязкой на разум». Смотря в темноту, неким образом я видел электрическую решетку, которая простиралась во все стороны до самого горизонта. Невероятная сеть в перспективе.

И мне казалось, что это я сам проецировал ее, кроме того, что на нее смотрел. Она была в моей голове. Это сбивало меня с толку, но я чувствовал, что это и есть ткацкий станок пространства и времени. Это похоже на сновидение, но сновидение в пространстве. И это пространство ты всегда создаешь сам. Каким-то образом наш мозг создает окружающее нас пространство. Но как это изобразить?! Я решил это, разместив тут сидящего Будду. Точка перспективы на линии горизонта совпадает с его третьим глазом, вибрации от которого расходятся во все стороны. Кажется, что он проецирует пространство, в котором сидит»³.

Герои изображены молящимися, целующимися, медитирующими, вынашивающими детей, рождающимися или умирающими. Каждая картина — послание людям и духовная практика для самого Грея, его личный шаг к просветлению. В основе авторского стиля, с одной стороны, сюрреализм академического толка в духе С. Дали, с другой — тибетские иконописные традиции, на влияние которых указывают характерные ветвящиеся язычки пламени, подчеркнутые, прорисованные «завитушки» на облаках, угловатый тибетский вариант знака «ОМ», вместо более расхожего санскритского начертания и т. д.

Центром творчества А. Грея является Капелла Священных Зеркал (CoSM, Chapel of Sacred Mirror) в Нью-Йорке. Это проект, который существует на пожертвования общины (сумма членского взноса за год составляет 100 \$). По сути это выставочный зал, концертная площадка, художественная мастерская и клуб одновременно. В Капелле отмечают праздники, даются обеды, проходят хепенинги и перформансы. Здесь выставляются работы Р. Венозы, скетчи Дж. Гарсии и коллажи Уэйви Грэйви. Это место с очень свободной атмосферой, выдержанной в духе лучших традиций психоделических хепенингов: здесь можно сидеть или лежать на полу, танцевать и свободно перемещаться; у посетителей причудливая одежда, раскрашенные лица. Также Алекс Грей проводит тематические психоделические вечеринки, совмещенные с его творчеством. На глазах у присутствующих он рисует свои новые работы прямо у танцпола. Хэппенинги А. Грея — это синтез музыки, живописи, видеоарта, лайт-шоу; каждое такое событие — одновременно и моноспектакль, священнодействие, и сеанс группового гипноза.

В качестве примера приведем перформанс World spirit — одно из наиболее знаменитых его творений. Концепция, как признается художник, позаимствована из так называемой интегральной философии Кена Уилбера — американского философа и писателя, последователя идей Шри Ауробиндо и друга художника, в частности из такой его книги, как «Свадьба рассуд-

ка и души». Вот как говорит об этом сам Алекс Грей: «Искусство является Я (оком) Духа⁴. Одним из основных положений этой книги является то, что и научное, и трансцендентальное знание основываются на проверяемых предписаниях: «Если вы желаете это знать, вы должны сделать (это и то)». Для науки это может включать годы обучения определенному методу. То же самое и с мистицизмом: годы медитации ведут к духовным состояниям сознания, идентичным описаниям сотен мистиков, собранных за тысячелетия. Для меня особое значение имеет «духовное предписание» для художников: чтобы творить визионерское искусство, вы должны испытывать визионерские переживания»⁵.

Предметом осознания и интерпретации в этом произведении становятся ключевые общефилософские абстракции — бытие, сознание, познание, существование; кульминационными точками — рождение, смерть и связующий их момент зачатия, творческой задачей — реконструкция и ретрансляция сопровождающих их чувств, ощущений и гештальтов. По сути, World spirit представляет собой трансляцию полноценного психоделического трипа в том смысле, как его понимает Т. Лири. С одной стороны, это ритуал перехода типа смерть-возрождение, с другой — хроника необычных состояний сознания, последовательно сменяющих друг друга в подчиненности определенной логике. В фильме, который представляет видеoversию перформанса, также использованы многочисленные и разнообразные способы цифровой обработки изображения, наложения, коллажа, стробоскопические мелькания, свето- и цветофильтры, элементы полиэкранности и другие секреты и ухищрения современных видеохудожников.

Логика изложения материала соответствует процессу постепенного «волнообразного» развертывания психоделического трипа. Действие разворачивается начиная с первых симптомов потери «Я» — «герольдов трансценденции»⁶. Далее следует «плато», состоящее из нескольких последовательно сменяющих друг друга эпизодов, в каждом из которых также просматривается своя драматургия, кульминационный и смысловой центры. И, наконец, автор подводит нас к завершающей стадии приключения, суммирует, делает выводы, наставляет, успокаивает.

Мы видим, как вначале художник появляется на возвышении, с распущенными длинными сидящими волосами, облаченный в белые одежды, здоровается с публикой и спокойно начинает повествование. Постепенно вещи, о которых говорит автор, становятся все менее очевидными, более личными и сложными для понимания, параллельно постепенно «включаются» красочные гипнотические визуальные эф-

фекты, музыка (это эмбиент, — пожалуй, наиболее сложный, интеллектуальный и медитативный из электронных стилей) становится более осязаемой — звучание приобретает напряженность, фактура уплотняется. Во время передачи наиболее интенсивных переживаний голос художника умолкает, не отвлекая, позволяя зрителям погрузиться в них наиболее глубоко, потом же начинает звучать снова, комментируя. В нескольких местах слово предоставляется жене и дочери художника, которые появляются в качестве эпизодических (но не второстепенных) действующих лиц спектакля. И, наконец, после блестящей экскурсии по фантастическим мирам невероятно красивых и глубоких переживаний наступает концовка, несущая в себе ощущения внутренней гармонии, счастья, радости и эмпатии.

¹ Gray, A. Visions of Alex. The High Times interview by Thomas Lyttle <http://www.alexgrey.com/interviews/hightimes.html>.

² Larry Carlson talks to Ry Fyan. http://www.nyartsmagazine.com/index.php?Itemid=714&id=56006&option=com_content&task=view.

³ <http://archives.maillist.ru/55618/799751.html>.

⁴ Art is the I of Spirit.

⁵ Грей, А. Кену Уилберу, духовному другу художника. // <http://integralportal.ru/docs/DOC-1312;jsessionid=793D2472915AA336A12632081896AE95>.

⁶ Термин Т. Лири.

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ: ПРОИЗВОДСТВО ПОВСЕДНЕВНОСТИ

В теории цивилизаций информационная культура выступает репрезентантом постиндустриальной цивилизации. Ее языковая и ценностно-смысловая ситуация определяется дискурсивной практикой постмодерна. Поэтому присущие информационной культуре коммуникативные технологии одновременно выступают и в качестве инструмента технологического «перевооружения» цивилизации, и ее смыслового «перекодификатора». Процесс освоения современности происходит весьма драматично. Особенно ярко эти изменения заметны в судьбе национальных культур. Преобразования их в общества «открытого» типа перемешивают ментальности, границы национальных государств, переписывают метафизические коды, сохраняемые религиозными традициями, перестраивают структуру ценностей и иерархию потребностей. Какова роль важнейшего канала коммуникации — телевизионного — в информационной культуре, что принципиально нового он вносит в жизнь современного человека? В этом контексте нас будут интересовать трансформации, происходящие не только на мировоззренческом уровне, но и на уровне повседневности, т. е. обыденного сознания и социокультурных практик.

Исходная посылка наших рассуждений заключается в следующем. Представляется, что новые коммуникативные технологии в современной культуре выступают креативным источником смысловых и структурных элементов общественной и индивидуальной жизни — способом ее социальной самоорганизации. По сути, они берут на себя ряд функций, непосредственно связанных с воспроизводством социального как такового. В первых, очевидно сходство с функцией письменной культуры. Электронная форма хранения информации сегодня считается если не безальтернативным, то параллельным способом самозаписи культуры. Рассматривать современную библиотеку без «оцифрованной» базы единиц хранения просто нельзя. Чтение книг в формате «ридера» и персонального компьютера — распространенная и уже рядовая форма приобщения к культуре, пусть пока еще и не дошедшая, главным образом по экономическим причинам, до всех школьных и сельских библиотек. Историческая память, донесенная в цифровом формате слова, образа, звука, записанная на дисках, платах, флэшках, — современный аналог клинописных табличек библиотеки Ашшурбанапала, только с многомерно увеличившимся объемом информации

и степенью ее доступности. Напрашивается ассоциативный ряд: материальные носители информации напоминают цилиндрические печати и испещренные клинописными знаками таблички ассиро-вавилонского периода. Вещный мир трансформировался, но не исчез из повседневной, как сказали бы классики марксизма, «предметно-орудийной» практики. Носители информации требуют операциональных навыков и умений в обращении с ними, на самом деле не более замысловатых, чем умение колоть орехи королевской печатью, которое продемонстрировал известный персонаж Марка Твена. Обучение трех- и четырехлетних детей азам пользовательской премудрости TV, видео- и аудиоплэйеров, различных игровых приставок, мобильных телефонов, равно как и обучение простым компьютерным командам на уровне кнопок и движения курсора «мыши», происходит легко, если не сказать играючи. Овладение навыками алфавитного, тем более клинописного и иероглифического письма куда сложнее.

Безусловно, предметный мир стал исключительно многообразным, технически насыщенным, интригующим своими возможностями, соблазняющим новизной и эстетическими решениями, словно воспроизводя собой античный принцип «техне» — единства искусства и ремесла. Но коммуникативные технологии информационной культуры не устранили самую онтологическую связь «человек-вещь». Наоборот, они персонифицировали эти отношения, сделав большую часть населения планеты пользователями ПК. Вне этой связи, вне причастности к данному типу «предметных отношений» человек выпадает из современности — он как бы перестает участвовать в производстве современной реальности, в ее повседневном течении. Но если все же подобная связь отсутствует, то обыденным маркером производства современности становится другой общественно значимый канал коммуникации — телевизионный. И это второе, на что хотелось бы обратить внимание при рассмотрении проблемы структуры повседневности.

Пользователями информации, идущей с телевизионных каналов, являются практически все участники глобального проекта современности, включая страны третьего мира. Можно утверждать, что актором современности является индивидуальный пользователь глобальных медиа. С учетом того факта, что интернет-сети работают теперь не только как самостоятельные и / или альтернативные средства коммуникации, но и как ретрансляторы медийной продукции (новостной, художественной, публицистической, игровой, интерактивной), производимой телевидением и радио, их функции сближаются и взаимодополняются. Нередко, как в случае с параллельным интернет-вещанием телевизионных и радиальных программ, они вза-

имозаменяются. Потому справедливо говорить, что через телевизионную коммуникацию активно создается особая субкультура информационного общества — культура производителей и потребителей медиапродукции, вовлеченных в он-лайновую связь, в том числе и в режиме реального времени.

В центре жизни телевидения стоит некое событие. Качества событий разнообразны, степень же их достоверности зависит от убедительности показа и комментария. Поэтому передаваемую картинку вместе с текстом зритель / слушатель воспринимает практически «на веру». Он не может быть вездесущим, всеведущим и всевидящим, присутствующим в любой момент времени в любом месте, которое доступно производящим новостной или иной другой продукт телекомпаниям. Эти компании успешно создают инфраструктуру оповещения и продвигают свой медийный товар на рынке информационного потребления. Индивидуальный субъект в своих возможностях знания и понимания явно уступает субъекту коллективному, который присваивает себе роль собственника информации. В этом смысле производитель информации обладает властью, априорно превосходящей потребителя, если только потребитель сознательно не исключает такого рода коммуникацию из структуры своих потребностей.

Борьба за контроль над информационными источниками представляет собой тип экономической конкуренции и политической борьбы, объектом воздействия которой, а нередко и манипуляции, как показывает анализ СМИ, становится общество — массовое и индивидуальное сознание. Центральной проблемой, связанной с концентрацией власти СМИ, как пишет М. М. Назаров, является монопольный контроль: «На рынках с ярко выраженными монополиями их владельцы в состоянии контролировать, о каких событиях сообщать и как сообщать, определять соотношение рекламы и собственно содержания, а также влиять на степень информативности, аналитичности и сенсационности материалов»¹. Можно, конечно, допустить дистанцирование или самоустранение человека от средств массовой коммуникации, но такая модель поведения равносильна сознательному отказу от участия в глобальном информационном проекте. Вероятно, бегство в пустыню, свободную от цивилизационного и культурного мейнстрима современности, возможно, но тогда оно должно быть связано с какой-то духовно-интеллектуальной стратегией личности. Продуктивная стратегия связана, например, с религиозной, как правило, аскетической практикой совершенствования, сложившейся в различных традициях. Негативная проявляется в форме различных субкультур, включая социальную апатию или вовсе асоциальное поведение (алкоголизм, наркоманию, преступность,

сектанство и т. д.). Для того же, кто активно включается в производство современности, вливаясь в общий информационный поток политических, культурных и экономических событий, эффект самостоятельной реальности медиа только усиливается.

Эта реальность наделяется качеством времени и пространства, соприродной времени и пространству индивидуальной и общественной жизни человека. На экране телевизора возникает медиареальность не только как проекция жизни социума, но и как новая форма социализации. Перефразируя Александра Кушнера, можно сказать: медиа не выбирают, в них живут и умирают. Нетрудно сочинить еще одну вариацию на данную тему: Интернет не выбирают, в нем живут и умирают. В данном случае выбор каналов или интересных для общения блоггеров не избавляет от тотальности медиа. Дело в том, что телевидение и всемирная паутина давно выбрали нас как сугубый предмет своих интересов, включив в массовое производство социального. Тем самым протяженность он-лайнового потока информации в сети отождествилась с протяженностью жизненного времени, а возможности присутствия здесь-и-теперь, предельно раздвинутые глазом телекамеры в обозрении пространства природного, культурного и социального мира, стали формой-процессом и формой-структурой бытия человека — содержанием его повседневности. Другими словами, медиареальность в теле- и интернет-версии приобрела экзистенциальное измерение — она отождествилась с существованием, став насущным порядком бытия.

Информационная культура сегодня, бытийствующая в массмедиа, является одной из форм актуальной жизни. При этом медиареальность не ограничена экранными рамками телевизора или монитора по ту сторону зрителя. Она принципиально разомкнута, и без дискурса общения существовать не может. Она возникает только в форме соучастия. Но как субъект рынка, соучаствующий превращается в потребителя, который улавливается медиа. Основной стратегией медиа оказывается стремление дать человеку ощущение причастности к миру и его событиям. Потому медиа стремятся стать тотальными и безальтернативными, т. е. взять на себя все функции традиционной культуры, включая целеполагание, формирование ценностной шкалы и смыслопроизводства через создание образов престижа и успеха, модных стилей жизни, представлений о должном и идеальном, значимом и важном. Принимая во внимание концептуальную модель Болл-Рокича и Де Флюэра, сформулированную еще в 1976 году, можно сделать вывод, что зависимость от медиа человека современной культуры будет только возрастать, поскольку в различных формах массовой коммуникации срабатывает мультипликативный эффект, который мож-

но определить в совокупности когнитивного, аффективного и поведенческого воздействия². Если когнитивный связан с идеологией, с повесткой дня, выявляющей имеющуюся или, наоборот, формирующей иную ценностную ориентацию, то аффективный воздействует на эмоциональную сферу, на создание определенного строя чувств и морального состояния. В то же время поведенческий эффект активизирует или гасит какие-либо формы деятельности человека или общности.

Существенной, на наш взгляд, является еще одна характерологическая черта медиакультуры, связанная со способом коммуникации в среде «электронного сообщества». Подмечена она была Мак-Люэном, указавшим, что центр тяжести в подобном рода коммуникации перемещается с содержания сообщения (message) на само средство передачи (medium) данного сообщения, т. е. способ коммуницирования выходит на первый план. «Эту идею любитель афоризмов Мак-Люэн выразил в парадоксальной формуле «the medium is the message», т. е. сообщение, которое передается средством коммуникации, оказывается само это средство», — отмечают исследователи³. Как нам кажется, способ коммуникации как новое содержание социальной и культурной жизни в первую очередь меняет именно структуру повседневности. Сама же повседневность присутствует в ситуации медийной коммуникации на различных уровнях общения — межкультурного, группового, межличностного. Связки «Я — Они», «Я — Мы», «Я — Ты» опосредствуются сложной структурой взаимосвязей, идей и образов, продуцируемых или транслируемых медиа. Предлагаемый медиапродукт становится текстом, требующим понимания и интерпретации. Эта ситуация характерна не только для жанров в виде новостей, сериалов, тематических интеллектуальных бесед, познавательных передач и т. п., но и для интерактивных форм взаимодействия со зрителем и слушателем, таких как ток-шоу и игровые проекты. В данном контексте медиареальность приобретает качество универсального способа социальной коммуникации. Более того, она все активнее утверждается в качестве технологии передачи и наследования социальной информации. Но нужно учитывать важный факт. Безальтернативность медиа, своего рода цивилизационный универсализм не возник бы, если бы медиареальность не обладала особым свойством с сильнодействующим эффектом — реализмом живоподобия. Несмотря на то, что слово заимствовано из эстетики парсунного письма и может быть адресовано историческому предшественнику телевидения — кинематографу, оно как нельзя лучше характеризует особенность восприятия человека, находящегося перед экраном телевизора и монитора и созерцающего реальность, возникающую по ту сторону синтетического стекла.

Реализм происходящего подчеркивается через достоверность присутствия. Достоверность присутствия — это, с одной стороны, психологическая включенность в информационный поток, связанная с восприятием и пониманием сообщений различных субъектов речи, с другой — более глубинная ментальная трансформация пространственно-временного континуума, которая происходит в момент перемещения субъекта в наблюдаемое событие. Именно место и время события становится реальностью коммуникации, но уже виртуальной, т. е. медиакommunikацией. Реальное присутствие в событии коммуникации онтологизирует медиареальность. Особой силой преобразования реальности в медиареальность обладает визуальная включенность в процесс события. Реализм живоподобия теперь соотносится не только с изображением, но и с существованием человека во времени и пространстве. Человек начинает жить тем, что он видит, слышит, переживает, транслируя медийные сюжеты в свою жизнь. Медиареальность максимально интериоризируется в структуре жизненного опыта. В этом контексте можно согласиться с исследователями телевизионной культуры В. А. Луковым и М. В. Луковым, что «основная задача телевидения в современной культуре — конструирование культуры повседневности»⁴. Медиареальность, создаваемая СМИ, не просто приближает события к человеку, она делает его их непосредственным участником. Никого уже не удивляет смерть футбольного болельщика во время трансляции матча или вызов «неотложки» после очередной порции новостей — событий, которые могут происходить далеко за пределами своей страны. Зависимость от информационного потока неизмеримо возрастает в период трагических происшествий с «отложенным» результатом — пролонгированной неизвестностью сюжетной линии. Примерами могут служить захват террористами заложников и их освобождение, преодоление стихийных бедствий и техногенных катастроф. Об эффекте телевизионных сериалов в формировании жизненного хронотопа массовой аудитории и поведенческих моделей зрителей также справедливо говорилось. Медиареальность как субстрат социальной коммуникации вовлекает человека в добровольно-принудительное общение, затрагивая, вероятно, все уровни существования.

С известной долей уверенности можно утверждать, что современные медиа активно «переформатируют» жизненный цикл человека и общества. Нет уголка пространства и нет фрагмента времени, которое не оказалось бы непроницаемым для информации, в любой момент могущей стать доступной глобальному пользователю. Реальное время и время медиареальности течет параллельными потоками, местонахождение человека в этом мире осознается через дискретные величины инфор-

мационных событий. Даже межличностная коммуникация посредством сети превращается в массовую коммуникацию, охватывая индивидов глобальным общением здесь-и-теперь, которое может быть начато и завершено в любое время волей только одного из участников. Медиа-реальность как новая форма социализации создает предпосылки такого типа отношений, при которых политическая, экономическая и культурная деятельности вне этого способа коммуникации будет просто невозможна. Поэтому универсалистский тренд информационной культуры неизбежно несет в себе и опасность нового глобального тоталитаризма.

Эти опасения не безосновательны и связаны с эффектом массмедиа, который был выявлен теоретиками информационной культуры. Он определяется как эффект конструирования реальности средствами массовой коммуникации, при которой человек становится объектом идеологической обработки. Это не новый прием, его знала и традиционная, и современная культура, включавшая человека известными ей средствами воздействия в определенный порядок социальных и духовных отношений. В ситуации постмодерна и «восстания масс» конструирование реальности связано с производством таких артефактов-событий, которые сами представляют собой этот миропорядок. Другими словами, это могут быть любые идеологии, в том числе и откровенно человеконенавистнические. В этом смысле международный терроризм является прямым продуктом сетевой структуры постиндустриальной цивилизации, находящейся на информационной стадии развития общества. Идеология террора прекрасно себя чувствует в мак-люэновской «глобальной деревне», используя технологические возможности современной цивилизации и каналы идеологической обработки для вербовки новых адептов.

Подводя некоторые итоги, можно заключить, что медиареальность играет важнейшую роль в формировании нового социально-антропологического облика современной культуры. С известной долей ограничения тип человека медийной культуры можно назвать коммуникативным и признать итогом развития современной цивилизации. «Сотворение» и онтологизация медиареальности идет параллельно с процессом создания медиачеловека в характерной для информационного общества медиасоциуме и медиакультуре. При этом происходит изменение или переписывание пространственно-временных архетипов, сформировавшихся в недрах традиционных цивилизаций и национальных культур. И если человек, включенный в глобальную информационную сеть посредством различных каналов коммуникации – телевидения, Интернет, радио и др., сможет на мировоззренческом уровне противостоять манипулятивному или идеоло-

гическому воздействию, сохранив свой образ мыслей и строй чувств, то на уровне структуры повседневности он все равно войдет в «зону» активных трансформаций.

Ментально-технологическая революция неизбежно влечет за собой появление новой формы социальности — медиасоциума и человека-носителя данного типа коммуникации — медийной. Медиареальность становится актором современной культуры, присваивая себе функции власти, знания и собственника информации, тем самым стремясь занять позицию главного Креатора современности. Ее лидерство определяется рядом факторов:

- стратегией технологического развития, в основе которой научный тип рациональности;
- стратегией творчества, позволяющей создавать продукт достаточного или высокого информационного и художественного уровня, в том числе предлагающий непротиворечивую картину мира, созвучную запросам общества;
- диалогической стратегией, включающей интерактивные и индивидуализированные формы общения.

Однако в силу своей универсальности медийная коммуникация вытесняет одни и упрощает другие социально-культурные практики, формируя новую форму повседневности. Эта повседневность имеет иную организационную структуру жизненного цикла. Человек вовлекается в информационный поток, а интериоризация его содержания происходит уже в процессе произвольного, лично мотивированного общения. Таким образом, профессиональные, познавательные, поисковые, исследовательские, досуговые, игровые стратегии жизненной активности человека становятся избирательными. Сохраняющаяся до некоторой степени альтернативность выбора источника информации удерживает пространство индивидуальной свободы. В противном случае претензия медиа на производство повседневности станет уже неизбежной реальностью.

¹ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 136.

² Там же. С. 213

³ Романов А. А, Васильев Г. А. Массовые коммуникации. М., 2009. С. 62.

⁴ Луков ВЛ. А., Луков М. В., Луков А. В. Телевидение: конструирование культуры происходящего. Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение» 2010. http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/1/Lukovs_TV/

СМИ И МИФЫ О КАВКАЗЕ

Передача грузинского телеканала «Имеди» от 14 марта 2010 года о вторжении российских войск в Грузию, предположительном убийстве президента Михаила Саакашвили, превращении главы оппозиции Нино Бурджанадзе в руководителя страны и т. д. и мельком, бегущей строкой упоминание о том, что это монтаж и предполагаемый ход событий, вызвала панику, хаос и не только продемонстрировала полное отсутствие у руководства телеканала каких-либо табу и принципов, но явило миру намерение грубо дестабилизировать жизнь республики и манипулировать аудиторией. Этическая сторона этой акции не требует обсуждения и оценки. Она однозначна, находится в одном ряду с фальсификацией выступления Каталикоса-Патриарха Ильи II — монтажом его изображения и чужого голоса с грубой бранью в адрес России, созданной некоей Тутберидзе. Возмущение этой фальшивкой было массовым, и журналистке пришлось публично покаяться.

Но я отнюдь не собираюсь заниматься перечислением недопустимых фактов практики грузинских СМИ. Мне представляется более важным рассмотреть русско-грузинские отношения в двустороннем режиме и попытаться проанализировать их с культурологической точки зрения.

К сожалению, практика канала «Имеди» явилась результатом той логики национальной культуры, которая усилилась в два последних десятилетия. Такие, безусловно положительные качества грузинской культуры, как театральность, художественность, опора на фольклор и многое другое начинают выворачиваться наизнанку. Такие знаменитые традиции грузинского застолья, как форма развития античной риторики, — феномен, синтезировавший западный и восточный опыт, сегодня все больше вытесняют поступок. Заал Андроникашвили и Георгий Майсурадзе в статье «Филологема независимости, или неизвлеченный опыт»¹ показывают, что с обретением независимости перед Грузией стояли два пути — «филологический» и «философский», путь придумывания, мифологического украшения и противоположный — путь осознанной реалистической оценки происходящего, осмысленного использования свободы. К сожалению, философский подход к анализу новой реальности в Грузии осуществлял лишь один человек — Мераб Константинович Мамардашвили. И последовательно менявшееся правительство Грузии — Гамсахурдия — Шеварднадзе — Саакашвили, и интеллектуальная элита не воспользовалась теми возможностями,

которые нужно было завоевывать, ориентируясь на новые возможности. Пассеизм, любование историческим прошлым, самовозвеличивание (пусть и в художественной форме) привело к разрыву исторических связей, голому политизированию.

Исторически миф о Кавказе (во всяком случае, для русской культуры) был богатым и плодоносным. Кавказ воспринимался как место сакральное, библейское с горой Арарат — место, куда причалил Ноев ковчег, т. е. место реальной связи с историей. Для древнерусской культуры история, начинавшаяся с Сотворения мира, определяла Кавказ именно местом особенным, горным во всех смыслах. До конца XVIII века связь с единой православной Грузией подчеркнута дружественная, и эту традицию продолжает русская классическая литература. Начиная с «Кавказского пленника» Пушкина это еще и пространство любви. Героиня совершенно немотивированно любит русского пленника, и для поколений русских читателей эта связь была незбылемой. Кавказ, как рай на земле у Лермонтова, как ад и пространство войны у Бестужева-Марлинского. «Синие горы Кавказа, приветствую вас... Вы к небу меня приучили, И я с той поры все мечтаю об вас да об вас» — писал в 1832 году М. Ю. Лермонтов

В первой трети XIX века возникает уникальная ситуация, когда начинает формироваться кавказский миф. Основа его двойственная и взаимоисключающая. Религиозный взгляд соседствует с политическим. В XVI–XVIII веках Кавказ вызывал у русских почтительное восхищение как пространство сакральное. Теперь к этому прибавляется негативное отношение как к месту реализации имперской политики — месту опасному, месту постоянных военных действий, месту депортаций и ссылки. На это накладывается собственно литературное идеализированное восприятие, «Быть может, за стеной Кавказа / Сокроюсь от твоих пашей» (Лермонтов, т. 2, 1954 : 191).

Русская литература берет на себя функции культурологические и мистические, превышающие назначение литературы, не в последнюю очередь в силу отсутствия в России патриарха. (Не случайно Пушкин создаст концепцию поэта-пророка.) Кавказ в романтической парадигме в начале XIX века начинает осмысливаться как место, не тронутое цивилизацией, место абсолютной свободы. Конфликт «барабанного просвещения», связанного с политикой П. Цицианова, а затем А. П. Ермолова и свободолюбивых горцев становится темой лирики 20-х годов.

В поэме «Кавказский пленник» А. С. Пушкин передает двойственность русской позиции на Кавказе. С одной стороны, откровенно имперский эпиграмматический прославление войны: «Смирись, Кавказ — идет Ермолов» (Пушкин, т.4, 1949: 130). С другой — любовь. Героиня поэмы, Дева гор, Черкешенка

любит русского. Без объяснений и мотиваций. И поколения русских читателей так и будут исходить из этой изначальной, немотивированной любви. Литература повлияет на жизнь. Любовь станет нормой ожиданий русско-кавказских отношений, украшенной любовной лирикой Пушкина. Однако вопрос этот упирается в биографию Пушкина, все еще имеющую белые пятна.

Начиная с ранней лирики Пушкина, исследователей волнует вопрос об адресате стихов, «милом друге», «бедной деве», Эльвине — Беатриче его поэзии. В элегиях 1817–1818 годов возникает мотив разлуки с любимой, невозможность счастья в связи с тем, что адресат лирики выше поэта по социальному статусу. В стихах «Не пой, красавица, при мне», «На холмах Грузии», во множестве произведений разных жанров находим отсвет глубокого чувства поэта. Вопрос этот приводит нас к рассмотрению проблемы «утаенной любви» поэта, прототип которой, нам представляется, нужно искать в Грузии².

В пушкинском творчестве тридцатых годов мы находим целую программу истинного цивилизаторского присоединения Кавказа («Путешествие в Арзрум») с помощью мирных средств, торговли, миссионерства, распространения просвещения и роскоши среди горцев. Русско-турецкая война, завершившаяся Адрианопольским миром, не находит поддержки и должного отклика в русском обществе. Разочарование связано с тем, что Константинополь не был взят и проливы — одна из главных целей «греческого проекта» Екатерины — не стали принадлежать России.

Характерно, что влияние Грузии на русскую литературу осуществляется не только в обращении русских писателей к кавказским реалиям. Мы считаем, что феномен поэтического языка комедии Грибоедова «Горе от ума» сложился в результате знакомства с грузинской просодией. Фактор звучания грузинской поэзии для композитора Грибоедова был значим независимо от степени знания языка. Кроме того, важна литературная мода на Восток. Находившийся под большим обаянием немецкой литературы, и в частности творчества И.-В. Гете, Грибоедов создает свой «малый» «западно-восточный диван». Комедия о невозможности составить счастье в Москве — бессмертное «Горе от ума» имеет польско-грузинское основание. Фамилия Чацкий принадлежит польскому националисту Фаддею (Тадеушу) Чацкому³. Подвижность ударения в стихах комедии в таких репликах Репетилова, как «Шумим, братец, шумим» (Д. IV, явл. 4) или в последнем монологе Чацкого «А вы, сударь отец», не имеет другого объяснения, кроме восприятия звучания просодии грузинской поэзии. Знакомство Грибоедова с грузинским фольклором, желание писать трагедию «Грузинская ночь», а

также анализ текста позволяют допустить существование подобной гипотезы, объясняющей, почему именно автор «Горя от ума» стал реформатором поэтического языка русской стихотворной комедии. Обращает также внимание и тот факт, что ни для русской литературы, ни для русского фольклора не характерна смысловая пара «ума / чума»⁴, как и для иранского и армянского фольклора. Тогда как «чуму» постоянно находим в формуле концовок грузинских сказок «Ciri-ik'a, Ixini-ak'a; K'ato-ik'a, p'K'vili-ak'a». Грибоедову удалось сплавить воедино столь разнородные явления.

Непосредственные впечатления от Грузии и Кавказа обогащали русскую литературу XIX века.

В. Т. Нарезный, служивший в 1802–1803 году в Грузии чиновником при правителе П. И. Коваленском, написал в 1818 году сатирически-утопический роман «Черный год, или Горские князья» в традициях философски-сатирических романов Вольтера. Критика бесправия и беспорядков на Кавказе была столь резкой, что роман, несмотря на идеализированный образ просвещенного молодого героя, осетинского князя, не был напечатан при жизни автора и увидел свет, не вызвав читательского интереса, лишь в 1829 году, когда в русской литературе наступала эра романтических повестей А. Бестужева-Марлинского о Кавказе.

Сосланный в 1829 году на Кавказ Бестужев-Марлинский пишет свои произведения аффектированно, педалируя восточный колорит, уснащая повествование каламбурами, используя прием рассказа в рассказе, всячески занимаясь украшательством текста. Это приводит к большому читательскому успеху. «Рассказ офицера, бывшего в плену у горцев», «Амалат-бек», «Мулла-Нур» формировали отношение к кавказским реалиям и мотивам у русских читателей и предшествовали их осмыслению М. Ю. Лермонтовым, позже Л. Н. Толстым.

Интерес к востоку, возникший у Лермонтова под влиянием Байрона был развит и оплодотворен собственным опытом знакомства с Кавказом. Впервые попав сюда ребенком (в шестилетнем возрасте, затем в 1825 году) он обращается к впечатлениям от необыкновенной природы уже в раннем творчестве («Кавказ», 1830, «Синие горы Кавказа, приветствую вас...», 1832). Это восхищение будет только усиливаться с годами и в его лирике, и в прозе⁵, найдет высшее воплощение в поэме «Мцыри». Мцыри — «естественный человек», природа для него родная стихия, он мужественен и доверчив. Прекрасная родина, горячо любимая, которая неотделима от любви героя к свободе, воплощается как идеальное пространство, составляя разительный контраст по отношению к реальной родине поэта («Прощая, немытая Россия», «Родина», 1841).

Лермонтов, обращаясь к распространенной в романтизме теме «влюбленного беса», в окончательных редакциях поэмы (6-й, 7 и 8) помещает историю Демона на Кавказ. Монастырь в горах венчает саму природу, выше только небесный океан, мир лежит далеко внизу. Лермонтов смотрит на мир через призму библейских легенд. «Общее тяготение Байрона и Лермонтова к первым страницам Библии: они пережили оба до-Христово состояние религиозного человечества, и оба поэтому принадлежат гораздо более истории религии, чем истории русской литературы и вообще литературы» (Пумпянский 2000: 603). Кавказ продолжает осознаваться в творчестве М. Ю. Лермонтова как рай на земле, прекраснейшее и сакральное пространство.

Но эта линия, линия любви и высокой оценки Кавказа (назовем ее библейской), вступает в противоречие с линией имперской — линией войны и наказания. Начиная с 1830 года политика России на Кавказе меняется. Николай I и до того использовал «незамирный Кавказ» как «теплую Сибирь» — место ссылки. Но теперь сюда начинают депортировать разного рода сектантов — духоборов, молокан и т. д. Сложность заключается также в непростых межцерковных взаимоотношениях русской православной церкви и грузинского экзархата РПЦ⁶. Единство православия разрабатывается не столько на государственном уровне, сколько усилиями отдельных церковных деятелей и писателей (Митрополита Филарета Московского, А. Н. Муравьева, о. Игнатия Брянчанинова, А. В. Марсова⁷). Кроме того, в XIX веке грузинская церковь становится хранителем глубинных православных афонских традиций, исихазма, который приведет к осознанию расширения возможностей православной традиции XX века.

Л. Н. Толстой рассматривает столкновение свободы цельной, сильной личности и кавказской войны, которая представляется ему губительной и античеловечной («Казачи», «Хаджи-Мурат»). Религиозная доктрина Л. Н. Толстого («непротивление злу насилием») во многом совпадает со взглядами духоборов, высланных на Кавказ. Руссоизм, восхищение естественным человеком, природа противопоставлены бюрократическому и антигуманному проявлению имперской политики на Кавказе. Для него не существует единства православия.

К началу XX века религиозно-романтический взгляд на кавказские горы сходит с нет и в литературном, и в политическом отношениях. Однако в символизме вновь начинает фигурировать миф о Кавказе, теперь это миф об Аргонавтах, отправившихся за золотым руном в Колхиду. И одновременно с ним миф о Прометее, в котором Кавказ является местом казни. «Прометеевский» миф включает в себя память имперскую —

о Кавказских войнах, постоянной угрозе и опасности, которые таили в себе Кавказская линия, набегах Шамиля и его мюридов.

Последний расцвет Кавказского мифа происходит в начале тридцатых годов XX века. Андрей Белый в книге «Ветер с Кавказа» описывает маршрут своего путешествия, пребывание в Тбилиси. Вся атрибутика аргонавтов присутствует в его восприятии гор, описанных изысканно-метафорически. Единственная новизна книги в том, что А. Белый выступает пропагандистом Кавказа как прекрасной здравницы, дешевой и живописной, не уступающей европейским курортам.

О. Мандельштам проезжает, практически, по тем же местам, что и А. Белый: Батум, военном-грузинская дорога, Тифлис многобалконный. Но в результате его путешествия в Армению и пребывания на Кавказе русская литература обогащается новой гранью восприятия, новым кавказским мифом.

«Путешествие в Армению» Мандельштама как бы написано поверх «Путешествия в Арзрум». Библейский подтекст прозы поэтов является стилиобразующим фактором для обоих, оба оставляют лирические циклы, как бы обрамляющие оба «Путешествия».

В путевых заметках Пушкина Грузия и Армения рассматриваются как российские Иудея и Палестина, места священные и архаические, описание которых переплетены с современными картинками — встречи с телом Грибоеда, сценами турецкой войны, взятого войсками Арзрума. Мир ислама противопоставляется миру библейскому, символизм пронизывает обычные, на первый взгляд, вещи. Ливень, в результате которого путешественник вымок до нитки, уподобляется библейскому потопу, горячий источник, в котором можно искупаться, — крещению и т. д.

«Путешествие в Армению» содержит пушкинский контраст — разворачивается на фоне «городов бородатых Востока», библейского, и имперского чиновника, ворующего первоценности — свободу, воздух, целебную («ключую») воду Арзни. У Мандельштама государство, в котором из водопроводного крана «хлещут казни», в буддийской Москве «татарский, некрещеный позвоночник, с которым проживем не год, не два» обступают поэта, лишают его жизненного пространства. Им противостоит «страна субботная», страна, осознающая свою связь с началом цивилизации, зарождения христианства.

Но самый резкий, трагический контраст сохраняется между «поэтом и царем». Главный антагонист, главный враг («А чуть хватит на пол разговорца, Так припомнят кремлевского горца») — Сталин, «лицо кавказской национальности», как сказали бы сегодня. Этот образ «кавказского горца» не самоочевиден. Кавказ у Мандельштама разный. Поэтический, библейский и импер-

ский. Знакомство с грузинской поэзией, по собственному признанию поэта, оставило «в крови Колхиды колыханье».

Но как оно проявилось, как повлияло на «состав крови» поэзии Мандельштама после 1921 года, до сих пор не очень-то ясно. Дэвид Рейфилд в статье «Полный брожения и аромата сосуд. Грузинская поэзия в переводах Мандельштама» справедливо отмечает влияние на стихи 1921–1923 годов в основном грузинской фонетики, находит сходство с поэзией Нико Мицишвили и осторожно выделяет мотив совести, «который можно попробовать приписать влиянию Важа Пшавела». (Рейфилд 1995 : 289)

Мы считаем, что есть еще один мотив, который перешел в творчество Мандельштама в результате знакомства с грузинской поэзией. Это тема разбоя и единоборства героев, которая имеет отношение не только к поэзии, но и к жизни Мандельштама. Попробуем ответить на вопрос, почему Мандельштам обратился к ранней поэме Важа Пшавела «Гоготур и Апшина», а не стал переводить, например, поэмы «Гость и хозяин» или же «Змееед», более зрелые, гуманистические и совершенные.

Вероятно, если бы Мандельштам обращался к поэзии Важа Пшавела в мирное, дореволюционное время, он мог бы остановиться на поздних и более зрелых произведениях. Революция («грабь награбленное») неожиданно актуализировала новый смысл выбранной Мандельштамом поэмы. В поэме «Гоготур и Апшина» (1887) рассказывается о встрече в горах двух героев, их единоборстве и победе более нравственного, Гоготура. С первых строк у Важа Пшавелы звучит мотив осуждения разбоя, сравнение лжегероя и героя подлинного:

Говорят, из Блоя Апшина,
Из семейства Минтотаури,
Без помехи крал, разбойничал
Под защитой брони кованой.
Он добром наполнил горницу,
Словно хан, казной-поборами.

Мандельштам усиливает осуждение разбоя. Он отказывается от упоминания Пшавелы (в подлиннике: «Кстати, говорят, что с Гоготуром он силой не сравнится») и дает описание превосходства без каких бы то ни было оговорок:

Гоготут сильнее Апшины,
С ним и Апшина не справится, —
Он мизинцем сбросит Апшину
Через скалы островерхие.

(Н. Заболоцкий это место переводит ближе к подлиннику, ослабляя, однако, энергию выразительности противопоставления героев.

Но нам известно и другое:
Сильней Апшины – Гоготур,
Чуть только двинет он рукою –
На землю падает хевсур.)

Однако нас в данном случае интересует не столько вопрос адекватности перевода, сколько место перевода поэмы «Гоготур и Апшина» в творчестве Мандельштама.

То, что добыто разбоями,
Никогда не тешит досыта,
И никто не помнит в Пшавии
Громовых раскатов голоса,
Чтобы он прямым разбойником
На дороге стал кому-нибудь.

Мандельштам настойчиво повторяет слово «разбой» и производные. Между Гоготуром и женой происходит следующий диалог. Жена побуждает героя:

Вспомни о разбойном промысле
И промысли жизнь счастливую.

После встречи героев и единоборства в эпилоге мы видим Апшину, который, как бывший разбойник Влас⁸ у Некрасова, перерождается.

Мандельштам первый в русской литературе обращается к переводам Важа Пшавела, называя его творчество «явлением современного грузинского искусства, представляющего европейскую ценность». «Образность его поэм, почти средневековых в своем эпическом величии, стихийна», — писал он (О. Мандельштам, т. 2, 1993 : 235). Не лежит на поверхности объяснение, чем был вызван выбор этой ранней поэмы, близкой к фольклору и весьма далекой по своей стилистике от лирики петербургского акмеиста. Мощный эпический размах отличает ее метафорическую природу.

В творчестве Мандельштама, пожалуй, единственного крупного русского поэта XX века, нет произведений большой формы, нет ни поэм, ни романов в стихах. Тем интереснее его обращение к мощному трагическому началу эпоса Пшавелы. Обращение к эпическому тексту, который Мандельштам переводит целиком, рассматривали А. Цыбулевский и Н. Абесадзе, но эта проблема еще ждет осмысления.

Ученику Гумилева в области перевода нужно было искать русскую поэтическую традицию. Мандельштам отказывается от гладкописи и легкости перевода ради высокого косноязычия, затрудненности, которые сохраняют «исполнительский порыв» подлинника. Он выбирает нестрофический белый стих, восходящий к незавершенной «Сказке о медведихе» А. С. Пушкина. Характерно, что Н. Заболоцкий, переводивший эту поэму в 50-х годах, прибегает к более традиционным способам — рифме, строфике (которой нет у Важа Пшавелы), расхожим оборотам романтической поэзии, типа «с глубокой думой на челе», тогда как Мандельштам стремится к поискам передачи на русском самобытного «эпического сказа»⁹.

Мандельштам передает интонацию и метафоричность Пшавелы. В дальнейшем в его собственных стихах найдет отражение фонетический строй грузинской поэзии, как это убедительно показал Доналд Рейфилд: он «не походил на других русских грузинофилов — от Бальмонта до Заболоцкого: его интересовало не застолье, а общение с языком, его звучание и скрытые возможности»¹⁰ (Рейфилд 1995: 289).

Но мы считаем, что Мандельштам ставил перед собой не только чисто стиховедческие задачи. След от общения с творчеством Важа Пшавелы оказался более глубоким. «Идеал совершенной мужественности подготовлен стилем и практическими требованиями нашей эпохи. Все стало тяжелее и громаднее, потому и человек должен стать тверже, так как человек должен быть тверже всего на земле и относиться к ней, как алмаз к стеклу. Гиератический характер поэзии обусловлен тем, что человек тверже всего остального в мире» (О. Мандельштам, т. 1, 1993 : 230). Героическое начало бытия Мандельштам развивает после отъезда из Грузии: в стихотворении «Умылся ночью на дворе» лирический герой взрослеет, обретает ответственность. В стихотворении происходит поворот к корням, к онтологическим понятиям. Средневековая общинная мудрость горцев как бы становится фоном и к рассуждениям статьи «Пшеница человеческая», где поэт говорит о новой народности Европы. Знакомство с Грузией будет многократно находить отклик в его творчестве как в образе пира жизни, так и в эпической незаблемости противостояния добра и зла «Кому зима — арак и пунш голубоглазый» (1922), «За гремучую доблесть грядущих веков» (1931).

Мотивы похищения и противостояния героев, их противоборства получают дальнейшее развитие в прозе Мандельштама «Египетская марка», где один из героев — ротмистр Кржижановский, похититель визитки, ассоциативно связан с образом Сталина. Повесть была напечатана в журнале «Звезда» в 1928 году, и послание поэта было направлено лично против Сталина. Звонок Сталина Пастернаку с повторяющимся вопросом вождя, является ли

Мандельштам мастером, также свидетельствует о том, что вызов поэта был замечен.

В последний период Мандельштам обращается к кавказским реалиям, к символике горы. В ноябре 1933 года Мандельштам пишет стихи о Сталине «Мы живем, под собою не чуя страны», направленные непосредственно против всесильного вождя. «Кремлевский» горец — горец фальшивый, ряженный. В эпиграмме подчеркивается мнимость, ложь — не грузин, а «широкая грудь осетина». Цену Сталину-человеку и революционеру на Кавказе знали многие современники, соратники по партии, интеллигенция. За пределами Грузии разглядеть его суть было сложнее. Для Мандельштама дело не в этнической принадлежности Джугашвили — грузин, осетин или кто-либо другой. Это дьявольски ряженный, «чумный председатель», человек, не имеющий права быть в центре исторических событий. Образ Сталина и Кремля в разном освящении появляется в стихах последних лет.

В январе 1934 года умирает Андрей Белый. Мандельштам пишет «Он дирижировал кавказскими горами». Это не только намек на очерки А. Белого «Ветер с Кавказа» (январь 1934). Главное — противопоставление поэта и тирана, подлинного и ложного хозяина Кавказа. Кавказ поэтический, Грузия Руставели и Кавказ языческий, дьявольский, жестокий, «городов бородатых Востока».

Двойственность в восприятии Кавказа как губительного места ярко выражена в таком стихотворении, как «Внутри горы бездействует кумир». Подробный анализ этого стихотворения, сделанный М. Мейлахом¹¹, а также М. Л. Гаспаровым¹², Д. И. Черашней¹³ на фоне кавказской мифологии, указания Н. Я. Мандельштам и мотивы окостенения, бездействия, свойственные кумиру (идолу), оживающему для того, чтоб губить, несомненно позволяют его отнести к сталинскому циклу. Древние Кавказские горы — символ горного в поэзии Мандельштама — стали местом обретения нового поэтического мастерства, «ворованного воздуха», местом знакомства с древними христианскими культурами Грузии, Армении, возможностью передышки, которая обогатила русскую поэзию новым кавказским мифом, в сердцевине которого Кавказ — место действия Библии и место казни.

Сегодня все это богатство принесено в жертву подходу политическому. Выдающийся исследователь феномена политического, К.Шмидт определяет его следующим образом: «Политическое не означает никакой предметной области, но только степень ассоциации или диссоциации людей, мотивы которых могут быть религиозными»¹⁴.

В отношении к СМИ замена культурного взгляда политическим приводит к односторонности, тенденциозности и непрофессионализму как в

России, так и в Грузии. В Грузии эти тенденции проявляются резче и громче. Стремление к шокирующим новостям характеризует не только канал «Имеди». Так, 6 июня по Второму каналу тбилисского телевидения, в прайм-тайм, прошла передача «Конец Земли», где в преувеличенно-эмоциональных тонах зрителям представлялись последствия экологических катастроф, которые должны разразиться чуть ли не завтра. Понятно, что на фоне таких событий аналитические программы (например, прошедшие недели раньше выборы мэра Тбилиси), освещение деятельности отдельных партий или просветительские выступления представляются старомодными и скучными. Игровое начало, театральность и музыкальность грузинской культуры не требуют дополнительных напоминаний. Но телевидение как самостоятельная разновидность духовной деятельности только осваивает их. Сегодня качество и характер тбилисского телевидения, успешных в основном в зрелищно-развлекательных передачах, где более всего проявляются самобытность грузинской культуры, остаются крайне разноплановыми. Телевидение Грузии ищет способы найти разного зрителя. Хочется надеяться, что оно достигнет серьезного уровня передач.

¹ Новое Литературное Обозрение, М, 2007, № 83.

² Подробнее см. Багратион-Мухранели И. Л. Пушкин и Грузия. К вопросу об «утаенной любви» поэта. М.: МГУ, Ломоносовские чтения ИСАА при МГУ, Востоковедение, Академия гуманитарных исследований. 2005. С.7–11.

³ Подробнее см. Багратион-Мухранели И.Л. Грибоедовский западно-восточный диван. «Современная драматургия». 1994. № 4. С. 158–171.

⁴ В. И. Даль в «Пословицах русского народа» приводит пары «радость-горе», «горе-беда», «горе-утешение, «горе-обида» (М. ГИХЛ, 1957: 139–142, 142–149, 149–154, 154–160), причем «чуму» нам не удалось отыскать ни в одной из пословиц.

⁵ «Вид с трех сторон у меня чудесный. На запад Бешту синее, как последняя туча рассеянной бури»; на север поднимается Машук, как мохнатая персидская шапка, и закрывает всю эту часть небосклона...а там, дальше, амфитеатром громоздятся горы все синее и туманнее, а на краю горизонта тянется серебряная цепь снеговых вершин, начинаясь Казбеком и оканчиваясь двуглавым Эльбрусом. — Весело жить в такой земле! Какое-то отрадное чувство разлито во всех моих жилах. Воздух чист и свеж, как поцелуй ребенка». (М. Ю. Лермонтов. т. 6, 1957: 261.)

⁶ См. нашу статью: Сила предания. Грузинский Экзархат РПЦ и русская

культура. Вестник Московского Университета. Серия 13 Востоковедение. 2007. № 4. С. 125–148.

⁷ А. В. Марсов — с 1833 года преподаватель Тифлисской духовной семинарии, автор трудов по грузинской истории, поэмы «Святая Нина, просветительница Грузии», «Праздник во Мцхете».

⁸ Помета «читал «Влас» и «Жил на свете рыцарь бедный» 2 мая 1931 О. Мандельштам. Т. 2. 376.

⁹ Эту же поэму переводила в 40-х годах и Марина Цветаева. По мнению Н. Абесадзе, (в отличие от А. Цыбулевского. Высокие уроки. Поэмы Важа Пшавела в переводе русских поэтов. Тб. 1980) перевод О. Мандельштама ближе другим стоит к оригиналу. Н. Абесадзе. «Гоготур и Апшина в переводе О. Мандельштама. Сборник, посвященный памяти Важа Пшавела. Тб. 1966. С.343–348, на груз. яз).

¹⁰ Доналд Рейфилд. «Полный брожения и аромата сосуд». Грузинская поэзия в переводах Мандельштама. Сб. «Отдай меня, Воронеж...».Третьи Международные Мандельштамовские чтения. Воронеж. ВГУ. 1995. С. 289.

¹¹ Мейлах М. Б. «Внутри горы бездействует кумир...» (К сталинской теме в поэзии Мандельштама). Сб. Жизнь и творчество О. Э. Мандельштама. Воспоминания. Материалы к биографии. Новые стихи. Комментарии. Исследования. Воронеж, Изд. Воронежского университета. 1990. С. 416–427.

¹² Гаспаров М. Л. О. Мандельштам: Гражданская лирика 1937 года. М. 1996. С. 90–91.

¹³ Д. И. Черашняя. Невскрытая тема творчества Осипа Мандельштама. Там же. С. 250–276.

¹⁴ К. Шмидт. Понятие политического. Вопросы социологии. 1992. № 1. С.45–46.

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРСЕМИОТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА (на материале зарубежных экранизаций русской классики)

*Переводчик от творца только именем различается.
Василий Тредиаковский*

Несмотря на многочисленные споры и публикации, проблема «верности» экранизации литературного произведения оригиналу по-прежнему остается дискуссионной. Ссылаясь на работы Ч. Пирса, Дж. Дджеха отмечает: «Говорить, что фильм понравился вам больше, чем книга, — это все равно, что утверждать, что вы предпочитаете яблоки яблочному пирогу», ибо экранизация фильма есть не что иное, как бесконечная серия репрезентаций, отталкивающих от письменного текста¹. Один из возможных подходов к данной проблеме — это трактовка экранизации с позиций интерсемиотического перевода.

Цель настоящей статьи — рассмотреть динамику культурных смыслов в процессе интерсемиотического перевода произведений русской классики на язык зарубежной кинематографии. Исследование проводится с позиций межкультурной коммуникации. Проблематика статьи связана с изучением способов переозначивания культурных смыслов. Задачи работы — проследить: 1) как осуществляется перевод с естественного языка на кинематографический; 2) как этот перевод работает в контексте межкультурной коммуникации; 3) как при этом ведут себя культурные значения и смыслы.

Понятие интерсемиотического перевода, как и сам термин, восходит к Р. Якобсону, который в своей работе 1959 года выделил три вида перевода: **интралингвистический**, **интерлингвистический** и **интерсемиотический**. Интралингвистический, или внутриязыковой, перевод представляет собой пересказ (gewarding) словесно выраженного содержания с помощью знаков того же языка, интерлингвистический — перевод с одного языка на другой (то, что привычнее всего называется переводом), а интерсемиотический (или иначе трансмутация в терминологии Якобсона) — тот, в котором вербальные знаки интерпретируются посредством невербальных².

Комментируя идею Р. Якобсона, У. Эко пишет о том, что перевод в собственном смысле слова, в отличие от интерсемиотического перевода, не всегда есть интерпретация. Он рассматривает интерсемиотический перевод как интерпретацию с изменением материи³ [Эко, 2006, с. 283], поскольку различие в материи есть основополагающая проблема для всякой

семиотической теории⁴. У. Эко называет интерсемиотический перевод, или трансмутацию, «интерпретацией посредством манипуляции»⁵. Интерсемиотический перевод можно трактовать как серию интерпретаций, которые, в свою очередь, также становятся объектом интерпретации. При этом сочетание знаков в новом тексте в идеале должно производить тот же эффект, что и исходный текст.

Идея диалогичности смыслопроизводства приобретает при таком подходе особое звучание. Так, Дж. Наремор отмечает, что амбивалентная природа экранизации может трактоваться как многоуровневый диалог между исходным и конечным текстом⁶. Развивая эту мысль, К. Лермитт пишет о необходимости развивать эстетику, основанную на диалектическом взаимообмене между литературой и кино, сложность взаимоотношений которых обусловлена множественностью используемых знаковых систем (письменного и устного текстов, музыки, действия и образов). В процессе экранизации комбинируются не только слова (в их письменной и устной форме), но и игра актеров, музыка, звуковые эффекты, движущиеся образы⁷.

При экранизации часть исходного текста остается в той же семиотической системе (языковой), то есть происходит частичный перенос вербальной составляющей из текста произведения-оригинала. Оставшаяся часть переводится на язык других систем. По меткому выражению Ю. М. Лотмана, кино по своей сути есть синтез двух повествовательных тенденций: изобразительной («движущаяся живопись») и словесной⁸. Как справедливо отмечает У. Эко, «ни форма, ни субстанция словесного выражения не могут один в один «наложиться» на другую материю»⁹. Можно утверждать, что происходит перераспределение смыслов, которые затем заново комбинируются, образуя макросмысл всего произведения, в нашем случае художественного фильма. При этом трудно говорить об отношении изоморфизма (взаимно-однозначного соответствия) или гомоморфизма (однозначного соответствия элементов только в одну сторону) исследуемых систем: экранизация не является простым слепком или отпечатком оригинального произведения — автор всегда привносит нечто свое, переструктурируя и перекombинируя смыслы текста-источника.

При экранизации инокультурных литературных произведений ситуация осложняется тем, что происходит двуступенчатый перевод: 1) интерлингвистический (в подавляющем большинстве случаев экранизация делается на основе переводного текста) и 2) интерсемиотический.

Процедура анализа, примененного нами в данной статье, предусматривает изучение культурных микросмыслов и способов их сопряжения

в смысловые единицы более высокого уровня, а также логики смыслообразования, в результате чего формируется макросмысл целостного произведения. С этой целью применялась комплексная методика, процедура которой включала в себя элементы контекстуального, интерпретативного, сопоставительного анализа, дискурс-анализа, метода анализа знаковой составляющей коммуникации и интроспекции.

Исследование фактически было направлено на выяснение того, как происходит переозначивание смыслов, выраженных исключительно с помощью языковых знаков, на систему знаков, обслуживающих сферу кинематографии. При этом форма выражения, а вместе с ней и содержание претерпевают существенные изменения. Каркас сюжета обрастает «материей», вербальной и невербальной, которая с разной степенью успешности «нанализывается» на этот каркас.

Как уже было сказано выше, переход к иной семиотической системе, в данном случае к кинематографической, не означает, что в ней не используются вербальные знаки, однако меняется их место в системе — если в семиотической системе естественных языков используются исключительно только языковые знаки, то в кинематографической они соседствуют с другими знаками: визуальными и звуковыми. Между всеми этими видами знаков устанавливается сложная сеть взаимосвязей.

При выборе вербальных знаков, которые включаются в экранизацию, применяются механизмы, типичные для коммуникации в целом, а именно: фильтрация, упрощение, ассоциирование, комбинирование и реорганизация информации, расстановка акцентов, заполнение пробелов и интерпретация. От режиссера зависит, какие именно реплики героев из оригинального произведения будут звучать в фильме, как они будут сочетаться друг с другом, как будут озвучены и т. д.

С точки зрения идиоэтнической составляющей большое значение играет выбор языка для передачи культурных смыслов: при том, что большая часть фильма идет на языке целевой аудитории, в кинотекст нередко вклиниваются пассажи на языке оригинала, например, в виде песен, церковной службы, надписей на уличных вывесках, плакатах и т. д., позволяющие придать фильму национально-культурный колорит.

Существенно также и то, будут ли герои говорить прозой или стихами. Например, то обстоятельство, что в англо-американской экранизации «Евгения Онегина» [Onegin, 1999] используется прозаический текст, кардинально меняет суть произведения. Иностраный акцент, с которым говорит герой, может также обрести дополнительный смысл. Думается, например, что сильный русский акцент в английской речи

М. Кутузова в фильме *War and Peace* 2007 г., по замыслу постановщиков, является способом подчеркнуть близость полководца к народу. Можно также высказать предположение, что языковые особенности (или отсутствие языковых соответствий) может оказывать большое влияние на режиссерские решения. Трудно объяснить, почему в экранизации «Войны и мира» 2007 г. на роль маленькой и веселой княгини Болконской выбрана долгогая и весьма унылая актриса. Возможно, это произошло потому, что в переводе режиссеру не были доступны знаковые характеристики этой героини, которые во многом усиливаются средствами, характерными для русского языка, но не переводимыми на английский, в частности, использованием при ее описании уменьшительных суффиксов: «верхняя губка», «светлая улыбочка», «серенькое изящное платье», ходит «маленькими быстрыми шажками».

У. Эко уподобляет трансмутации жесты дирижера, интерпретирующего партитуру¹⁰. В связи с этим можно сказать, что письменная форма, в которой роман предстает перед режиссером, так же в определенной мере будоражит его фантазию. Запись на бумаге лишена интонаций устной речи, ударений и акцентов, создает синтаксические и прочие двусмысленности. Это в известной степени дает толчок авторским манипуляциям. В свое время в московском Театре Сатиры шел спектакль «Ревизор», где Хлестаков (в исполнении А. Миронова) садился на колени к Марье Антоновне, а вошедшая мамаша восклицала: «Как, вы на коленях?».

Но даже если автор поставит перед собой задачу в точности цитировать речь героев оригинала, это не будет гарантией безусловного воспроизведения смысла: то, что в романе изложено линейно, последовательно (к примеру, сначала — внешность героя, потом какие-либо его действия), в фильме возникает синхронно, что уже само по себе воздействует на восприятие. У. Эко справедливо отмечает, что «переходя к семиотической системе, абсолютно «иной» по сравнению с системами естественных языков», интерпретатор должен решать множество вопросов, в частности, касающихся расположения действующих лиц в пространстве, их внешности, комплекции, одежды и т. д.¹¹. Если Линор из «Ворона» Э. По показать в фильме, утверждает он, то «здесь нам придется увидеть (или <...> художнику придется заставить нас увидеть) некий зрительный образ той женщины, которая в литературном тексте появляется как чистый звук»¹². Размышляя об экранизации «Женского портрета» Генри Джеймса, где героиню играет Николь Кидман, У. Эко говорит о том, что образ был бы совсем другим, если бы в этой роли выступили Грета Гарбо или Мэй Уэст. Режиссер решил за зрителя, каким быть образу¹³.

Внешность и ее социальная обработка оказывают немалое влияние на культурные смыслы, формирующиеся в экранизации. В связи с этим не всегда понятно, почему режиссеры идут на изменение внешности персонажей. Так, например, бритоголовый «мачо» Дмитрий Карамазов в американском фильме *The Brothers Karamazov* [1958] сильно отличается от представлений русского читателя/зрителя об этом герое — для нас намного более привычен и понятен образ, созданный М. Ульяновым [«Братья Карамазовы», 1969]. Пьер Безухов, описанный Л. Толстым как «массивный молодой человек», «толстый», неуклюжий, «медведь», по словам всех своих знакомых, в обеих анализируемых нами зарубежных экранизациях «Войны и мира» [1956 и 2007] весьма художав и не отличается особой неловкостью, а черноволосая, черноглазая Наташа Ростова превращается в фильме 2007 г. в блондинку со светлыми глазами. «Полное, веселое, чисто выбритое лицо» графа Ростова в этом же фильме почему-то преобразуется в лицо с густыми усами и бакенбардами.

Понятие красоты вообще индивидуально и, более того, культурно обусловлено. Л. Н. Толстой пишет о некрасивости княжны Марьи, но разделяет ее прекрасными глазами, которые выделяют ее из галереи других персонажей романа. В обеих рассматриваемых нами зарубежных экранизациях ее нельзя назвать некрасивой, но и акцента на эти глаза нет, в отличие от российской экранизации [1965]. В контексте русской культуры внешность героев приобретает статус «знаковости»: акцентуация определенных черт, ставшая уже хрестоматийной, — это то, с чем мы растем, что знаем наизусть, а следовательно, с точки зрения русского зрителя, не приемлет отступлений, это кощунство, это нарушает целостность произведения, искажая его Смысл. У Ленского должны быть «кудри черные до плеч», поэтому рыжекудрый ирландец Ленский в англо-американской экранизации «Евгения Онегина» [Oegin, 1999] воспринимается как насмешка, равно как и миниатюрная худенькая Ольга, потому что у Пушкина «кругла, красна лицом она, как эта глупая луна...». Немалую роль при этом играют культурные ассоциации и семантические связи, известные русскому читателю, например, то, что прообразом толстовского веселого «маленького человечка» Денисова был знаменитый поэт Денис Давыдов, а поэтому русскому зрителю кажется странным, что в фильме *War and Peace* 2007 г. его играет очень высокий и весьма серьезный актер. Иногда даже при достаточно точном воспроизведении внешности персонажа в соответствии с текстом оригинала как инородное воспринимается выражение лица, например, постоянная улыбка на лице старухи-процентщицы в английской экранизации «Преступления и наказания» [Crime and Punishment, 1999]

или широкая американская улыбка Грушеньки в «Братьях Карамазовых» [The Brothers Karamazov, 1958].

Использование одежды и причесок также несет смысловую нагрузку — часто не ту, которая была задумана режиссером. Так, в уже неоднократно упомянутой экранизации «Евгения Онегина» [Onegin, 1999] Татьяна появляется сначала в сером пуховом, а затем в пестром головном платке; она и Ольга носят косу вокруг головы, как замужние казачки; балерина в театре танцует в кокошнике, а куртизанка, которую посещает Онегин, обута в красные сапожки. Сомнительным является и решение режиссера в конце фильма надеть на Татьяну зеленый берет вместо «знакового» малинового, хорошо известного русскому читателю по фразе: «Кто там, в малиновом берете...».

Столь же значительную роль играют в визуальном ряду образов, продуцирующих культурные смыслы, пейзажи, интерьеры, артефакты и т. д. Например, в большинстве анализируемых нами экранизаций съемки ведутся в России, в частности в Петербурге, что позволяет воспроизвести культурное окружение с точки зрения архитектуры и интерьеров зданий, где происходит действие.

Анализируя семиотику политического дискурса, Е. И. Шейгал выделяет поведенческие знаки — действия и поступки, у которых появляется второй план, предназначенный «для прочтения»¹⁴. Представляется, что это понятие может быть применено и к анализируемому нами материалу. В качестве примера поведенческого знака, приобретающего в зарубежной экранизации нежелательный смысл, можно привести сцену, когда в фильме War and Peace 2007 г. старый князь Болконский подчеркнуто громко хлюпает, с шумом втягивает суп с ложки во время обеда в своем имении. Можно предположить, что тем самым авторы пытаются показать его пренебрежение к светским условностям. Однако это поведение вступает в острое противоречие с его аристократическим происхождением, которым он очень дорожит, что делает подобную сцену маловероятной.

Важную роль в экранизациях играют звуковые знаки. Музыка может привносить в фильм национальный колорит, но существуют опасности, не всегда учитываемые создателями экранизаций. Так, в фильме Onegin используется русская музыка, однако наблюдается сдвиг с точки зрения времени ее создания и социальной уместности — в гостиной у Лариных звучит песня «Ой цветет калина» из советского кинофильма «Донские казаки»; Онегина на всем протяжении фильма преследует вальс «На сопках Манчжурии»; мальчик несет письмо Татьяны Онегину под куплет из песни «Коробейники»: «Знает только ночка темная, как поладили они...». Знаме-

нитый пушкинист В. Непомнящий отмечает также, что «пейзажи, жанровые эпизоды озвучиваются скрипичной музыкой с молдавско-цыганским намеком на что-то еврейское <...>»¹⁵.

Важно и то, что перевод не сводится к простой передаче значений между языками и культурами — речь должна идти о контекстуализации переводимых знаков. В связи с этим хочется отметить, что отдельные явления культуры (особенность внешности, одежда, артефакт, песня) имеют статус значений; они обретают смысл лишь в общем контексте произведения и могут играть либо на выражение макросмысла произведения, либо вступать с ним в противоречие. Можно начинить фильм множеством культурных значений: одеть героев в национальные костюмы, включить национальную музыку и так далее, — но необходимо, чтобы эти значения вплелись в ткань произведения и зажили в нем гармоничной жизнью. Примером экранизации, в которой культурные значения инородны изначальному смыслу, является англо-американский фильм *Onegin* [1999].

Экранизация инокультурного произведения предполагает выбор одной из двух стратегий: первая предполагает наибольшую «верность» оригиналу, попытку в точности воспроизвести его национально-культурную специфику; вторая — стремление адаптировать происходящее на экране к культурным нормам и ценностям целевой аудитории (недаром в английском языке экранизация называется *adaptation*). К. Лермитт [*Lhermitte*] демонстрирует вторую стратегию на примере экранизаций романа В. Гюго *Les Misérables* («Отверженные») в разных странах. Так, в экранизации 1944 (реж. Kamâl Selim) действие переносится в Египет 40-х годов 20 в.; Жан Вальян — главный герой, имя которого видоизменено на восточный лад, сидит в бедном кафе, одетый в египетский национальный костюм. В 1949 г. японский режиссер Дайсукэ Ито (*Daisuke Ito*) переместил действие «Отверженных» в Японию 19 в., где Жан Вальян одет в кимоно и держит свечку, склонившись над спящим буддийским монахом. При этом, утверждает Л. Венути, имеет место так называемый «невидимый перевод», направленный на «одомашнивание» (*domesticating*) текста оригинала, сохранение атмосферы естественности и «иллюзорный эффект прозрачности»¹⁶. С другой стороны, невидимый перевод лишает зрительскую аудиторию инокультурного компонента. В случае с «Отверженными» «одомашнивание» приводит к переработке западных идей, таких как свобода, равенство, солидарность, приведению их в соответствие с нравственными и религиозными ценностями целевой культуры¹⁷.

Хочется отметить, что иногда отсутствие культурного значения лучше, чем его присутствие. Проблема культурных смыслов гениально решена в

японской экранизации «Идиота» Ф. Достоевского [1951, реж. А. Курасава], где визуальный национальный колорит сведен к абсолютному минимуму. Вместо того чтобы мучительно пытаться привести в соответствие японскую внешность и речь героев с русским контекстом, режиссер сосредоточился на передаче сути произведения Достоевского, его высшего Смысла.

В процессе переозначивания литературного произведения средствами кинематографической семиотической системы авторы прибегают к ряду трансформаций, к которым можно отнести: 1) пропуски частей произведения; 2) означивание недосказанного; 3) восполнение пробелов; 4) переделку оригинала. Вследствие того, что экранизация имеет свои временные рамки, авторам неизбежно приходится делать серьезный выбор: какие части произведения заслуживают того, чтобы быть включенными в фильм, а какие можно опустить. Более того, здесь можно говорить как о вертикальном, так и горизонтальном членении произведения. При вертикальном членении речь идет об эпизодах, при горизонтальном — об уровнях произведения, например, сохранении голой фабулы в ущерб идейному содержанию, как в уже упомянутой экранизации «Евгения Онегина». Дело в том, что сюжет для Пушкина — это лишь каркас для творения более важных смыслов, а они в фильме утрачены, и характеры героев сильно обеднены. Достаточно сказать, что аннотация к фильму гласит: «After inheriting his uncle's country estate, playboy Evgeny Onegin travels there and meets a beautiful, passionate young girl Tatyana» [Onegin, 1999].

Означивание недосказанного связано с умением интерпретатора прочитывать глубинные, не высказанные эксплицитно смыслы. Например, трактовка образа старого князя Болконского в европейской экранизации «Войны и мира» [War and Peace, 2007] показывает, что авторами усвоено его внешнее поведение, но проигнорированы глубинные смыслы: старый Болконский представлен как бездушный тиран — авторы не увидели мелких деталей, свидетельствующих о его внимательно-нежном отношении к маленькой княгине, способности к молчаливому страданию и со-страданию, глубоком внутреннем благородстве, понятии о чести. В результате имеет место одномерность восприятия, которая ведет к односторонней трактовке образа.

Восполнение пробелов приобретает особое значение в контексте межкультурной коммуникации. Чтобы адаптировать фильм для целевой аудитории, автору приходится выстраивать логическую цепочку, объясняющую мотивы поступков героев. Нередко это делается с позиций собственной культуры и принятых в ней ценностных ориентиров. Например, западному зрителю была бы непонятна взаимосвязь между абстрактным

монологом Наташи в лунную ночь и возрождением Андрея к жизни. Поэтому авторы экранизации считают необходимым «приземлить» ситуацию и обеспечить прагматическую связь между этими двумя событиями: в обоих зарубежных фильмах Наташа говорит не просто о желании летать, а о своем вполне конкретном интересе к князю Андрею, чего на тот момент еще нет в романе.

Некоторые поступки русских героев кажутся инокультурному режиссеру столь непонятными и иррациональными, выпадающими из ткани создаваемого им произведения, что он считает нужным переделать произведение. «<...> В переводе критическая позиция переводчика <...> имплицитна, она не стремится выйти напоказ, — пишет У. Эко, — тогда как в переделке она становится преобладающей и представляет собой самый сок операции трансмутации»¹⁸.

Так, например, с целью адаптации смыслов для американской аудитории постановщикам фильма *The Brothers Karamazov* (1957) пришлось сделать ряд существенных изменений: 1) изменить внешность героев (уже упомянутые выше «мачо» Дмитрий, бритый налысо, и Грушенька с широкой американской улыбкой); 2) в ряде случаев модифицировать поведение героя, чтобы сделать его более приемлемым для американского восприятия (Дмитрий ведет себя намного мягче, чем в книге и в русской экранизации, например, в сцене с Илюшечкиным отцом, которого он дергает за бороденку). Самое интересное — это счастливый конец, который резко контрастирует с русской экранизацией: если в заключительной сцене русского фильма звучит драматическая музыка, под которую Дмитрия в кандалах угоняют в Сибирь, а Грушенька в повозке едет следом за ним, то в американском фильме Дмитрий мирится с Илюшечкой (который не умирает) и с помощью брата Ивана (который не болен) под оптимистичную музыку совершает с Грушенькой побег. Причины: 1) американский оптимизм: для американцев органически неприемлем несчастливый конец; 2) американский прагматизм: среднему американскому зрителю трудно понять желание Дмитрия пострадать не за то, что убил, а за то, что «хотел убить», и русскую формулу «от совести не убежишь». Кроме того, заставляет задуматься второе название этого фильма — своего рода подзаголовок — *The Murderer Dmitri Karamazov* («Убийца Дмитрий Карамазов»).

Мы подошли вплотную к еще одному важному моменту, являющемуся неотъемлемой частью интерсемиотического перевода, а именно к выстраиванию авторами экранизаций логики смысла.

В своей весьма интересной книге «Логика смысла» арабист А. В. Смирнов утверждает, что, помимо простой суммы культурных знаний,

следует учитывать «процедуру смыслополагания», «конфигурацию смыслов», своего рода «прибавку» к смыслу частей, которая «не при-кладывается к основной части (отдельные смыслы отдельных слов), а трансформирует их»¹⁹. Если согласиться с автором в том, что разным культурам свойственны разные логики формирования смыслов, то следует признать, что, помимо определенного объема культурно-специфической информации об исследуемой традиции или культуре, необходимой для понимания какого-либо содержания, требуется понимание логико-смысловой процедуры, формирующей это содержание²⁰.

Непосредственное отношение к описанной выше «логике смыслополагания» имеет различие в интерпретации сцены свидания между Онегиным и Татьяной после того, как она пишет ему письмо с объяснением в любви, в оригинале и в англо-американской экранизации. В пушкинском тексте коммуникативным сигналом завершения эпизода становится невербальное действие Онегина: «Он подал руку ей» (и они возвращаются в дом). В тексте экранизации Татьяна кричит вслед Онегину: «You curse yourself!» («Ты проклял себя!»). Реплика, которую пушкинист В. Непомнящий комментирует так: «очень важное в фильме место, после которого все последующее, включая поведение и облик самой героини <...> обретает «роковые» черты»²¹. Далее он называет Татьяну в фильме «женщиной-вамп». В. Непомнящий следующим образом комментирует трансформации в англо-американском фильме: «Пушкин труднодоступен для окружающего мира, и дело тут не только в языковом барьере, но прежде всего в разнице духовных установок». Далее он отмечает, что авторы фильма видоизменяют сюжет романа с тем, чтобы сделать его понятным современному западному зрителю. Например, «нужно как-то прояснить невразумительный пушкинский финал, сплошь загроможденный «загадочной русской душой», которая, как водится, сама не знает, чего хочет — то «я вас люблю», то, видите ли, «буду век ему верна»<...> «Ну, скажем, над чем она плачет? «Я плачу... если вашей Тани вы не забыли до сих пор, то знайте: колкость вашей брани, холодный, строгий разговор... я предпочла б обидной страсти и этим письмам и слезам». Обидной страсти??? О чем это? Почему «обидной»? Почему «предпочла б»? — поди пойми! Все не как у людей! Нет, надо сделать иначе, с воем и ревом: «Я за-амужем! Ты опозда-а-ал!» Вот это понятно любому нормальному человеку, мол, против обстоятельств не попрешь — судьба! <...> Вот где барьер, сверх языкового. Роман написан про одно, а фильм снят совсем про другое»²².

В. Непомнящий считает, что главное отличие между западной и русской культурами, ярко отразившееся в фильме, «состоит в разном отсчете

ценностей. На Западе отсчет — от наличного состояния, от наличных (по рою сиюминутных) нужд и потребностей человека, то есть, фигурально выражаясь, отсчет снизу. У нас же — от идеала, от нужды и потребности в идеале, то есть отсчет сверху. <...> на Западе главный предмет произведения, как правило, судьба человека, а в России <...> — поведение человека. <...> Это отвечает западной философии судьбы, где на первом месте индивидуум, «я», — мой интерес, мои проблемы, моя судьба»²³.

Подводя итог сказанному выше, отметим самое главное: как литературный труд, так и экранизация создаются ради выражения макросмысла, то есть целостного смысла произведения. «Перевод <...> происходит не между системами, — пишет У. Эко, — а между текстами»²⁴. В передаче этого макросмысла в идеале и заключается главная цель интерсемиотического перевода. Соответственно, культурные смыслы постигаются не на уровне отдельных значений и микросмыслов, а на уровне макросмысла, в формировании которого они принимают участие.

Разворачивание смыслов можно рассматривать как бесконечный многоуровневый процесс. «Смысл слова, — пишет Л. С. Выготский, ссылаясь на французского автора Полана, — определяется тем целым, частью которого он является, то есть фразой, которая, в свою очередь, приобретает смысл в контексте абзаца и т. д. до бесконечности. Собственно, смысл слова неисчерпаем»²⁵. То же самое можно говорить о смысле, который обретают в контексте произведения другие знаки, как вербальные, так и невербальные. Произведение искусства, представляющее собой систему систем²⁶, «безостановочно преобразует денотации в коннотации, заставляя значения играть роль означающих новых означаемых»²⁷. Нельзя не согласиться с У. Эко, который считает пустым делом «постулирование структур, претендующих на окончательность. Ведь в тот миг, когда какую-то структуру объявляют последней, она отсылает к чему-то еще, и так всякий раз, пока не столкнешься с чем-то, что не может быть структурировано»²⁸.

Как трактовка литературного произведения открывает безграничные возможности для обнаружения культурных смыслов, так и экранизация открыта для множественных интерпретаций. Снимает ли это ответственность с автора экранизации, который берет на себя ответственную роль ретранслятора / интерпретатора культурных смыслов?

Нет, напротив, к нему предъявляется ряд серьезных требований. В первую очередь, ему должна быть присуща культурная сенситивность, то есть способность почувствовать как на основе знания, так и интуиции наличие культурно значимых смыслов, что предполагает высокий уровень межкультурной компетенции по всем ее составляющим. Необходимо помнить, что даже пони-

мание отдельных компонентов не гарантирует суммарного адекватного понимания без способности соотнести все факторы и воспринять их как единое целое. Во-вторых, ретранслятор должен сознательно принимать решения в отношении достоверности, правдоподобия и понятности передаваемых культурных смыслов²⁹.

Но рассмотрим еще один аспект трансляции культурных смыслов. В японской экранизации «Идиота» Достоевского всех героев играют японцы. В постановке оперы Вебера «Иисус Христос» роль Иуды исполняется афроамериканцем, а роль Марии Магдалины — мексиканкой. Можно ли считать это недостоверностью с точки зрения межкультурной коммуникации? Нет, очевидно, в данном случае мы имеем дело с явлением иного порядка. Есть произведения, которые давно стали принадлежностью мировой, а не национальной культуры, и этническая принадлежность актера становится нерелевантной, избыточной информацией, так как вступает в силу художественная условность. Более того, по всей видимости, авторы сознательно подчеркивают, что речь идет об общечеловеческих ценностях и интерпретатор имеет право на трактовку произведения через призму собственной культуры³⁰.

1. При экранизации инокультурных литературных произведений происходит двуступенчатый перевод:

1) интерлингвистический и 2) интерсемиотический.

2. В процессе переозначивания литературного произведения средствами кинематографической семиотической системы авторы прибегают к ряду трансформаций, к которым можно отнести: пропуски частей произведения; означивание недосказанного; восполнение пробелов; переделку оригинала.

3. Культурные смыслы постигаются не на уровне отдельных значений и микросмыслов, а на уровне макросмысла, в формировании которого они принимают участие.

4. Отдельные явления культуры (особенность внешности, одежда, артефакт, песня) имеют статус значений; они обретают смысл лишь в общем контексте экранизации и могут играть либо на выражение макросмысла произведения, либо вступать с ним в противоречие.

5. В процессе интерсемиотического перевода происходит перераспределение смыслов, которые комбинируются заново, образуя макросмысл всего произведения, в нашем случае художественного фильма; при этом важную роль играют способы сопряжения культурных микросмыслов

в смысловые единицы более высокого уровня, а также культурно-специфическая логика смыслообразования.

Фильмография

- «Братья Карамазовы» (СССР, 1969, реж: Иван Пырьев).
«Война и мир» (СССР, 1965, реж. Сергей Бондарчук).
«Преступление и наказание» (СССР, 1969, реж. Лев Кулиджанов).
Al Bouassa [Les Misérables]. (Egypt, 1944, dir. Kamal Selim).
Crime and Punishment (UK, 1999, dir. Michael Darlow).
Les Misérables (Japan, 1949, dir. Daisuke Ito).
Onegin (USA, UK, 1999, dir. Martha Fiennes).
The Brothers Karamazov. The Murderer Dmitri Karamazov (USA, 1958, dir. Richard Brooks).
The Idiot (Japan, 1951, dir. Akira Kurasava).
War and Peace (Italy USA, 1956, dir. King Vidor).
War and Peace (France, Germany, Poland, Italy, Russia, 2007, dir. Robert Dornhelm).

¹ Jecha, Julio. Intersemiotic Translation: The Peircean Basis http://www.juliojecha.pro.br/sign_res/intersemtrans.pdf

² Jacobson, Roman. Linguistic Aspects of Translation/ In: Brower R., ed. On Translation. — Cambridge: Harvard University Press, 1959.

³ Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. — С.-Пб.: Symposium, 2006.

⁴ Там же. С. 385.

⁵ Там же. С. 391

⁶ Naremore, J. Film Adaptation. New Brunswick: Rutgers UP, 2000. С. 67.

⁷ Lhermitte C. A Jakobsonian Approach to Film Adaptations of Hugo's Les Misérables. <http://www.nobleworld.biz/images/Lhermitte.pdf>

⁸ Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). — М.: Водолей Publishers, 2004. С. 16.

⁹ Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. — С.-Пб.: Symposium, 2006. С. 390.

¹⁰ Там же. С. 302.

¹¹ Там же. С. 392.

¹² Там же. С. 387.

¹³ Там же. С. 393–394.

¹⁴ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Пере-

мена 2000. С. 106.

¹⁵ Непомнящий В. Poor boy Onegin // Искусство кино. — 2002. №2. С. 65

¹⁶ Venuti, L. The Translator's Invisibility. London: Routledge. 1997. С. 5.

¹⁷ Lhermitte C. A Jakobsonian Approach to Film Adaptations of Hugo's Les Misérables. <http://www.nobleworld.biz/images/Lhermitte.pdf>

¹⁸ Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. — С.-Пб.: Symposium, 2006. С. 403.

¹⁹ Смирнов А. В. Логика смысла: теория и ее приложение к анализу классической арабской философии и культуры. — М: Языки славянской культуры. 2001. С. 138–139.

²⁰ Там же. С. 46–92.

²¹ Непомнящий В. Poor boy Onegin // Искусство кино. 2002. №2. С. 66.

²² Там же. С. 67.

²³ Там же. С. 67.

²⁴ Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. — С.-Пб.: Symposium. 2006. С. 42.

²⁵ Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е, испр. изд. — М.: Смысл. 2003. С.79.

²⁶ Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. — С.-Пб.: Symposium. 2006. С. 359.

²⁷ Там же. С. 106–107.

²⁸ Там же. С. 442.

²⁹ Леонтович О. А. Проблема ретрансляции и адаптации культурных смыслов. М., Вестник МГУ. — 2008. №2. С. 24.

³⁰ Там же. С. 24.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И МОДА УЛИЦ:
МОСКВА, 2010

*Если мода не вышла на улицу,
значит, она не стала модой.*

Коко Шанель

Объяснить жителю мегаполиса, озабоченному проблемами существования в новый век террора и генетики, что модная одежда и собственный стиль так же важны, как мощный компьютер или смартфон последней модели, не так уж просто. Большинство людей закутываются в удобную, но невзрачную одежду, не сознавая, что удобнее всего человек себя чувствует не в той одежде, которая показывает его окружающим таким, какой он есть, а в той, которая возвышает его в глазах других. В течение последних десятилетий эту идею пытались донести и фотографы с дизайнерами на страницах популярных журналов, и сценаристы с режиссерами через сюжеты фильмов. Убедительнее всех оказалось телевидение.

Часто говорят, что телевизор скорее слушают, нежели смотрят. Однако сегодня зрители каналов не только очень внимательно смотрят телевизор, но и все увиденное достаточно часто переносят в их личную жизнь. Общество потребления жаждет новинок — телевидение приковывает его внимание их изобилием. Человек легко устает от однообразия, его внимание ускользает от старых вещей. Старое — скучно, новое — привлекательно и интересно. Чтобы удивить зрителя и удержать его у экрана, телеканалы периодически «обертываются» в самое яркое, а телеведущие и знаменитости одеваются в самое модное. мода влетает в мир обычного человека через телевизор, новые картинки и образы легко закрепляются в его памяти — и на улицу выходит уже другой человек, одетый по последней моде. Раньше мода сама диктовала тенденции. Сейчас телевидение диктует моду.

Телевидение стало самым главным популяризатором модных тенденций. Сегодня каждый ведущий имеет собственный, узнаваемый стиль, а в конце многих программ, нередко даже выпусков новостей, дается информация о том, кто одел ведущих и гостей передачи. На концертах, транслируемых телеканалами, певцы и актеры с гордостью демонстрируют новинки с подиумов, на телешоу появляются сами дизайнеры, а в последнее время даже некоторые из них ведут передачи о моде и стиле сами. Одним словом, мода и телевидение — два параллельных мира — нашли точку пересечения. Объединила

их потребность быть массовыми и популярными. Мода должна продаваться. Телевидение должно быть рейтинговым.

Сегодня самые известные телеканалы не только покупают и создают продукцию, но и каждый сезон заботятся об оформлении канала. Здесь важно все сделать в едином стиле: красочные заставки с логотипом канала, оригинальную графику к передачам, правильный «голос» канала, яркие ролики для анонсирования контента, лица канала и, конечно, подбирающую для них одежду. Для каждого типажа тщательно продумывается визуальный образ — актуальный, но в то же время оригинальный, чтобы и под имидж канала подходил, и легко запоминался. Кроме того, зритель по одежде идентифицирует персонажа, увиденного на экране, и ассоциирует его с той или иной социальной группой. Создается впечатление, что люди с экрана — не однотипные и безликие манекены, сошедшие с телевизионного конвейера, а личности, имеющие свою точку зрения и свой неповторимый стиль, выражающий их индивидуальность. Интересно, что зрителям порой интереснее, кто что носит, а не кто именно сидит в студии и что он рассказывает.

И таким образом СМИ, и в частности телевидение, вступают в систему моды и превращаются в посредника между категорией «лидеров» моды, то есть тех, кто улавливает и признает тенденцию раньше всех, и категорией «последователей», то есть активной части потребителей. Попадая на страницы модного журнала или на популярную передачу посредством «лидеров» моды, в качестве которых в данном случае выступают ведущие и знаменитости, тенденция распространяется в массы.

Безусловно, за последние 10 лет интерес к моде в стране сильно вырос, особенно среди молодежи. По опросу, проведенному в 2009 году среди студентов московских ВУЗов, практически все респонденты следят за изменениями в моде. 25 % из них регулярно знакомятся с новинками моды по журналам, остальные 75 % получают интересующие их сведения через другие средства массовой информации (в основном телевидение и Интернет). Немаловажную роль в этом играют молодежные каналы, показывающие актуальные программы о моде и стиле. И если раньше мода существовала как параллельный мир, закрытый для масс, то сейчас в него может заглянуть любой желающий — ежемесячно в стране выходит более 20 печатных модных журналов, по популярным радиостанциям несколько раз в неделю передают новости моды, по 6-ти федеральным каналам каждый день идут самые разные программы о стиле, два спутниковых канала посвящены только моде, один из которых русифицирован и снимает собственный материал о российской моде. Только в Москве уже существует четыре Недели моды, которые

освещаются всеми СМИ и становятся важным событием в жизни города. Не говоря уже о том, что город буквально захвачен масс-маркетовскими магазинами, а центр города напичкан бутиками люксовых брэндов.

И все это в сумме приводит к тому, что образ улиц Москвы меняется. Толпа пестрит разнообразием цветов и стилей. Люди видят в моде очередной способ идти в ногу со временем, и в то же время способ продемонстрировать себя на улице, запомниться и выделиться из толпы. Многие хотят быть замеченными и не боятся экспериментировать со своей внешностью. Люди меняются, а город вместе с ними обновляется, и в нем пробуждается дух современности.

Этот постоянный процесс обновления подпитывается нескончаемым потоком новинок, льющим с экранов телевизоров. Людей учат быть «оригинальными», выбирая цвет и тип одежды, которая продается во всех магазинах города. В передачах прямым текстом говорят, что нужно купить в данном сезоне. Так, осенью 2008 года весь город облачился в фиолетовый: начиная с фартуков официанток и заканчивая галстуком президента Медведева — все было в фиолетовых тонах. Вообще 2008 год был одним из пиковых по влиянию моды на общество: категория «модный» стала для большинства мест, брендов, марок, событий основой для измерения степени их важности. Само слово стало означать для людей намного больше, чем просто временное влияние той или иной тенденции. Оно использовалось даже в социальной рекламе по борьбе с курением: «Курение уже не модно». Человечество стало активно переживать за свой внешний облик. В глобализованном мире мода стала считаться одним из способов приобщиться к культуре развитых западных стран. Именно Запад главным образом создает и распространяет новые тренды. Модная вещь стала для человека незаменимым, обязательным атрибутом продвинутого, динамичного стиля жизни.

Из сознания человека нового тысячелетия ушло стереотипное представление о моде «как стандартизированном массовом поведении, которое, по всей вероятности, является отзвуком тенденции, наблюдавшей в общественном сознании 60-70-х гг. XX в., к стандартизации, унификации широко распространенного мнения о типичности жизни всех людей» (М. Килошенко, «Психология моды», 2001 г.). Мода в современном понимании — это творение двух людей — автора одежды и человека, который ее носит. Так же как и парфюм, который «звучит» на каждом человеке по-разному, одежда делает одного человека иконой стиля, а второго — посмешищем. Одежда может сковывать, превратить человека в раба, в жертву тенденций, создать неправильное впечатление у людей, вызвать предрассудки или даже напасть. И одежда может дать ощущение полной гармонии своего «Я» с обще-

ством и создать сладкую иллюзию свободы без попытки разрушить матрицу окружающего нас мира.

Телевизор учит одеваться модно

«Почему мне никто не сказал пять лет назад, что нужно было просто изменить прическу, чтобы люди относились ко мне по-другому?!» — восклицает герой очередной передачи о перевоплощении людей. Этот сценарий знает наизусть даже дети: гадкий утенок превращается в прекрасного лебедя. Однако рейтинги передач с переодеваниями и сериалов с любимым поворотом в стиле фильма «Красотка» (1990 г.) с метаморфозами Джулии Робертс только растут. И хотя в общем исход передачи всем уже ясен, зрителей пленяют фокусы с переменами в облике героев.

Мода на телеэкранах страны появилась в 90-е годы XX века, причем в системе новостей, благодаря модному корреспонденту газеты «Известия» Наталье Козловой, которая какое-то время жила с мужем в Париже. Вернувшись в Москву, Наталья решила создать передачу «Кузнецкий мост представляет» — вариант газетных модных советов, переложенный на телеэкран. Хотя это было нелегко, потому что СМИ считали Моду нерентабельным продуктом. И все же ее тематические сюжеты стали регулярно выходить в эфир третьего канала. Это были репортажи, в основном, о французской моде. Наталья Козлова брала интервью у лучших дизайнеров Европы. Именно эти сюжеты познакомили зрителей с миром западной моды.

После этого на телевидении периодически появляются сюжеты и рубрики о стиле и культуре одежды. мода становится мостом, который связывает общество с западным миром. Все чаще освещаются показы отечественных модельеров. Но так как они не вносят новой волны тенденций в жизнь общества, люди воспринимают эти показы как способ напомнить о том, что мода — это целый пласт культуры. И все же весь этот мир остается закрытым для массы. Показы проводятся за закрытыми дверями для «избранной» элиты, которая может оценить по достоинству высокое искусство моды.

Конец XX века изменил все: наконец-то на телевидение попали совершенно простые люди с их обычными проблемами. Появились реалити-шоу, и подглядывание стало любимым занятием миллионов зрителей. Но на съемочной площадке вместе с героями реалити-шоу оказалось и нечто другое: продукция, которая скрытно, не явно, но достаточно активно рекламировалась на протяжении передачи. Одежда и аксессуары привлекали не меньше внимания, чем драмы и скандалы. Лейтмотив метаморфоз неизменно пронизывал всю структуру проектов: кем герои были и кем они

стали. Успех трудно было показать на экране без внешних изменений — определенная одежда уже говорила за человека. Поэтому на съемочной площадке трудились стилисты и дизайнеры, создающие персонажей по сценарию. А зрители чутко следили за изменениями во внешности обычных ребят, которых они ассоциировали с собой и своим окружением, и на их примере видели, что всякий может измениться и стать «круче».

На волне популярности такого явления, как «гламур», телевидение создало образ человека, активно живущего клубной жизнью и думающего только о том, как бы приодеться, облачиться в дорогие брэнды и яркую одежду, чтобы создать впечатление человека успешного и продвинутого, то есть «достойного» посещать клубные «тусовки». Мода в глазах общества стала восприниматься как забава для пустых и глупых людей «благодаря» людям, которые культивировали этот стиль: в основном, известные тусовщики с неизвестным родом деятельности. Мода ассоциировалась у людей с нечестными и незаслуженными привилегиями.

В 2007 году вышел документальный фильм «September Issue»¹, который начинался со слов главного редактора американского «Vouge» Анны Винтур: «Если человеку нравится носить дорогое платье от Каролины Эрреры или дизайнерские джинсы, вместо обычных из супермаркета, это не значит, что он глупый человек». Идея состояла в том, чтобы избавиться от нелепого взгляда на моду через призму гламура и ночной жизни и, самое главное, чтобы дать зрителю понять, что мода — это прежде всего высокое искусство, которое создается профессионалами и отнюдь не всегда для того, чтобы носить ее на улице. Модельеры создают новый силуэт, пронизанный духом времени и направленный в будущее. Их коллекции — это представление художника о нашем мире. А люди, которые трудятся в модной индустрии, чутко чувствуют это искусство и стараются представить самые достойные образцы в лучшем виде.

Вскоре пришел черед программам, напрямую связанных со стилем и культурой одежды. «Снимите это немедленно!» на телеканале СТС, российская версия знаменитого проекта BBC «What Not To Wear»; «Модный приговор» на телеканале «Первый»; «Тренди» на телеканале MTV, «Стилистика» на телеканале Муз-ТВ — это самые популярные на сегодняшний день программы о стиле, хотя список можно продолжить и менее удачными проектами как с точки зрения рейтинга, так и уровня подачи материала.

Программа «Снимите это немедленно!» совершила в какой-то мере мини-революцию в сознании женщин страны. Начиная с 2004 года в программе еженедельно кромсали старую и безвкусную одежду, переодевая ее хозяек в стильных дам. Это была некая попытка показать процесс находж-

дение своего индивидуального стиля. Следя за ним, каждая телезрительница могла делать некоторые заметки в голове о том, как нужно правильно подбирать одежду или аксессуары. Программа призвала меняться и следить за модой даже тех, у кого не было средств одеваться в дорогих магазинах. Процесс перевоплощения, построенный по драматургическим законам («было — случилось — стало»), держит внимание зрителя, но самый интересный момент — в конце, когда героиня демонстрирует готовые образы, которые телезрительницы мысленно примеряют на себе. Весь смак программы в превращении невзрачных, порой даже некрасивых людей в стильных, ярких персон.

Впрочем, безусловным лидером среди программ «с переодеванием» является «Модный приговор», стартовавший на Первом канале в 2007 году. Суть программы та же, что и в «Снимите это немедленно!», однако теперь за «неумение хорошо одеваться» подают на человека в «суд». Отсюда и первоначальный девиз программы — «По одежке встречают. А значит, и судят!», который вскоре поменялся на «Следовать моде смешно, не следовать — глупо». Последний девиз хоть и не выражает сути программы, но, видимо, предполагает весьма определенную интерпретацию — найти свой стиль, используя модные вещи. Героев программы активно критикуют, причем не только близкие, которые пожаловались на безвкусицу, но и, что самое главное, профессионалы в лице Эвелины Хромченко, бывшего главного редактора L'Officiel — российской версии старейшего из ныне существующих журналов мод. Эвелина Хромченко вместе с ведущим Александром Васильевым, историком моды, — чуть ли не единственное связующее звено с модой. Все остальные 4 известные ведущие, певицы, актрисы — это люди, которых хочет видеть народ на экране.

«Модный приговор» далек от мира моды, потому что он, как и все остальные подобные программы, говорит о стиле и культуре одежды, а не об искусстве высокой моды и даже не о прет-а-порте. Здесь критикуется вульгарность, старомодность, серость, которыми наводнены московские улицы. В обществе, которое десятилетиями выбирало удобство в ущерб красоте, появилось понятие «индивидуальный стиль одежды». Мода в этой программе, как и во многих других программах на телевидении, — это игра-превращение, то есть еще одна форма развлечения для аудитории, привыкшей видеть «в моде только моду»². Потому что мода как искусство интересно лишь людям, которые либо создают одежду, либо исследуют это явление. Показы, дизайнеры, коллекции, новые силуэты, авангард — удел «просвещенных». А для обычных телезрителей слово «модный» — это лишь замена слова «популярный». Популярные цвета, популярное сочета-

ние одежды и аксессуаров, популярные гаджеты, популярные прически и т. д. Желание обладать ими — голос толпы. А рождается это желание, как и большая часть желаний человека нового столетия, благодаря рекламе.

От моды «быстрого приготовления» к индивидуальному стилю

Глобальные тенденции и процесс унификации вместе с магазинами «быстрой моды» порождают толпы клонов по всей планете. Все вариации стилей проходят на одной и той же базе — на ассортименте доступных магазинов, которые по всему миру продают по сути одну и ту же одежду. Те же образы культивирует телевидение, и в рейтинговых передачах, таких как «Модный приговор» и «Снимите это немедленно!», преобразовывая человека, делают его похожим на всех.

Возникновение такого рода передач можно приписать и к определенным экономическим факторам. Сами по себе шоу о моде не злободневны — здесь никто не скандалит, не спасается от крокодилов и не борется против террористов. Но такого рода шоу привлекли внимание продюсеров возможностью легко и открыто рекламировать магазины одежды и салоны красоты.

В начале 2000-х во всех крупных городах страны стали появляться сотни магазинов так называемой «быстрой моды». Быстро сшить, быстро продать, быстро выбросить. Быстрая мода — новая форма существования моды, пришедшая на смену классическим социологическим концепциям классовой и массовой моды. Быстрая мода основывается на подходе к моде как глобальной индустрии разделения труда в мировой экономике, при котором производство и дистрибуция товаров является уделом развивающихся стран, стран «третьего мира», а маркетинг и потребление осуществляется в основном в капиталистических странах³. Сравнительно дешевые магазины каждый месяц меняли ассортимент, продавая модную, хоть и не самую качественную одежду. А на телеэкранах все чаще и чаще появлялись модно одетые персонажи и как будто «сигнализировали» зрителям о тех или иных тенденциях. Ведь одежда, только появившаяся на витринах в новой коллекции магазина, ничего не говорила обычным покупателям — они привыкли сначала получать некое одобрение со стороны СМИ, то есть видеть одежду на знаменитостях, и только потом делать вывод, что это — стоящая вещь. Механизм быстрой моды заработал: новинки рекламировали ведущие и звезды, потом модная одежда появлялась на витринах магазинов и загипнотизированный зритель прибегал за новинкой.

Масс-маркет в этом смысле породил целую культуру. Заключается она в том, чтобы уметь делать все то, что умеют делать другие, но, по воз-

возможности, лучше. Например, скупать новинки сезона как можно быстрее и реже носить старомодную вещь. Средний класс заболел шопоголизмом, или по-научному ониоманией — непреодолимым желанием что-либо по-купать, не обращая внимания на необходимость и последствия. Шопоголики, зависимые от рекламы, также ходили в кино на фильмы, где герои модно одевались, где открыто рекламировали ту или иную марку, и смотрели по телевидению те шоу и сериалы, которые могли им предложить новые кратковременные предметы обожания.

Телевидение сыграло огромную роль в распространении тенденций по всему миру. Только то, что одинаковые сериалы, реклама, музыкальные клипы и концерты транслировались по всем крупным каналам мира, автоматически делало популярным то или иное новшество. Примеров телевизионного влияния на культуру одежды можно привести достаточно много. Один из самых ярких — популярный американский сериал «Секс в большом городе» (1998–2004). В сериале, так же как и в любой рекламе модной продукции, большое действие оказывает стиль жизни героев. Здесь дорогая одежда всемирно известных дизайнеров символизирует образ жизни этих героинь, то есть несет в себе уже другую семантику. Обладая туфлями Manolo Blahnik — любимого дизайнера главной героини сериала Кэрри Брэдшоу (Сара Джессика Паркер), женщина не думает о превосходном качестве или роскошном дизайне модели, а видит в этих туфлях символ любимой героини. Но кроме этого, подражая персонажам сериала или даже копируя их стиль, зрители разных стран стараются не отставать «социально», чувствовать себя частью мира.

В масштабах страны некое действие «носителя моды в массы» совершил российский сериал «Не родись красивой» (2005). И хотя шел он не по федеральному каналу, однако собрал высокие рейтинги, что на первый взгляд могло бы показаться странным, — ведь основное действие сериала происходило в доме моды «Зималетто». Однако создатели сериала обратились хоть и к достаточно «избитому», но верному способу завоевать аудиторию — на протяжении теленовеллы все следили за судьбой некрасивой и неуверенной в себе главной героини в жестоком мире моды, где судят человека не по безупречному образованию, а по безупречному стилю. Зрители с нетерпением ждут превращения из безвкусно одетой уродины в стильную красотку — именно это притягивает телезрителей каждый вечер к экранам.

Что касается моды, то нужно отметить, что в этом сериале хорошо показан новый подход к деловой одежде, потому что каждый из персонажей в силу работы в некой «креативной» компании имеет свой собственный

стиль, очень часто противоположный представлениям об одежде, которую принято носить на работе. В сериале это всего-навсего художественный прием для создания яркого образа, раскрываемого через одежду. Но влияние на зрителей он производит достаточно сильное: офисные работники, уставшие от серых стен и люминесцентных ламп, находят именно в этом гламурном стиле свое спасение.

Безусловно, сериал сыграл огромную роль в популяризации магазинов «мгновенной моды» и на внедрение понятия «индивидуальный стиль» в массы. На телевидении, в общем, все стали одеваться с каждым годом все лучше и лучше, и — что самое главное — нарядная одежда для эфира превратилась из шика в нечто само собой разумеющееся. Это значило, что одеваться красиво — вовсе не «мещанство», как принято было говорить в советском обществе, а способ правильно презентовать себя.

Впрочем, одеваться нарядно, грамотно используя последние тенденции — это еще не создание индивидуального стиля. Улицы Москвы преобразились за последние 10 лет, на них часто можно встретить модно одетого человека. Но часто ли мы встречаем на улице по-настоящему оригинально одетого человека? Умеют ли жители Москвы создавать нетривиальный образ, или же они просто копируют западных модников?

Модное телевидение

Мир моды элитарен. Связанные с ним события предназначены для ограниченного круга людей, которые работают в этой сфере. Даже такие крупные мероприятия, как Недели моды, которые из-за масштабных декораций и зрелищности показов часто именуются как «шоу», не предполагают билетов для продажи — попасть за закрытые двери можно только по пригласительным билетам. Загадочность и разьединенность от толпы придает моде престиж. Но весь смысл этого блеска в выставлении его напоказ всему обществу.

Мода «всегда подразумевает наблюдателя... Говорящий на языке моды — создатель новой информации, неожиданной для аудитории и непонятной ей. Аудитория должна не понимать моду и возмущаться ею. В этом — триумф моды. Другая форма триумфа - непонимание, соединенное с возмущением. В этом смысле мода одновременно элитарна и массова. Элитарность ее состоит в том, что ее не понимают, но триумф моды — в ее противостоянии толпе. Вне шокированной публики мода теряет свой смысл»⁴. Телезрители привыкли видеть мир моды в системе новостей — тематические репортажи с самых ярких показов показывают уже практически все каналы. Кроме этого, как упоминалось выше, некоторые события из мира моды освещаются

в отдельных передачах, тоже в виде коротких сюжетов. Однако посмотреть полностью показы, увидеть закулисы и процесс работы над коллекциями ни на одном федеральном канале не удастся. Зато для этой цели существуют два спутниковых канала — Fashion TV и World Fashion Channel.

Fashion TV — это международный телевизионный канал, основанный в 1997 году во Франции Мишелем Адамом Лизовски. Этот канал, вещающий 24 часа в сутки, считается одним из самых распространенных спутниковых каналов (в настоящее время зона вещания охватывает практически весь мир), несмотря на то что он полностью посвящен моде и стилю. Эфирная сетка в основном состоит из показов и видеороликов под музыку, так что этот канал может по праву считаться одним из самых универсальных в мире. И несмотря на то, что FTV основан во Франции, основным языком вещания является английский; там, где интервью проводится на другом языке, дается перевод. Кроме основного телеканала FTV, существует F Men — по сути тот же Fashion TV, только полностью посвященный мужской моде, а также FTV HD — телеканал, вещающий уже в высоком разрешении. FTV стал брендом. Логотип канала в виде бриллианта с буквой «f.» посередине украшает не только дисплеи во всех модных клубах мира, но и музыкальные диски, которые представляют собой сборники танцевальной музыки, и майки, где фирменный лого сделан из кристаллов Swarovski, и элитные бары, и даже школу моделей от FTV. Все, что дается под этим логотипом, уже воспринимается как самое модное и престижное.

Впрочем, вряд ли телеканал Fashion TV можно назвать качественным. Его коммерческая основа поглощает эстетику моды. Показов и интервью с модельерами становится все меньше, а видеороликов, посвященных полуголым моделям, все больше. Видимо, канал рассчитывает на привлечение мужской аудитории, которую интересует не мода, а женщины. Но для того чтобы не скатиться на уровень эротических каналов, FTV также показывает репортажи с дорогих вечеринок, тем самым подчеркивая причастность к элитарному и закрытому миру моды.

Как ни странно, но на «самом стильном канале» ничего не делается стильно. Динамичный мир моды, который живет от новинки до новинки, поражает людей яркостью красок и разнообразием форм, кажется на канале просто скучным. Под однообразную музыку модели бесконечно шагают по подиуму, статичная съемка чаще всего с одного ракурса быстро надоедает обычному зрителю. Другой крайностью является плавающая по лицам камера, снимающая то, что происходит за кулисами показа и на фотосъемках. Ужасное качество съемок и нелепый монтаж кажутся смешными в то время, когда BBC снимает великолепную серию документальных фильмов

о британской моде *British style genius*, используя последние технологические новинки.

Цель телеканала отражена в его лозунге «Вы увидите это первыми на FTV!»⁵. Fashion TV транслирует показы с основных Недель моды (Лондон, Париж, Милан, Нью-Йорк), и действительно, показы можно увидеть полностью в прямом эфире. Отдельно делаются видеоролики о последних тенденциях, и любой зритель без особых знаний в области моды может сделать определенные выводы для себя. Но ничего, кроме мимолетных картинок, которые можно найти и в журналах, и на интернет-сайтах, никакой другой информации это канал не дает.

World Fashion Channel — российский телеканал о моде, умело замаскированный под мировой бренд. WFC трудно не перепутать с Fashion TV. Ничего особенного ни в оформлении канала, ни в контенте нет. Единственное отличие — это короткие видеоэкскурсы в историю моды, где кроме визуального ряда, диктор читает текст. Нужно учитывать, что телеканал изначально создавался для того, чтобы стать прямым конкурентом FTV. Соперничество стало возможным из-за того, что два канала о моде настолько похожи, что очень часто в дорогих клубах, ресторанах, бутиках, где престижное модное телевидение используется лишь в качестве фона, выбирают полностью переведенный на русский язык World Fashion Channel.

Лозунг телеканала — «Ваш гид в мире моды». К этому хочется добавить, что «гид» настолько скучно преподносит свое сообщение, что ничего после выключения канала в голове у зрителей не остается. WFC походит на немного усовершенствованный телеканал Fashion TV — здесь дается немного больше информации и ролики чисто технически сделаны немного лучше. Именно этого «немного» ихватило телеканалу-клону World Fashion Channel для того, чтобы опередить телеканал-оригинал FTV. А кроме этого, другого стимула для развития у WFC, видимо, нет. «Мир моды — это наша работа» — так говорится в презентации канала. Что ж, видимо, из-за этого ярчайший мир моды кажется зрителям унылым и однообразным.

Основным недостатком модного телевидения является то, что, в отличие от других «тематических» телеканалов (например, музыкальных или спортивных), оно практически не развивается. Даже профессионалы, работающие много лет в сфере моды, не могут вытерпеть 20 однотипно смонтированных показов — здесь дело касается уже не содержания показов, а манеры их преподнесения, ведь мы смотрим не живой, а уже снятый, то есть «вторичный» продукт. В то время как другие телеканалы периодически снимают очень качественные, содержательные и актуальные документальные фильмы о моде (например, *British style genius*, упомянутый выше),

на телеканалах, посвященных непосредственно миру моды, зритель не получает никакой информации. Поэтому такие каналы, как World Fashion Channel и Fashion TV, можно назвать самыми популярными «фоновыми» телеканалами.

Мода — это очень серьезное явление в мировой культуре, и говорить о том, что мир моды должен быть благодарен хотя бы за два тематических канала, смешно. Мода как явление требует глубокого изучения. Сегодня как никогда нужно, чтобы и телезрители узнали о существовании совершенно разных, талантливых, блестяще мыслящих людей из этой сферы. Это даст наконец возможность не только по достоинству оценить искусство моды, но и понять важность изучения этого явления.

Стиль и мода: из телевизора на улицу... и наоборот

Понятие «стиль» — одно из древнейших. Как категория оно применительно практически ко всем сферам жизни. Там, где есть неповторимость и некое своеобразие, есть стиль. Стиль жизни, стиль руководства, фирменный стиль, литературный стиль и, конечно, стиль в одежде. «Стиль — особая манера подхода к материалу и форме с целью создания какого-то произведения» — так объясняет это понятие знаменитый французский толковый словарь Petit Robert. Из этого можно сделать вывод, что создание индивидуального стиля — это практически создание художественного образа. Следовательно, стиль не может быть чем-то неосознанным, его нужно продумывать и воплощать в жизнь. Желание найти свой стиль возникает у человека тогда, когда он хочет выделиться из толпы и привлечь к себе внимание, когда он решает облагородить свой внешний вид или когда он пытается подражать участникам какой-либо социальной группы — носителям определенной культуры, чтобы вписаться в их круг. Часто условия жизни диктуют определенный стиль: афроамериканцы из нью-йоркских гетто, рожденные в субкультуре хип-хопа, носят широкие джинсы и белые майки; для девушки, живущей в токийском квартале Харадзюку района Сибуя, сочетания розовых волос с голубым платьем в горошек и медицинской повязкой считается нормальнее серого делового костюма. Но для большинства людей основным источником вдохновения является СМИ, и основной посыл информации идет, конечно же, от телевидения.

«Начиная с конца XIX века слово и изображение все более пропагандирует стиль. Образы желаний все время тиражируются, и человек все больше приобретает не только вещь, но и имидж... Как и реклама, женские журналы перешли от дидактики к визионерским внушениям. Изначально целью их существования была информация, теперь же и в популярной жур-

налистике, и в рекламе нам пролагают миражный образ жизни, тем самым делая нас участниками не только относительно простого процесса прямого подражания, но и менее осознанного процесса идентификации»⁶. Элизабет Уилсон⁷ совершенно точно отмечает процесс популяризации стиля СМИ. Хотя считается, что стиль — это некая противоположность моде, но в данном случае телевидение и журналы делают определенный стиль модным. Отношение моды и стиля меняется — стиль воспринимается как характеристика современной моды.

Для того чтобы ясно представить эту, на первый взгляд, парадоксальную связь, давайте попытаемся найти основную черту моды прошедшего десятилетия. Итак, начиная с 2000-х мода путешествует во времени — то уносит модельеров в 1950-е к любимому «ню-луку»⁸, то в 1980-е к спортивным костюмам и диско, то в 1970-е к глэм-року с рваными майками. Мир тоскует по ушедшему столетию, а мода пытается хотя бы на сезон вернуть частичку потерянной эпохи. Простая ностальгия притягивает к миру моды миллионы людей. А футуристические силуэты миллениума постепенно исчезают. Реминисценции характеризуют моду от нулевых до десятого года XXI века: «В моде — стиль...». Со временем мода становится стилем, а стиль в течение какого-то времени может быть в моде.

Вообще, в моде может быть практически все. Мода — очень широкое понятие. Кант дает одно из первых определений моды: «Закон этого подражания (стремления) казаться не менее значительным, чем другие, и именно в том, причем не принимается во внимание какая-либо польза, называется модой»⁹. «Включить определенные элементы в пространство моды — означает сделать его заметным, наделить значимостью... Включение в моду — непрерывный процесс превращения незначимого в значимое»¹⁰, — отмечает Ю. М. Лотман. Ненужные вещи становятся необходимыми, и это касается не только одежды. Модным бывают виды спорта (молодые люди занимаются в фитнес-клубах, женщины занимаются йогой), модным бывают стили музыки (современный ритм-энд-блюз в начале 2000-х ставили во всех клубах, а сейчас в моде музыка «хаус»), модными бывают политические взгляды и техника, блюда и слова.

В узком смысле модой считается смена форм и образцов одежды в течение сравнительно коротких промежутков времени. Новые силуэты появляются под влиянием социальных, психологических, экономических и даже политических факторов. Один из первых теоретиков моды Н. В. Рейнгард уже в 1889 г. в небольшой работе под названием «Социальное и экономическое значение моды» анализирует влияние на моду двух психологических факторов — духа нововведения (стремления к обновлению) и склонности

к подражанию, подчеркивая при этом тот факт, что стремление к обновлению проявляется в немногих личностях, людях инициативы, героях, и только затем толпа воспринимает новое в силу подражания¹¹. Развивая эту мысль, можно добавить, что люди, которые стремятся к обновлению, или «лидеры», как называют их в системе моды, осознают, что новаторства во внешнем облике и постоянные изменения привлекают внимание и интерес к их персоне. Модный образ делает человека популярным. Но сначала этот образ должен быть представлен публике.

Сегодня показ моды проходит на улице. Уличная мода — это зеркало времени, визуальный образ современного общества. Именно уличная мода является «индикатором» вкуса и стиля у жителей страны, помогает понять особую психологию моды, ее социальные и этнографические аспекты. С другой стороны, индустрия моды напрямую связана с экономикой страны. Культура одежды и стиля в стране зависит от производства и импорта одежды, в особенности от ее качества. В этом случае мода на улицах — это показатель уровня жизни людей в стране. Вместе с огромным притоком импортной одежды в стране происходит стирание национальной моды и, как результат, стирание индивидуальности. Универсализация традиций по всему миру сильно подействовала на культуру одежды в стране, находившейся в тяжелом экономическом положении. Насаждение западных образов, тенденций ведет к потере оригинальной, своеобразной культуры одежды, собственно, узнаваемого стиля. Сейчас идет унификация моды и как результат — потеря собственного «я» при огромном разнообразии модной одежды.

Сегодня ТВ как СМИ, в отличие от старого, чисто информационного телевидения, внедряет моду во все сферы жизни. Звезды телевидения в лице известных ведущих, актеров, певцов и политиков выставляют себя на показ, аудитория же выхватывает разные элементы их внешнего вида. Вместо подиума моду демонстрирует телевидение. Однако здесь нужно подчеркнуть, что телевидение и СМИ, в общем, диктуют моду. Рекламируется в основном так называемый «мейнстрим», популярные течения в моде — то, что люди будут покупать наверняка. Следовательно, новаторские идеи и авангард отодвигаются на задний план. А высокая мода не создана для улицы.

Небольшой процент прогрессивных молодых людей в поисках личности стремится быть оригинальным. Они пытаются приспособить одежду к своей персоне, выразить себя через образ. Люксовые бренды доступны далеко не всем, а масс-маркет не может удивить, поэтому уличные модники находят новый способ. Их своеобразный стиль состоит из множества элементов: из дизайнерских аксессуаров, одежды из секонд-хенда, ретро-

шапок, этнических шарфов, дешевой обуви. Так выглядит одна из уличных модниц: ретро-шляпа коричневого цвета, красное пальто, желтая летняя сумка, индийские серьги, белая майка с надписью «I love NY», золотистая мини-юбка в пайетках, черные колготки и коричневые сапоги на шнуровке. Абсурдное сочетание вещей дает оригинальный и яркий образ, не кажущийся вызывающим, потому что все элементы объединены личностью данного человека.

Уличная мода — новое явление для России, зародившееся в 90-е годы XX века, тогда как в Европе и в США уличная мода развивается уже на протяжении полувека. Всего 10 лет назад Москва не являлась частью мировой моды. Недели моды, русские издания модных журналов, открытие и трансляция модных каналов в России, интернет-сайты, посвященные уличной моде, открытие множества магазинов среднеценового уровня — все это привело к появлению и развитию в Москве такого явления, как современная урбанистическая мода. Хотя в русской уличной моде все еще остается проблема с практичностью и органичностью образа, однако люди получили возможность одеваться модно и интересно. Сейчас уже не «прячутся» за заграничными брендами, а, наоборот, ищут необычные сочетания дизайнерских вещей и предметов, купленных, например, с блошиного рынка.

В этом плане «улица» схватывает глобальные тенденции намного раньше, чем СМИ. Уличные модники, в силу того, что многие из них непосредственно занимаются дизайном одежды, находятся в системе моды между «инноваторами» и «лидерами» моды. Большинство тенденций рождается на улицах крупных городов. Участники этой социальной группы всегда следят за процессом возникновения трендов, они как бы предрасположены к новому и необычному.

Для уличных модников характерно отчуждение от всего массового, так как они всегда отделяют себя от толпы, что неудивительно, так как суть уличного стиля — быть оригинальным. Как следствие этого отчуждения, у этой группы отсутствует желание смотреть телевизор. Уличные модники не получают актуальной для их образа жизни информации от телевидения. Копирование модных образов их не интересует. Зато на телевидение уже достаточно часто попадают образы с улицы. Примеров можно привести множество: это сочетание пиджака с джинсами, африканские косички, велюровые спортивные костюмы и т. п.

Конечно, если говорить про общую картину улиц, то большая часть людей — это аудитория, на которую и рассчитаны все сериалы, программы и реклама, и лишь маленький процент составляют «непослушные» уличные модники. Людей, которые способны создать художественный образ, не мо-

жет быть большинство. Но дело в другом: для улицы в общем характерно копирование. Если для так называемой толпы, то есть для «последователей», это копирование образов из телевизора, то для «независимых» уличных модников это копирование западной моды. Именно поэтому мода как явление должно быть изучено уже с точки зрения нашего общества. В стране нужно развивать, в первую очередь, культуру одежды, и в том числе через программы на телевидении.

Популяризация телевидением определенных тенденций влечет лишь подражание, при этом в стране нет культуры стиля. Стиль раскрывает индивидуальность человека. Такие качества, как самолюбие и самовыражение делают возможным гармоничное развитие личности. «Именно развитое самолюбие позволяет избежать неадекватности в прогрессе следования моде, обрести индивидуальное лицо, добиться посредством модной одежды не только внешней привлекательности, но и привести ее в соответствие с внутренним миром»¹², — отмечает психолог М. Килошенко. Уважая и принимая свою личность, человек учится уважать личности других людей. Свобода выбора в стиле приводит к независимости, в том числе и к словесной.

В нашей стране нет уважения к личности. Большинство людей сознательно и подсознательно боятся выразить себя, боятся свободы. За независимость приходится бороться, даже если речь идет о стиле одежды. Ведь стиль — это выражение индивидуальности человека. Личности, которая всегда противостоит толпе. Массе чуждо все новое, непривычное, странное. Быть личностью трудно, потому что нужно постоянно самому вносить в жизнь новое. Существовать в толпе — значит делать как все и не принимать решений. Масса тянет общество назад, в прошлое. А мода, как сказал структуралист Ролан Барт, «осознает себя как право, как естественное право настоящего над прошлым...»¹³.

Телевидение уже настолько интегрировалось в систему моды, что трудно представить себе событие или знаменитость из этой сферы, которую не покажут по телевизору. И если сегодня цель телевидения в моде лишь освещение мероприятий, то в будущем она должна измениться. Телевидение должно не просто показывать, но и объяснять, не просто освещать, но и просвещать.

¹ «Сентябрьский номер», режиссер Эр Джей Катлер.

² «Глуп тот, кто в моде видит только моду» — известный афоризм Оноре де Бальзака.

³ Гурова О. Fast fashion — быстро сшить, быстро продать, быстро вы-

бросить. Концепция моды и потребление вещей в современном российском обществе. — Экономическая социология. Том 9. № 5. 2008.

⁴ Лотман Ю. М. Культура и взрыв. — М.: 1992. С. 126.

⁵ Оригинал: See it first on FTV.

⁶ Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London: 1985.

⁷ Элизабет Уилсон — историк моды, культуролог, профессор, в настоящее время преподает в Лондонском колледже моды (London College of Fashion).

⁸ Легендарный New Look — женственный стиль одежды, придуманный Кристианом Диором в 1947 году, силуэт которого напоминает песочные часы.

⁹ Орлова Л. В. Азбука моды. — М: Просвещение. 1989. С. 9.

¹⁰ Лотман Ю. М. Культура и взрыв. — М.: Гнозис: Изд. группа «Прогресс». 1992.

¹¹ Рейнгардт Н. В. Социальное и экономическое значение моды. — Казань. 1889.

¹² М. Килошенко Психология моды, Санкт-Петербург, «Речь». 2001.

¹³ Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. — М., 2004.

СКВОЗЬ ПИКСЕЛИ К ОБРАЗАМ И ОБРАТНО: ПИКСЕЛЬ-АРТ ПО РАЗНЫМ СТОРОНАМ ЭКРАНА

Введение

Постмодерн, деконструировавший «до основания» все культурное пространство, выстроенное предыдущими Большими стилями, дал категориальное определение культуре XX в. как фрагментарной, коллажной и мозаичной¹. В свою очередь, цифровая социокультурная парадигма, которая, очевидно, приходит ему на смену, использует соответствующий ее медийной сущности алгоритм обработки и воспроизводства действительности — оцифровку. Не отрицая постмодернистской оптики видения, цифровая культура начала перекодирование доставшихся ей в наследство структурных элементов посредством бинарных кодов. Результатом этого перекодирования становится особая дигитальная техника жизни, экономики, политики и, разумеется, искусства. При этом (технически и эстетически) минимальный элемент цифровой образности — пиксель — стал ключевой метафорой новой культурной эпохи. В самом общем виде пиксель представляет собой наименьший неделимый объект (в т. ч. элемент изображения) прямоугольной, обычно квадратной или круглой формы, обладающий определенным цветом и яркостью. Соответственно, фрагментация действительности на основе самых разных паттернов аналогового типа уступила место пикселизации на основе унифицированных единичных элементов изображения и элементарных значений.

В этой связи особый интерес представляют специфические смыслы, которые возникают в акцентировано-пиксельных формах, порожденных репрезентативными возможностями цифровой культуры в целом и компьютерного искусства в частности.

Пиксель: технологический аспект

Слово pixel происходит от английского picture element. Понятие «элемент картины» начало использоваться достаточно давно: как указывает Р. Лайэн (R. Lyon) в исследовании, посвященном истории пикселя, немецкий термин Bildpunkt впервые появился в 1874 г. в книге Германа Фогеля (H. Vogel) по проблемам фотографии; англоязычный аналог (picture element) — в июньском номере журнала Wireless World and Radio Review за 1927 г. в статье Альфреда Динсдэйла (A. Dinsdale) о демонстрации телевизионной системы, состоявшей из 50x50 элементов⁵⁰, а по некоторым источникам³

еще раньше, в 1911г., в патенте (США) на технологию передачи изображений движущихся объектов некоего Э. Синдинг-Ларсена (A. Sinding-Larsen)⁴.

Считается, что собственно термин pixel ввел в научный обиход американский инженер Фрэд Биллингсли (F. Billingsley) из Лаборатории реактивного движения (JPL) НАСА в своих статьях (1965 г.) при описании фотографий, полученных с космических аппаратов Ranger и Mariner⁵.

Что касается русскоязычного термина, являющегося транскрипцией англоязычной лексемы, существуют и используются два его варианта — пиксел и пиксель. В «Русском орфографическом словаре» РАН основным вариантом является «пиксел», тогда как «мягкий» вариант маркируется как разговорный профессиональный⁶. В свою очередь, действующий ГОСТ, регламентирующий терминологию по машинной графике, устанавливает в качестве стандартного термина именно «пиксель», определяемый как «наименьший элемент поверхности визуализации, которому может быть независимым образом заданы цвет, интенсивность и другие характеристики изображения»⁷.

С технической точки зрения пиксель — это минимальный логический элемент двумерного цифрового изображения в так называемой растровой графике. Растровое изображение представляет собой прямоугольную сетку пикселей (цветных точек) на компьютерном мониторе, бумаге и других отображающих устройствах и материалах. Иными словами, такое изображение состоит из двумерного массива точек, для каждой из которых задаются независимые параметры: две координаты (по вертикали и горизонтали), цвет и яркость. 1 пиксель черно-белого экрана кодируется 1 битом информации. Цветовая палитра монитора зависит от информационной емкости одного пикселя: 4 бита — 16 цветов, 8 бит — 256 цветов. В результате каждый элементарный фрагмент изображения описывается в двоичном коде (с помощью цифр 0 и 1) и без редукции его внечислового содержания. Пиксель как визуальное воплощение бинарной пары поднимает вопрос о соотношении имманентной и трансцендентной виртуальности, предлагая альтернативное понимание реального и виртуального⁸.

Размеры элементарных «пятен» определяются разрешением, которое характеризует плотность пикселей, т. е. количество пикселей на единицу длины (обычно на дюйм — pixels per inch, ppi). Чем меньше прямоугольнички, на которые разбивается изображение, тем больше разрешение, то есть тем более мелкие детали можно закодировать в таком графическом файле. При этом понятие «разрешения», или «разрешающая способность», относится не к изображению, которое не существует вне средства его фиксации, вне «проявления» на материальном носителе (экране, бумаге и т.

п.), а к самому средству вывода (монитору, принтеру, сканеру, фотоаппарату). На заре компьютерной революции было решено приравнять пиксель к типографскому пункту, составлявшему примерно 1/72 дюйма, соответственно, 72 последовательных пикселя на экране «Макинтоша» печатались как линия длиной в 1 дюйм на принтере⁹. Если сегодня попытаться напечатать ровно один пиксель, то разные программы будут выдавать разные результаты на печати, поскольку размер «геометрического» пикселя специфичен для каждого устройства вывода, а пиксель — это единица информации, никак не привязанная к геометрии изображения. В среднем один напечатанный на бумаге пиксель равен примерно 0,3–0,4 мм¹⁰. Современные ЖК-экраны имеют пиксели шириной порядка 0,24–0,3 мм¹¹.

Количество точек по горизонтали и вертикали определяется типом монитора и может составлять, например, 1024x768 или, скажем, 1280x1024. Или 200x300, как в первых игровых консолях, из которых в мир реальности пришли первые виртуальные герои — Марио, обезьянка Конг, Пакман (Pac-Man), метроиды и др.

Пиксель как культурная форма

«Пиксельные» персонажи благодаря своей исчерпывающей однозначности и схематичности требуемых от них реакции быстро нашли свое место не только в видеоиграх, но и в массовой развлекательной культуре в целом. Одним из первых героев «пиксельной» графики был человечек Марио (первоначально просто Jumpman — «попрыгун») из игры Donkey Kong, созданный в 1981 г. японским аниматором Миямото¹². Пожалуй, можно сказать, что Марио — это архетип пиксельного человека. Он готов на время стать человечком «высокого разрешения»¹³, но до сих пор живет активной жизнью в современном пиксельном мире, например, в компьютерной «Истории вторжения в Ирак, рассказанной как игра Братья Марио»¹⁴.

Сегодня мир, собранный из пикселей, заселяется куколками низкого разрешения — dolls, «чибиками», а также цифровыми клонами известных политиков и знаменитых поп-звезд «мини-попсами»¹⁵ или «VIP-пикселями»¹⁶. Эти «мини-попсы» приобретают все большую культурную независимость от своих прототипов, а те, в свою очередь, оказываются их аватарами в «реальной» реальности, транслирующими пиксельные паттерны мышления и поведения.

Вслед за первыми 8-битными видеоиграми в 1982 г. появился и сам термин pixel art с легкой руки сотрудников корпорации Xerox Адель Голдберт (Adel Goldberg) и Роберта Флегала (Robert Flegal) из Исследовательского центра Пало Альто¹⁷.

Персонажи «низкого разрешения», созданные художниками пиксель-арта, — угловатые и схематичные в своей неприкрытой пиксельности и элементарности характеров — объявили начало «войны живописи и пиксель»¹⁸. Они заново актуализировали и акцентировали границу нарисованного образа, забытую со времен Ренессанса¹⁹, но это не было возвратом ни к плавной контурности Средневековья, ни к изогнутым линиям античных мозаик, ни даже к жестким конфигурациям конструктивизма. Это был вызов всему искусству и всей культуре.

Дискретность оказалась не только сущностной технической характеристикой компьютерных изображений, а пиксель — технологически «неделимой» частью картины²⁰, но сами пиксели в пространстве цифровой культуры стали художественным аналогом элементарных символов, с помощью которых записывается молекулярная формула материи. «Атомарное» строение визуального объекта задало особый тип образности и правила ее декодирования. По существу, как отмечает Джон Маэда, известный американский графический дизайнер и исследователь в области компьютерных технологий, «этот настойчивый квадрат представляет собой цифровую конвенцию, вынужденную форму, которая определяет содержание» (перевод — Е.Н.)²¹.

Более того, «примитивные принстонские пиксели»²², — пишет дизайнер и прогнозист Э. Золли, — отметили начало радикальной трансформации в том, как мы представляем и видим мир. За пять прошедших десятилетий мы научились придавать пикселям такую форму, чтобы они лучше отражали «реальный» мир, и в то же самое время мы заново собрали этот мир из стандартных элементов, чтобы он более точно приблизился к тем флуоресцентным точкам. Они стали одновременно и зеркалом, и линзами, отражающими и формирующими реальность» (перевод — Е.Н.)²³.

Действительно, невозможно не заметить, что «пиксели — уже на пути к тому, чтобы стать грамматикой повседневной жизни»²⁴, претендуя тем самым на категориальный статус универсального дескриптора всего ментального пространства постпостмодерна. Оценка несводимых к цифровому описанию явлений реального мира и самих людей в терминах высокого / низкого разрешения и подозрительное ощущение, «что существует каркас из точек, стоящий за нашей повседневной жизнью»²⁵, есть свидетельство того, что «пиксельная культура», как ее называет Э. Золли, уже наступила.

«Механическое сложение картины мира из кусочков элементарного смысла», или «пиксельное мышление»²⁶, как окрестил его Алексей Иванов в своем эпатажном романе, обнаруживает себя не только как форма обыденной рефлексии, но как метакод всей культуры. «Кризис вербальности»

и апофеоз визуального привел к тому, что «слово превратилось в пиксель», а пиксельное мышление — «в ипостаси идеологии», в гламур²⁷: не случайно именно в Голливуде с эмоциональным подъемом и коммерческим размахом ежегодно проходит арт-шоу I am 8-bit, на котором выставляются разного рода художественные 2D и 3D-компиляции, созданные по мотивам и в технике старых видеоигр²⁸.

Пиксельные структуры (искусство), мегапиксельные (технология) и метапиксельные (культура) предстали одновременно как способ организации социокультурного (в том числе внехудожественного) пространства, как формальная художественная композиция и как средство художественной экспрессии и / или интерактивной коммуникации со зрителем / пользователем / воспринимающим субъектом медиареальности.

Исходя из того, что в основе пиксельного искусства лежит принцип построения изображения из некоторых однотипных элементарных объектов, расположенных в «ячейках» прямоугольной сетки, к пиксельным структурам с точки зрения социокультурной корреляции форма/содержание можно отнести вышивку крестиком и бисером, мозаики некоторых типов, кафельные «фартуки» в современных кухнях²⁹, разного рода «блочные» здания и «пиксельные» фасады, секционный дизайн офисного пространства. А еще сканворды и японские «нонограммы». Особенно показательна обратная генетическая связь японской графической головоломки, придуманной дизайнером Ноной Исида (Non Ishida), с пиксельными экранными изображениями. Именно победа в конкурсе Window Art (1987 г., Токио), в котором изображения складывались из заживавшихся в определенном порядке окон одного из небоскребов, вдохновила Нону на разработку такого алгоритма создания изображений на бумаге, который задействует прямоугольную сетку и цифровые «координаты» элементарных элементов (квадратов / «пикселей») рисунка³⁰. В 2000-е гг. «искусство окон» займет свое место в ряду интерактивного пиксель-арта. Фасадные поверхности высотных зданий и квадраты поочередно зажигающихся и гаснущих окон будут использоваться в качестве прямоугольной мегапиксельной матрицы, например, для игры Tetris или иконических рекламных картинок³¹.

Пикселизация

Итак, любое изображение, собранное из пикселей, имеет жесткий геометрически однородный каркас из вертикальных и горизонтальных рядов и дискретную структуру, которую можно увидеть при его масштабировании. При значительном увеличении размеров целостный образ распада-

ется на цветные квадратики (появляется так называемая «зернистость») и проступают внутренние и внешние ломаные границы-«лестницы», выявляющие независимость единичных элементов изображения и условность составляемого ими целого. Именно эта техническая процедура изменения масштаба изображения (zoom) породила иллюзию вскрытия формального содержания пикселя как квадрата и «верифицировала» квадратную модель пикселя, хотя фактически квадраты, возникающие при n -кратном увеличении картинки, – это массивы $n \times n$ «клонированных» копий исходного точечного пикселя, о чем с истинно научным пафосом восклицает Э. Р. Смит (Alvy Ray Smith) в своем эссе *A Pixel Is Not A Little Square!*³².

Однако на самом деле культурный и эстетический паттерн пикселя-квадрата в большей степени опирается на другую смыслопорождающую модель, восходящую к компьютерным визуализациям низкого разрешения. Видимые глазу «во всей неприкрашенной квадратности и бинарном совершенстве»³³ пиксели первых компьютерных изображений 1950-60-х гг. и 8-битных видеоигр 1970–80-х не только предложили новый язык описания реальности, но, следовательно, и новый способ ее членения (в терминологии Сепира и Уорфа³⁴), построили и раскрасили яркую (из 16 цветов) прямолинейную цифровую картину мира, но и сам «мир, соответствующий тому типу достоверности, которую передают пиксели»³⁵.

Эстетические возможности пикселизации — в «цифровом импрессионизме» фотографии и мобилографии³⁶, в рекламных постерах³⁷ и ТВ-заставках³⁸, опциях выбора сюжетов / изображений на интернет-сайтах³⁹ — лишь обнародовали пиксель-квадрат как культурную форму, которая притаилась за целостностью образов высокого разрешения. Точно так же «битый» пиксель на ЖК-мониторе демонстрирует дробную структуру всего экранного изображения, но уже деэстетизируя его.

Пикселизация как метод цифровой обработки, заключающийся в существенном уменьшении разрешения изображения или его части, например, в случае пикселизации нехудожественных образов, в первую очередь служит индексальным знаком, указывающим на компьютерные, инновационные и тому подобные технологии. Таким любопытным образчиком является логотип молодежного инновационного проекта, изображающий российского двуглавого орла с пикселизованной правой половиной⁴⁰.

В телевизионных репортажах пикселизация изображения стала привычной маской, за которой скрывается индивидуальная или коммерческая идентичность (лица и торговые марки). Нередко размытые пиксельные квадратики служат своего рода матовым стеклом, за которым угадывается запретная нагота или непристойная жестуальность. Так пиксели оказыва-

ются полупроницаемой границей визуального мира по ту сторону нравственности.

Другая, все более распространенная функция пикселизации — маркировка переходного состояния, постоянного развоплощения некоего целого, его рассыпание на единичные элементы и моментальное конструирование нового целого, совершенно другого, но будто бы состоящего из все тех же пикселей-квадратиков. Такие «геометрические» пиксели проявляются лишь на границе кадров и сюжетов, чтобы сразу же исчезнуть, раствориться точками высокого разрешения на новой картинке.

Эту характеристику пикселей как репрезентативной формы культурного перехода демонстрирует весьма примечательное произведение под названием «Волна будущего» (The wave of Future)⁴¹, своего рода «ремейк» картины «Большая волна в Канагаве» (The Great Wave of Kanagawa) японского художника начала XIX в. Кацусики Хокусая (Katsushika Hokusai)⁴². Постер неизвестного автора был выпущен в начале 1990-х Бостонским музеем компьютеров (The Boston Computer Museum) и журналом The High Tech Times. Левая часть постера точно воспроизводит гравюрную волну японского оригинала, в середине изображение распадается на цветные «пиксели», и справа уже появляется новая большая волна, выполненная в виде цифрового «проволочного каркаса», являющегося основой компьютерной 3D-графики. Пиксельный «шум» между двух волн означает, по-видимому, не только эпоху превращения традиционной живописи в компьютерную графику. Используя отсылку к идее Хокусая о соотношении человеческого мастерства и силы природы, постер выстраивает цепочку репрезентативных парадигм: сила и мощь природного мира представлена искусством художника, за этим следует технологическая модификация его работы — сначала грубо, с низким разрешением, затем более тонко и совершенно отражающая и виртуализирующая природу⁴³. И всю остальную «реальную» реальность...

Попутно «Волна будущего» иллюстрирует замечание А. Бэйаэр о двусловном характере цифрового искусства: «Порождающая модель цифрового изображения примиряет два аттрактора: прямоугольную (или проще — квадратную) форму, какой мы любим представлять пиксель, и изображение, заимствованное у естественного мира. Один создает часть, элементарную форму; второй — общую форму (перевод — Е.Н.)»⁴⁴.

«Геометрический» и «концептуальный» пиксель

Итак, пиксельное изображение состоит из уложенных рядами единичных элементов, «геометрических» пикселей, которые в широком — художественном и культурном смысле — могут быть не только цветными

точками или квадратами (мега-пикселями) на экране, но и любимыми геометрическими конфигурациями и вещественными формами ограниченных цветов — от бумажных стикеров для заметок, из которых уже выкладывают не только картинку, но и обои⁴⁵, керамической интерьерной и уличной плитки⁴⁶, стенных кирпичей⁴⁷ и элементов фасадов зданий⁴⁸ до цветных мелков⁴⁹, баночек с гуашью⁵⁰, колпачков фломастеров⁵¹ и т. п. Материальная фактура «геометрического» пикселя вообще перестает иметь какое-либо значение, важно лишь графическое сообщение на поверхности, без глубины, без внутренних многослойных смыслов. Джон Маэда называет это «наваждением поверхностного слоя»⁵². Особенно примечательна «материализация» геометрических пикселей в образы с классических полотен и, конечно, из игр Nintendo с помощью кубиков Рубика⁵³, игральные кости⁵⁴ и блоков конструктора LEGO⁵⁵, таких же «жестко» квадратных и условных, как сами пиксели низкого разрешения. При этом, в конечном счете, все эти произведения существуют для массового зрителя опосредованными цифровым видео или фотографиями высокого разрешения.

«Концептуальный» пиксель (назовем его так) не является однородным и строго унифицированным. По своим содержательным характеристикам концептуальные пиксели могут включать сложные образы, несводимые к цветному квадрату (хотя их формальные границы чаще всего образуют квадрат), и значительно отличаться друг от друга, как два сюжета ТВ-новостей одного канала или две фотографии одного автора в виртуальной фотогалерее, и всем им присуще формально-стилистическое единство и матричность расположения в границах некоторого концептуального целого (новостной блок, рекламный баннер, виртуальный фотоальбом и т. п.).

С этих позиций «концептуальный» пиксель может, вообще говоря, представлять любые паттерны одного типа, в том числе кинестетического (люди в разных позах, которые социально и культурно обусловлены и, следовательно, ограничены в количестве), как на картинах Иеронима Босха «Сад удовольствий» (1516) и Питера Брейгеля-старшего «Нидерландские пословицы» (1559) или современных художников — немецкого автора детских книжек-картинок Али Митгуч (Ali Mitgutsch)⁵⁶ и американского поп-художника Джеймса Риззи (James Rizzi)⁵⁷.

Что касается «геометрического» пикселя, то «пикселизация» такого рода превратилась в способ художественной экспрессии еще в дотелевизионную и докомпьютерную эпоху, на рубеже XIX–XX вв., когда в изобразительном искусстве возникло течение, получившее название пуантилизм (от французского point, т. е. «точка»). Самыми известными из художников-пуантилистов были Поль Синьяк⁵⁸ и Жорж Сера⁵⁹. В основе этой техники

лежал отказ от механического смешивания красок и тонально-цветовой уникальности каждого мазка в пользу оптического смешивания маленьких мазков из сравнительно небогатой палитры чистых цветов.

Искусство авангарда и геометрического абстракционизма впервые утвердило статус квадрата и прямоугольных матриц как эстетически значимой формы видения и декодирования мира. В первые десятилетия XX в. появляются четные (или даже, возможно, семь) «Черных квадратов», два «Красных квадрата» и один «Белый квадрат» Казимира Малевича. (Заметим в скобках, что именно квадрат, а не круг или треугольник, также принадлежавшие кисти Малевича, оказался столь востребован переломной культурой. И именно черный, а не цветной — как предчувствие эпохи двоичной вселенной.) Голландский художник Пит Мондриан ограничивает свою творческую рефлексию «неопластицизмом» горизонтальных и перпендикулярных линий и трех основных цветов (красного, синего и желтого) и начинает создавать свои прямоугольные композиции, в т. ч. уже совершенно «пиксельную» *Composition with Grid IX* (1919)⁶⁰, в дальнейшем координатная сетка оказалась пригодной для художественных репрезентаций социокультурного пространства Нью-Йорка (*Broadway Boogie Woogie*, 1942–1943). В 1950-х гг. появляются прямоугольные «мультиформы» или цветные поля Марка Ротко, композиции из двух-трех абстрактных «пикселей» выполняют инструментально-семантическую функцию религиозного самовыражения художника⁶¹.

Предтечей настоящей пиксельной искусства, игравшего одновременно с «геометрическими» и «концептуальными» пикселями, могут по праву считаться работы Сальвадора Дали, такие как «Сикстинская Мадона»⁶² (1958), «Кибернетическая одалиска»⁶³ (1978), «Афины горят! «Афинская школа» и «Пожар Борго»⁶⁴ (1979–1980). Особое место занимает картина «Гала, глядящая на Средиземное море, превращается на расстоянии двадцати метров в портрет Авраама Линкольна (Похвала Ротко)»⁶⁵ (1976). Портрет А. Линкольна, выполненный в технике «низкого разрешения», поступает из романтического этюда и поглощает его, если зритель начинает смотреть на картину издалека. Образ женственной музы безумного гения и портрет американского президента соединены не только логикой сюрреалистических перевоплощений, но и 3D-пикселизацией. Процесс пикселизации распространяется постепенно вглубь от плоскости первого, «внешнего» изображения, сначала разбивая его на двумерные пиксели, а затем превращая их в трехмерные кубические «воксели» (3D-пиксели), которые заново складываются в кладку каменной стены. Через окно в этой стене открывается мир по ту сторону полотна-экрана, мир, полный иных, неисчерпаемых, как море, смыслов, мир, который оказывается отгороженным от нас пиксельными стенами двух реальностей — экономико-политической

и технологической. Но стоит сделать несколько шагов назад, и становятся невидимыми и тот «аналоговый» мир, и стены, его скрывающие, и на их месте снова возникает знаковый образ, претендующий на иллюзорную целостность.

В контексте современной социокультурной и экономической коммуникации «геометрический» пиксель может выступать как значимый единичный элемент картины, в том числе произведений, созданных в прошлых веках в традиционной технике живописи. Так для сбора денег на выкуп картины Уильяма Тернера «Голубая Риги» в рамках акции Save Blue Rigi полотно было выставлено на сайте галереи Тейт и распродано по «пикселям» всем желающим⁶⁶. Один крохотный квадратик («мазок кисти») стоил 5 фунтов. На соответствующих фрагментах цифрового варианта картины закреплены виртуальные метки с именами «владельцев». При этом некоторые участники акции выкупали «пиксели» так, чтобы они складывались в пикселизованные надписи, цифры, сердечки и т. п.

«Концептуальные» пиксели современных цифровых картин могут вмещать в себя все типы культурных референтов — от образов массовой и информационной культуры до рекламных указателей и персонажей анимэ, как, например, в мета-пиксельном портрете Падмы Амидалы (королевы планеты Набу из «Звездных войн»)⁶⁷.

И уж совсем нескрыто сущность «концептуального» пикселя экранного изображения заявлена не только как социально и культурно значимая, но и как экономически ценная в интернет-проекте The Million Dollar Page британского студента Алекса Тью. Главная страница была разбита на 10000 квадратов («геометрических» пикселей) размером 10x10px стоимостью 100 долларов (по 1 доллару за 1 технологический пиксель). В каждом таком квадратном фрагменте экрана помещается логотип компании, купившей один или несколько «деци-пикселей», при этом рекламный значок одновременно служит активной гиперссылкой на соответствующий сайт). Таким образом, эти «пиксели» разворачиваются не в плоскости экрана, а в глубь, в заэкранные просторы глобального Интернета. Стоимость последней тысячи пикселей на аукционе eВау составила \$ 38100⁶⁹.

Пиксель-арт

Пиксель-арт с технологической точки зрения — это форма цифровой живописи, созданной на компьютере с помощью растрового графического редактора, где изображение редактируется на уровне пикселей. В этой технике каждый фрагмент картины отрисовывается вручную, пиксель за пикселем, без использования «автоматических» инструментов и фильтров.

Как правило, произведения пиксель-арта отличаются ограниченной цветовой палитрой (обычно не более 16 цветов) и отсутствием «сглаживания». Однако в более широком смысле пиксель-арт вовлекает в сферу своего семантического влияния и некомпьютерные произведения. А с позиций формальной эстетики понятие пиксель-арта скорее относится к любым изображениям, у которых намеренно визуализирована их пиксельная / мегапиксельная структура (пиксель-пуантилизм, пиксельная живопись и т. п.)⁷⁰.

В любом случае в пиксельном пространстве существование образа перестало быть безусловным. Для его возникновения стала требоваться пространственная дистанция между материальным носителем и зрителем. К тому же отдельный «пиксель» не имеет самостоятельного смысла, который всегда присущ компонентам коллажной композиции. Коллаж как целое тоже довольно часто оказывается весьма рыхлым семантическим образованием, однако смысл коллажа возникает исключительно «на пересечении» связей между независимыми элементами, обладающими собственными значениями. А в растровом изображении пиксель, как и единичный кусочек мозаичного панно, ценен лишь как необходимый, но недостаточный элемент — в контексте всех остальных «элементарных частиц» образа. Очевидно, к пиксельному изображению по формальным характеристикам наиболее близка мозаика. Некоторые исследователи, увидев совпадение «темпоральности архаичной мозаики» и «мгновенной темпоральности цифры», даже склонны делать вывод о тождественности модели мозаики и модели компьютерных изображений⁷¹. Однако, в отличие от классической мозаики, прячущей свою дробность за нерегулярностью линий сетки и неунифицированностью единичных элементов и в итоге выстраивающей целостное изображение, в котором границы между единичными элементами предстают исключительно в технологическом аспекте, пиксельная картинка, акцентирующая каждую из своих элементарных границ и жесткое единообразие элементарных частей, вообще не обязана складываться в опознаваемое целое — (квази) реалистический образ или узор, который возможно описать языком слов, а не цифр.

Развитие компьютерных технологий вытеснило собственно пиксельную графику в область отдельного художественного жанра профессионального пиксель-арта (eBoy⁷², Кеннет Фиджер (Kenneth Fejer)⁷³, Крейг Робинсон (Craig Robinson), Джуд Баффэм (Jude Buffum)⁷⁴, Туука (Tuukka)⁷⁵, Сара Боксер (Sarah Boxer)⁷⁶; некоторые работы Голана Левина (Golan Levin)⁷⁷, Саймона Биггза (Simon Biggs)⁷⁸ и др.) и любительского компьютерного искусства (сайты-«конструкторы» Pixelarts⁷⁹, Pixelpusher⁸⁰, Blaggart pixel graffiti⁸¹ и др.).

К пиксельному искусству относится и так называемые mobile art — пиксельные рисунки на экранах мобильных телекоммуникационных

устройств, выполненные с помощью 12 кнопок мобильного телефона и специальной программы⁸². Здесь лаконичность SMS-коммуникации дополняется элементарной образностью пиксельных MMS. Эллипсису (опусканию коннотаций) подвергаются не только текстовые «нарративы», но и обслуживающие их образы.

Другая разновидность — мобилография. Это формальное искусство и / или технические эксперименты, которые основаны на необычных эффектах при распечатывании на бумаге фотографий (мобилограмм), полученных встроенными фотокамерами мобильных телефонов. В связи с маленькими размерами матриц мобильных фотокамер изображения получаются заметно пикселированными, и «грубый» квадрат порой обретает эстетическую значимость.

Концептуальные основания «пиксельного» искусства дали богатые всходы на бескрайнем поле Net Art'a. Многие арт-объекты в Сети, сохранив «ячеистую» мегапиксельную фактуру изображения, частично или полностью изменили характер «элементарного фрагмента картины».

Так, «пиксельная» форма репрезентации может содержать в себе следы мультимедийного происхождения произведения компьютерного искусства. Например, работа норвежского художника Мариуса Ватца (Marius Watz), представляющая собой результат программы, которая перевела звуковую информацию (а именно музыку Александра Ришауга) в визуальные образы⁸³.

Вне компьютерного экрана пиксель-арт может принимать самые разные формы, так или иначе материализующие культурную или технологическую метафору экрана. Например, предстать в виде «зеркала», состоящего из матрицы 35x29 деревянных полированных «квадратиков» размером 4 см² каждый, цифровой камеры и персонального компьютера. («Пиксельное отражение» объекта перед «зеркалом» анализируется цифровым способом и появляется за счет разного наклона «пиксельных» пластинок и, соответственно, разной их освещенности.⁸⁴) Или бумажного экрана, на котором световые квадраты-пиксели являются следствием применения цифрового принципа нуля и единицы в механическом и аналоговом алгоритмах⁸⁵.

Необходимо отметить, что в цифровой культуре слово «pixel» используется в качестве универсального вербального идентификатора для самых разных сайтов, связанных с комп-артом, web-дизайном и событиями в области digital art, по всему миру (Pixel Design Studio, United Pixel Studio, Pixel Fury Design, Pixel Factory Design, Liquid Pixel Designs, Square Pixel, PixelMatrix, Pixel Attack, Atomic Pixel, MadPixel,

Pixel Dope, Pixel Juice, Pixel Cat, Pixel Lab, Pixel Pitch Competition, и т. п.). И хотя большинство из них работают с «невидимыми» пикселями высокого разрешения, нередко в оформлении сайтов присутствуют именно те самые квадратные пиксели низкого разрешения⁸⁶.

Метапиксели

Целое, которое формирует пиксельная матрица, часто не претендует на целостность даже на уровне концепта. Оно генетически содержит в себе идею незавершенности и фрагментарности. В нем в противоположность живописному — даже абстрактному — полотну невозможно домыслить фрагменты мира, оставшиеся за внешними границами рамы, невозможно выйти за пределы метапиксельного фрагмента, потому что логика пиксельной картины кардинально отличается от логики классических визуализаций. «Складывая из пикселей картинку, на выходе все равно получаешь не картинку, а пиксель»⁸⁷; пиксельная картина редуцируется в пиксель второго порядка, мета-пиксель, понять сущность которого можно лишь вкупе с другими такими пикселями второго порядка из других пиксельных картин / картин мира.

Пикселю приписывается свойство скрытого содержания, совершенно не связанного с видимым целым и спрятанного в микроскопичности пикселя. Однако благодаря способности пикселя проявляться при увеличении, этот смысл может быть демаскирован и выставлен на обозрение⁸⁸. Такой тип метапиксельной художественной структуры создается интернет-программой Image Mosaic Generator, которую можно назвать арт-трансформером⁸⁹. После загрузки исходной картинки (в формате jpeg, gif, png) сервис производит поиск подходящих фотофрагментов на известном сайте Flickr.com. Полученный пиксельно-мозаичный портрет или пейзаж можно поместить на рабочий стол компьютера или вывести его через принтер за пределы экрана как самостоятельный арт-объект.

В полученной таким образом мета-пиксельной картине элементарные фрагменты имеют не только собственный законченный сюжет, но и собственную историю, своего рода гипертекстуальный шлейф отсылок и комментариев в сетевом художественно-коммуникативном пространстве. При этом, кроме цветовой комплементарности, отдельные «пиксели» ничем не связаны со своими соседями.

И наоборот, разрозненные визуальные фрагменты действительности могут быть обращены в пиксели, чтобы составить пиксельный образ второго порядка. Такому метапикселю присущи некоторые черты коллажа, поскольку каждый пиксель первого порядка может обладать собственными

смыслами, которые соотносятся с неким целым по принципу синекдохи и подчиняются собственной внутренней логике художественного сообщения, однако не имеют структурно-семантических связей с другими пикселями или эти связи очень и очень условны⁹⁰.

Другой формой такой пикселизации являются (часто многоуровневые) фотоменю многих web-сайтов и всех фотохостингов. На этом принципе вложенных метапиксельных матриц построена, например, презентация работ в конкурсе Hugo Create, проводимом под эгидой соответствующего парфюмерного бренда⁹¹.

Кросс-медийный гипер-проект московского художника Игоря Каменева «Фантазмагория жизни» (81 полотно — 9 по вертикали и 9 по горизонтали, с собственным названием и автографом) разворачивается одновременно в двух реальностях — как живописные полотна в первой реальности и как их виртуальные проекции в компьютерной реальности. Каждый из холстов размером 110x80 см, выполненных в широком спектре живописных стилей — от иконописи до фотореализма, от сюрреалистических сюжетов до абстрактных композиций — самодостаточен и одновременно находится в условной концептуальной и сюжетной связи с остальными. При этом увидеть гигантскую картину целиком можно лишь на сайте художника⁹². Именно Интернет — единственная реальность, в которой «Фантазмагория жизни» будет собрана в единое законченное полотно. В соответствии с замыслом художника по мере написания готовые работы занимают свои «клетки» в матрице проекта и образуют единое целое, доступное зрителю в полном объеме только в виртуальном пространстве. В первой реальности фрагменты-пиксели этой большой и необычной картины разъезжаются по всему миру и становятся частью личных коллекций. Одна из возможных идей развития проекта — временное воссоединение и экспонирование в будущем гигантского мета-пикселя на какой-нибудь художественной площадке первой реальности.

Вообще мета-пиксель в современной компьютерно-опосредованной культуре нередко выступает как нарочито вскрытая значимая текстура компьютерного арт-объекта, необходимая для художественного взаимодействия произведения с его пользователем. Например, инсталляция «Душ» (2007) Александра Пономарева и Арсения Мещерякова материализует метафору информационный поток: телевизионные программы разных стран мира буквально льются на зрителя, вошедшего в кабину, выложенную мониторами, как сверкающим кафелем. На экранах мониторов транслируются программы 1000 международных телеканалов. С помощью кранов-переключателей можно изменить «температуру» потока:

включить «горячие новости», «согреться» порнопрограммой, «освежиться» развлечениями и спортом⁹³. Экраны этого медийного «душа» — концептуальные пиксели, собранные в условную мета-пиксельную структуру безо всяких причинно-следственных связей между собой.

Принципиальная бессистемность пикселированных мета-структур представлена в интерактивном проекте Metropolis Саймона Биггса (Simon Biggs). Изображение составляется из двух видеопроекций — на стене (городские ландшафты Нью-Йорка и Багдада) и на полу (виды этих городов с высоты). Движение зрителей по напольному изображению, фиксируемое сенсорами инфракрасного излучения, искажает и «разрывает» обе картинки на разрозненные квадраты-пиксели, перемешивая и взаимно «переклюкая» образы городов и их перспектив⁹⁴.

Вообще в цифровой культуре город как таковой все чаще художественно отображается и конструируется в метапиксельных формах. Сама урбанистическая картина мира, субстанция городской толпы, матричная упорядоченность осмысленного хаоса — все это влечет за собой метапикселизацию физического и ментального пространства современных мегаполисов. Красочная галерея пиксельных картин городской жизни (Берлина, Лондона, Парижа, Сингапура и др.) создана немецкой арт-группой eVoU, итальянский художник Тотто Ренна (Totto Renna) «построил» пиксельные фрагменты Парижа, Токио, некоего города Indianapolis и даже города Key City, разместившегося между клавишами компьютерной клавиатуры⁹⁵. Любопытно, что в Интернете уже начинают появляться пиксельные карты реальных городов (например, Гонконга) с интерфейсом в стилистике Google Map⁹⁶.

Международное интернет-сообщество совместными усилиями строит поэтически виртуальный пиксельный небоскреб (на данный момент его высота составляет около 17 тысяч пикселей)⁹⁷ и целые виртуальные пиксельные города, структурированные в квадратные матрицы — метапиксели⁹⁸. «Земельные участки» в таких pixel cities продаются / выдаются в виде квадратов, т. е. геометрических пикселей второго порядка, которые «владельцы» застраивают пиксельными зданиями и заселяют пиксельными человечками.

Так собраты Марио обустриваются и обживают в параллельном мире виртуальной реальности. И даже влюбляются на пересечении пиксельных пространств разных порядков, как в анимационной истории любви, где парень «низкого разрешения» встречался с девушкой-пикселем высокого разрешения⁹⁹.

Вместо заключения: пиксели наступают

Метапиксельные структуры вышли за пределы экрана ПК не только на мини-экраны мобильных коммуникаторов, но и на огромные экраны мегаполисов. Пиксельные картинки раз за разом врываются в физическое и ментальное пространство современной культуры. Разъятые на пиксели образы — как манифест новой цифровой гиперреальности — украшают бескрайние урбанистические ландшафты и камерные гостиные, плазменные панели и тканые холсты, витрины магазинов и брусчатку площадей.

Пиксели становятся мобильными в полном смысле слова, перемещаясь с одного экрана на другой и с плоскости экрана на самые разные плоскости повседневности, пикселизуя все вокруг себя — заборы, тротуарную плитку, фасады домов, рекламные баннеры, интерьеры, мебель, одежду, бижутерию, карандаши и т. д.

«Геометрические» и «концептуальные» пиксели не только образуют особый художественный язык (в том числе цифровой импрессионизм), подчиняющий себе классическую живопись и другие «нецифровые» формы искусства, но и приобретают значимые социокультурные коннотации, вплоть до сакральных¹⁰⁰. Пиксель-арт предлагает новую картину мира и новый метаязык культуры.

Подобно беспощадным завоевателям, пиксели стремительно занимают территорию традиционной культуры как в виртуальной, так и в «реальной» реальности. Пиксельные существа низкого разрешения захватывают, заново форматируют, рассыпают на пиксели и вновь собирают в метапиксельные структуры значимые образы и объекты классической культуры.

И, может быть, уже не за горами пиксельный апокалипсис, когда под натиском пиксельных пришельцев в руины обратятся крупнейшие мегаполисы мира¹⁰¹... Но пока в блаженном неведении люди любуются разноцветными квадратиками пиксель-арта и играют в Tetris окнами небоскребов.

¹ Моль А. Социодинамика культуры. М.: КомКнига. 2005. С. 45.

² Lyon, Richard F. A Brief History of 'Pixel', Digital Photography II, IS&T/SPIE Symposium on Electronic Imaging, 15–19 January 2006, San Jose, California, USA. [Эл. Документ <http://www.foveon.com/files/ABriefHistoryofPixel2.pdf>, дата обращения 8.06.2010].

³ [Эл. документ <http://www.aadet.com/article/pixel>, дата обращения 8.06.2010].

⁴ Sinding-Larsen, Alf. US Patent 1,175,313, issued March 14, 1916. [Эл. документ http://www.google.com/patents?vid=USPAT1175313&id=Df9EAAAAEBAJ&dq=%22picture+element%22&as_drbb_ap=b Transmission of Pictures of

Moving Objects, дата обращения 8.06.2010].

⁵ Lyon, Richard F. Цит. соч.

⁶ Русский орфографический словарь Российской академии наук. Отв. ред. В. В. Лопатин. © Электронная версия, ГРАМОТА.РУ, 2001–2007. [Эл. документ <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=%EF%E8%EA%F1%E5%EB%FC>, дата обращения 8.06.2010].

⁷ ГОСТ 27459-87 «Системы обработки информации. Машинная графика. Термины и определения» [Эл. документ <http://gost-baza.ru/38872-GOST%2027459-87>, дата обращения 8.06.2010].

⁸ Immanence in the Pixel: Traditional Cultural Origins of Math and Technology. Программа видеофильмов и экранных работ. Куратор Лора Маркс (Laura U. Marks) в рамках симпозиума The Subtle Technologies symposium (Торонто, Канада, 9–12 мая 2002 г.): [Эл. Документ <http://www.subtletechnologies.com/2002/filmvideo.html>, дата обращения 8.06.2010].

⁹ Лебедев А. Разрешение картинок. [Эл. документ <http://www.stavnet.ru/users/san/mod/mirrows/kovodstvo/sections/69/default.htm>, дата обращения 8.06.2010].

¹⁰ Там же.

¹¹ Что такое «размер пикселя» и как он влияет на качество изображения? [Эл. документ <http://www.slider.by/?id=2721>, дата обращения 8.06.2010].

¹² Как появился Марио. [Эл. документ http://forum.gameland.ru/m_2013198/tm.htm, дата обращения 14.06.2010].

¹³ Super Real Mario World. См.: <http://pixeloo.blogspot.com/2008/03/super-real-mario-world.html> (дата обращения 14.06.2010).

¹⁴ The history of the Invasion of Iraq told as a game of Mario Brothers. См.: <http://dev.null.org/blog/tags/iraq%20war> (дата обращения 14.06.2010)

¹⁵ Robinson, Craig. Minipops: Famous People Drawn Really Small. Published by Mitchell Beazley, 2004. [Эл. документ <http://www.flipflopflyin.com/minipops/index.html>, дата обращения 14.06.2010].

¹⁶ См. серию работ «Very Important Pixels» Кристофа Сэлена (Kristof Saelen) на: <http://www.veryimportantpixels.com/> (дата обращения 14.06.2010).

¹⁷ Goldbert, Adele and Flegal, Robert. ACM president's letter: Pixel Art, Communications of the ACM, Vol. 25, Issue 12, Dec. 1982.

¹⁸ Иванов А. Блуда и МУДО. СПб.: Азбука-классика, 2007. [Эл. документ <http://readr.ru/aleksey-ivanov-bluda-i-mudo.html>, дата обращения 10.06.2010].

¹⁹ Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств. М.: Изд-во

В. Шевчук. 2002.

²⁰ Если совсем строго, то каждый пиксель, из которых формируется изображение на мониторе, представляет собой триаду, т. е. состоит из трех субпикселей красного, зеленого и синего цветов, расположенных рядом в определенной последовательности. Но, подобно позитронам и электронам атома, пиксельная триада может быть различима только при очень сильном увеличении.

²¹ Maeda, John. Maeda @ Media //Journal d'un explorateur du numérique, Thames and Hudson, 2000. Цит. по: Beyaert, Anna. L'esthétique du pixel. L'accentuation de la texture dans l'œuvre graphique de John Maeda //Communication et langages. 2003, Vol. 138, p.29. [Эл. документ http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-500_2003_num_138_1_3233, дата обращения 14.06.2010].

²² Имеется в виду первое пиксельное изображение, которое было выведено на монитор громоздкого электронного вычислительного устройства в Принстонском университете передовых исследований в 1954 г.

²³ Zolli, Andrew. Pixelvision: A Meditation. [Эл. документ http://www.core77.com/reactor/opinion_06.03.asp, дата обращения 5.06.2010].

²⁴ First Pixels Facing Middle Age [Эл. Документ http://www.ratchetup.com/eyes/2003/08/behold_friends_.html дата обращения 10.06.2010].

²⁵ Zolli, A. Pixel culture. American Demographics, June 2004. P.44.

²⁶ Иванов А. Блуда и МУДО. СПб.: Азбука-классика, 2007. [Эл. документ <http://readr.ru/aleksey-ivanov-bluda-i-mudo.html>, дата обращения 10.06.2010].

²⁷ Там же.

²⁸ См. например, пост блоггера М.МакВертера (Michael McWhertor) с многозначительным заголовком «Я 8-битный и остальной Голливуд такой же» [Эл. документ <http://kotaku.com/5037623/i-am-8+bit-and-so-is-the-rest-of-hollywood>, дата обращения 5.06.2010].

²⁹ Типичным «узором», выложенным керамической плиткой на «рабочей» стене современной кухни, является «битый пиксель» (термин обозначает дефект изображения на ЖК-мониторе), нарушающий своим несимметричным и случайным появлением однородность однотонных квадратиков и акцентирующий тем самым видимые швы между ними.

³⁰ Origins of Cross Reference Grid & Picture Grid Puzzles. [Эл. документ <http://www.puzzlemuseum.com/griddler/gridhist.htm>, дата обращения 5.06.2010].

³¹ Например, проект Blinkenlights (2001) в Берлине <http://blinkenlights.net/blinkenlights>; Blinkenlights Arcade (2002) в Париже <http://blinkenlights.net/blinkenlights>.

net/arcade; подобные игры также происходили в городах Финляндии (2007), Китая (2008), Мексики (2008) и других стран.

³² Smith, Alvy R. A Pixel Is Not A Little Square, A Pixel Is Not A Little Square, A Pixel Is Not A Little Square! (And a Voxel is Not a Little Cube), Tech Memo 6, Jul 17, 1995. P. 7. [Эл. документ http://alvyray.com/Memos/6_pixel.pdf, дата обращения 7.06.2010].

³³ Zolli A. Pixelvision

³⁴ Уорф Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку //Языки как образ мира. М.: Изд-во «АСТ», Спб.: Terra Fantastica. 2003. С. 157–22.

³⁵ Zolli, Andrew. Pixel culture. P.44.

³⁶ Лихачева Ю. Мобильное искусство//Алло, МТС, 01.01.2008. [Эл. документ http://www.vibra.ws/index.s.php?id=articles&loc=mobile_tech/mobile_art_2008.php, дата обращения 20.06.2010].

³⁷ См. напр. рекламные постеры LEGO, Lebeau и Crime Stoppres в статье: Гладкий Ю. Пикселизация рекламы в развитии 8-битной культуры. [Эл. документ <http://www.adeator.com/?p=154#more-154>]; рекламный постер телеканала Sky TV: http://www.flickr.com/photos/sabrinaer/2065863328/in/pool-the_pixel_artists/; а также <http://hello.eboy.com/eboy/category/everything/explore/work/advertising/> (дата обращения 17.06.2010).

³⁸ Пиксели могут быть геометрическими, например, пиксельная карта России как фон новостного блока «Вести» или концептуальными — «матрица» из экранов телестудии с мелькающими на них самыми разными репортажными картинками, как у многих новостных и аналитических программ.

³⁹ Например, метапиксельная структура для выбора сюжетов «Новости 24 часа» на <http://www.ntv.ru/novosti/> или <http://fotki.yandex.ru/>. Подчеркнем, что такая организация концептуальных пикселей характерна для огромного количества российских и зарубежных сайтов, в т. ч. социальных сетей, содержащих большой визуальный материал.

⁴⁰ См.: [Эл. документ <http://www.iconvention.ru/>, дата обращения 11.06.2010]. Еще один яркий пример: рекламный баннер (в пространстве города и в Сети) о тарифе мобильного Интернета под девизом «Отдыхай на даче, качай в Интернете», где вода из деревенской водокачки изображена в виде геометрических пикселей [<http://www.megafon-letto.ru/gprs/>, дата обращения 10.06.2010].

⁴¹ См.: [Эл. документ <http://vorpal.us/img/waveofthefuture.jpg>, дата обращения 11.06.2010].

⁴² См.: [Эл. документ <http://www.vam.ac.uk/images/image/52424-rorup.html>, дата обращения 11.06.2010].

⁴³ Wave of the Future is now the past [Эл. документ <http://vorpal>.

us/2007/07/wave-of-the-future-is-now-the-past/, дата обращения 11.06.2010].

⁴⁴ Beyaert, Anna. *L'esthétique du pixel. L'accentuation de la texture dans l'œuvre graphique de John Maeda* // *Communication et langages*. 2003, Vol. 138, p.29. [Эл. документ http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-500_2003_num_138_1_3233, дата обращения 14.06.2010].

⁴⁵ Германское арт-шоу Ich bin 8-bit (2009) <http://www.ohwhataworld.de/2009/03/30/pictorisch-3/> (дата обращения 20.06.2010).

⁴⁶ Например, проект голландского художника Арно Коэнена (Arno Coenen) *Game Meadow*, в котором пиксельные картинки, взятые из компьютерных игр или телевизионных заставок, воспроизведены с помощью тротуарной плитки на площади г. Утрехт. <http://www.arnocoenen.nl/index.php?mast=Album,m4,default,1&m4albumid=46&m4returnid=51&page=51> (дата обращения 20.06.2010).

⁴⁷ См., например, уличные пиксельные граффити: <http://uaddit.com/discussions/showthread.php?t=725> (дата обращения 5.06.2010).

⁴⁸ Например, польские панельные дома 1970-х гг., которые часто раскрашивали в виде разноцветных пиксельных картинок или современный барселонский небоскреб Торре Акбар: <http://lifeglobe.net/blogs/details?id=739> (дата обращения 11.06.2010).

⁴⁹ Картины из мелков Crayon Кристиана Фора (Christian Faur). См. на: <http://www.christianfaur.com/crayons/crayons.html> (дата обращения 4.06.2010). Примечательно, что пиксельные картины из мелков создаются на основе компьютерно-отсканированных фотографий.

⁵⁰ Автопортрет Фабиана Канцлера (Fabian Kanzler). См. на: <http://www.fabianjochenkanzler.de/study/pixelportrait/> (дата обращения 5.06.2010).

⁵¹ Рекламный постер Дж. Маэды (John Maeda) Too Mona. См. на: http://www.ntticc.or.jp/Archive/2001/Post_Digital/Works/too_mona.html (дата доступа 14.06.2010).

⁵² Maeda, John. *Maeda @ Media*, 2000. Цит. по: Beyaert, Anna. *L'esthétique du pixel...* p.38.

⁵³ См. <http://www.space-invaders.com/rubikubism.html> (дата обращения 14.06.2010).

⁵⁴ См. Пиксельная мозаика Ари Крапника [Эл. документ <http://www.kulturologia.ru/blogs/120510/12462/>, дата обращения 19.06.2010]. Примечательно, что эскизы для своих картин автор создает с помощью компьютерных программ и уже затем собирает их из материальных пикселей.

⁵⁵ См.: Видео-клипы о Lego-игре Mario 8-bit Trip http://www.youtube.com/watch?v=4qsWFFuYZYI&feature=player_embedded#! и Super Lego Mario

(Level 1) <http://www.youtube.com/watch?v=hmWWfnKVbYY&NR=1> (дата обращения 17.06.2010).

⁵⁶ См. например, его книгу Mitgutsch A. Mein schönstes Wimmel-Bilderbuch, Ravensburger Buchverlag, 2010 http://www.hitparade.ch/bookimage.html?ali_mitgutsch-mein_schoenstes_wimmel-bilderbuch.jpg или <http://astore.amazon.de/200350/images/347332597X>, где явно видна метапиксельная структура его работ.

⁵⁷ См. его работы на: <http://www.james-rizzi.com/Werke/81%20RIZZI%20PRINTS%20ON%20THE%20WALL:::de-007-RIZZI00480.html>, в т. ч. A Bunch of Squares (2010) <http://www.james-rizzi.com/pictures/A%20BUNCH%20OF%20SQUARES:::en-007-Z52035.html>;

81 RIZZI PRINTS ON THE WALL

http://www.james-rizzi.com/Available_Artwork/81%20RIZZI%20PRINTS%20ON%20THE%20WALL:::en-007-RIZZI00480.html и др.

⁵⁸ См. картины П.Синьяка «Папский дворец» и др. на: <http://artlibrary.ru/brand/123> (дата обращения 11.06.2010)

⁵⁹ См. картины Ж.Сера «Эйфелева башня» и др. на: <http://www.printdigital.ru/seurat/seuratwork.php> (дата обращения 11.06.2010).

⁶⁰ См. <http://www.sai.msu.su/cjackson/mondrian/p-mondrian7.htm>.

⁶¹ См. <http://www.nga.gov/cgi-bin/tsearch?artistid=1839&page=1§ion=W>.

⁶² См. http://www.artyou.ru/images/stories/art/1957_1959/Salvador_Dali_1957_1959_14.jpg.

⁶³ См.: http://www.artyou.ru/images/stories/art/1972_1979/Salvador_Dali_1972_1979_16.jpg.

⁶⁴ См.: http://www.artyou.ru/images/stories/art/1972_1979/Salvador_Dali_1972_1979_18.jpg.

⁶⁵ См. : http://www.artyou.ru/images/stories/art/1972_1979/Salvador_Dali_1972_1979_4.jpg.

⁶⁶ <http://www.artfund.org/savebluerigi/Brushstrokes.html> (дата обращения 17.06.2010).

⁶⁷ <http://dream-worlds.ru/2010/04/21/> (дата обращения 19.06.2010).

⁶⁸ <http://www.milliondollarhomepage.com/> (дата обращения 8.06.2010).

⁶⁹ <http://www.neolit.ru/news/show/000035.html> (дата обращения 8.06.2010).

⁷⁰ Например, работа Эшли Андерсон (Ashley Anderson) Kirby's Cupcake (акрил, холст) http://www.flickr.com/photos/presstarttobegin/2242333964/in/pool-the_pixel_artists. См. также работы Светланы Баклановой http://expert-ural.com/content/images/images/46_09.jpg; Владимира Михайлу-

цы <http://www.mv-art.spb.ru/grafic/other.php?photo=5>; Георгия Пузенкова <http://www.artinfo.ru/ru/news/main/ARTIKULYACIA-49.htm>; выставочные проекты MAKE (Антон Польшкого) So serious (2007) <http://www.fctv.ru/watch/f5721558fec74aa481e76a2eb16c5c43>; Алексея Романенко Дефрагментация (2008) <http://kultura.com.ua/page.jsp?id=1583> (дата обращения 5.06.2010).

⁷¹ Dallenbach, Lucien. *Mosaïques, Un objet esthétique à rebondissements*, Le Seuil, 2001. Цит. по: Beyaert, Anna. *L'esthétique du pixel...p.29*. [Эл. документ http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-00_2003_num_138_1_3233, дата обращения 14.06.2010].

⁷² Группа графических дизайнеров-пикселистов из Германии (Kai Vermehr, Steffan Sauerteig, Svend Smital). Сайт группы: <http://hello.eboy.com/eboy/>; интервью с художниками: <http://www.cafebabel.co.uk/article/24073/eboy-berlins-godfathers-of-pixel.html> (дата обращения 16.06.2010).

⁷³ См.: <http://www.kennethfejer.com/> (дата обращения 16.06.2010).

⁷⁴ Пиксельные картины низкого разрешения печатаются на настоящих холстах. См. http://www.secretlair.com/index.php?clickableculture/entry/jude_buffums_pixel_paintings/ (дата обращения 15.06.2010).

⁷⁵ Финский художник, который также известен как Polyfonken of Ghost Monkey. См. его работы на <http://www.polyfonken.com/index.html> (дата обращения 17.06.2010).

⁷⁶ That's a Pixel, But Is It Art? [Эл. документ http://www.sfgate.com/cgi-bin/blogs/culture/detail?blogid=3www.google.com&entry_id=158, дата обращения 15.06.2010].

⁷⁷ В первую очередь его совместная работа с Марком Дэйвисом (Marc Davis) и Брайеном Вильямсом (Brian Williams) *Media Streams Icons* (1994) — система знаков для визуального языка видеовещания, включающая обширный «вокабулярный», «синтаксис» и «семантику». См.: <http://www.flong.com/projects/icons/>; а также *New Year Card Design Machine* <http://www.flong.com/storage/experience/newyear/newyear01/> (дата обращения 15.06.2010).

⁷⁸ См. интерактивные работы *Recombinant Icon* <http://www.littlepig.org.uk/icon/icon.htm> и *Mozaic* <http://www.littlepig.org.uk/mozaic/mozaic.htm> (дата обращения 17.07.2010).

⁷⁹ Можно попиксельно создать свой образ или редактировать уже имеющиеся, в т. ч. выстроить из готовых пиксельных картинок, расположенных по соседству, метапиксельную, например, метапиксельный текст *I lost the game*. См. <http://pixelarts.6x.to/> (дата обращения 15.06.2010).

⁸⁰ Можно нарисовать свой пиксельный образ или выбрать случайную картинку, спрятанную за набором пикселей. Пиксели начинают хаотически

бегать по экрану, постепенно собираясь в пиксельное изображение – человечка, зайца, логотипа adidas и пр. См.: <http://www.drububu.com/> (дата обращения 15.06.2010).

⁸¹ На гигантскую виртуальную «стену» можно добавлять свои пиксельные граффити <http://blaggart.com/#x=0&y=0&z=8> (дата обращения 15.06.2010).

⁸² Существует интерфейс и web-приложение для мобильного телефона 12Pixels, которое позволяет рисовать и обмениваться пиксельными изображениями: <http://ivanpoupyrev.com/projects/12Pixels.php> (дата обращения)

⁸³<http://www.flickr.com/photos/watz/1402738268/in/photostream/> (дата обращения 18.06.2010).

⁸⁴ Проект Даниэля Розина (Daniel Rozin) Wooden Mirror (1999) <http://www.smoothware.com/danny/woodenmirror.html> (дата обращения 15.06.2010).

⁸⁵ Проект Арама Барсола (Aram Bartholl) Papierpixel (2004) <http://www.datenform.de/ppeng.html> (дата обращения 5.06.2010).

⁸⁶ Например, <http://www.atomicpixeldesign.com/index.php> (дата обращения 17.06.2010).

⁸⁷ Иванов А. Блуда и МУДО. СПб.: Азбука-классика, 2007. [Эл. документ <http://readr.ru/aleksey-ivanov-bluda-i-mudo.html>, дата обращения 10.06.2010].

⁸⁸ Например, пиксель высокого разрешения шуточно вскрывается как «скрытая реклама» в сериале «Симпсоны» на канале 2x2 <http://www.videosostav.ru/video/ab502a1b1ce4142123fb95f6c043e87e>

⁸⁹ См. подробнее: Фотомозаика — искусство нового времени. [Эл. документ <http://www.log-in.ru/articles/476/>, дата обращения 17.06.2010].

⁹⁰ Например: <http://vnevremeni.ru/wps/archives/202> (дата обращения 15.06.2010).

⁹¹ Главное меню «Галерея конкурсных работ» <http://www.hugocreate.com/en/gallery> — как метапиксель высшего порядка и затем, например, <http://www.hugocreate.com/en/gallery-round-15> — метапиксель «Раунд № 15», и затем, например, <http://www.hugocreate.com/en/gallery-round-15-view-51123> — концептуальный пиксель, работа Gordon Vonnar из Великобритании, которая совершенно неожиданно также оказалась состоящей из четырех концептуальных субпикселей (изображений флакона духов).

⁹² http://www.kamenev.ru/html/index_r.htm (дата обращения 17.06.2010).

⁹³ См. подробнее: WAM, №26, ч.2., 2007. С.90-91. [Эл. документ

<http://www.knigiwam.ru/images/wam26x2/wam26x2.pdf>, дата обращения 15.06.2010].

⁹⁴ <http://www.littlepig.org.uk/installations/metropolis/index.htm> (дата обращения 18.06.2010).

⁹⁵ <http://supertotto.com/site/archives/tag/news/> (дата обращения 19.06.2010).

⁹⁶ <http://hongkong.edushi.com/Default.aspx?L=en> (дата обращения 19.06.2010).

⁹⁷ www.mrwond.de/myhouse/index.htm (дата обращения 11.06.2010).

⁹⁸ Пиксельные города PixelDam <http://pixeldam.net/faq.asp?id=1>, Lovepixel www.lovepixel.idv.tw, Авалон <http://www.avalon.ru/HigherEducation/Design/Gallery/WebGraphics/>, Icon Town www.icontown.de, Isociety <http://www.kennethfejer.com/isociety/> (дата обращения 19.06.2010).

⁹⁹ «Boy meets Pixel», Craig Robinson (2000-2003) <http://www.flipflopflyin.com/boymeetspixel/index.html> (дата обращения 4.06.2010).

¹⁰⁰ Интернет-сообщество евангелистов St.Pixels <http://www.stpixels.com/intro-welcome> (дата обращения 20.06.2010).

¹⁰¹ См.: Видеоролик Pixel Stars invade NY (продукция Onemoreprod & Patrick Jean) http://www.youtube.com/watch?v=8K_UgV86jL8&feature=related (дата обращения 20.06.2010).

МИР СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ОПЫТ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭТНОГРАФИИ НА МАТЕРИАЛЕ ВКОНТАКТЕ.RU

На начальном этапе развития Интернета виртуальное пространство провозглашалось полем освобождения от традиционных иерархий, архипелагом равноправия. Тем самым инженеры-разработчики Интернета, специалисты информационных технологий старались сделать легитимным свой проект и продемонстрировать его социальное значение. Сегодня, спустя примерно 20 лет с момента появления Интернета как инструмента массового взаимодействия, можно внести поправки в ранние представления об этом явлении. В частности, по моему мнению, актуальной является постановка вопроса о социальной регулируемости онлайн-поведения и в целом — видение виртуального не как отрицания, а как продолжения социального. При всем при этом, чтобы понять коллективные отношения, воссозданные в Интернете, их важно рассматривать, принимая во внимание медийные особенности компьютерной технологии. Такая точка зрения позволяет понять, каким образом развитие средств коммуникации определяет развитие групп. В настоящей работе взаимосвязь реальной социальной и социальности виртуальной исследуется на материале российской социальной сети ВКонтакте¹.

О методе

Можно без преувеличения сказать, что лидерами в эмпирических исследованиях компьютерно-опосредованной коммуникации являются ученые-лингвисты. В силу того, что этот вид взаимодействий начал развиваться преимущественно с обмена письменными сообщениями, лингвисты одними из первых включились в работу с материалом сетевых коммуникаций. Вклад эмпирической социологии в изучение онлайн-поля представлен традиционными количественными данными о разнообразных действиях интернет-пользователей. Я полагаю, что сегодня для исследования Интернета актуально обращаться не только к количественным социологическим методам, но и к качественным процедурам, называемым в социологии этнографическими. Представляемая статья обобщает опыт виртуальной этнографии популярного российского сайта.

«Виртуальная этнография» — так с недавнего времени обозначают комплекс методов, направленных на изучение участников компьютерно-опосредованной коммуникации².

В традиционных этнографических исследованиях социолог физически сталкивается со средой, которая его интересует, он вступает в контакт с информантами, используя свои навыки межличностного общения. Вместо этого социолог, проникающий в социальный мир Интернета, должен совершенствовать навыки анализа текстовых вербальных данных и изображений. Кроме того, исследователю интернет-коммуникаций необходимо иметь в виду, что это пространство обеспечивает информантам большие, по сравнению с общением лицом к лицу, возможности для конструирования образа себя и сохранения анонимности.

Сайт ВКонтакте.ru, объединивший в апреле 2010 года 70 млн. пользователей³, развивается как инструмент общения и знакомств, деловых, дружеских и романтических. В «Контакт» вступают, организуя свою персональную страницу или профиль, содержание которой помимо текстов, фотографий, рисунков включает мультимедиа информацию — аудио- и видеофайлы. Стремясь описать социальные взаимодействия ВКонтакте, я опиралась на технику анализа дискурса, на разработки аналитиков современного городского фольклора, на идеи визуальных исследований. Эмпирическим материалом стали персональные страницы 62 участников ВКонтакте, отмеченных на моей странице этого сайта в качестве друзей. Из 62 человек 44 — это студенты, магистранты, выпускники, у которых я вела или веду занятия в университете, 18 — это друзья, родственники, коллеги. Строго говоря, техника виртуальной этнографии в выполненной работе сочетается с автоэтнографией — методикой, эксплицирующей личный опыт исследователя.

Исследовательская логика виртуальной этнографии позволяет детально описать опыт компьютерно-опосредованной коммуникации как нового образца социальных отношений. В отличие от количественных социологических исследований этнографические разработки не показывают степени распространенности явления, преимущество этих методов — обнаружение и интерпретация того или иного образца, а также — предоставление «голоса» самим участникам изучаемых явлений. Полученные выводы, думаю, будут полезны для «насыщенного описания» (по К. Гиртцу) культуры, вызванной к жизни компьютерными технологиями.

Хронотоп персональных страниц участников ВКонтакте.ru

Поскольку практика общения ВКонтакте реализуется посредством текстов, кажется целесообразным взять для анализа некоторые концепты теории дискурса, прежде всего рассмотреть хронотоп персональных

страниц. Анализ хронотопа позволяет говорить о границах и точках пространства, о глубине и ритмах времени, характеризующих мир социальной сети ВКонтакте. Фиксация пространства и времени обычно представлена в таких разделах персональной страницы участника, как «день рождения», «родной город», «образование», «карьера», «места». Время пульсирует в сообщениях на «стене» («стена» — специальный раздел на странице, где каждый участник может оставить свою запись, видимую не только хозяином страницы, но и всеми посетителями). Хронологические параметры, касающиеся личной биографии владельца страницы, бывают показаны «прямо» и «косвенно». Говоря о себе «прямо», владелец страницы показывает даты биографии, заполняя все разделы информацией о себе. При косвенной стратегии самопрезентации метки времени и местоположения человека им не указываются, но могут быть найдены в общем тексте страницы. Принадлежность к определенному поколению маркируется часто выбором аудиозаписей, группами, надписями на стене, в целом — контекстом страницы. Таким образом, происходит игра со временем и пространством. К таким играм относятся прежде всего вымышленный год рождения, период учебы, службы в армии. Если же информация в разделе отсутствует или целенаправленно конструируется для поддержания экстравагантной «маски», то участник коммуникации превращается в «фантом» или в модель личности. Такие эксперименты не редкость (например, Дантист Люблю Орбит Стамотологович⁴), понятно, что за фантомами стоят реальные люди, «экспериментаторы». Но общение с персоной Дантиста при условии, что вы не знаете человека, пишущего под маской, является игрой, карнаваль-ной шуткой.

Признаки времени и географии наблюдаемы не только по разделам с биографическими данными, но и по названиям групп, в которых участвует владелец страницы, по аудио- и видеозаписям, фотоальбомам. Вот, например, как звучит время в названиях фотоальбомов, созданных ВКонтакте:

«Алые паруса 21 июня 2008 года»,

«Новый год 2009»,

«Европейский вояж 2008»,

«Школа 1999–2009»,

«16. 05. 09» и т. д.

Темпоральность в названиях групп:

«Наша Родина — СССР»,

«Рожденные в СССР»,

«Дети шестидесятых»,

«Музыка 80-х»,

«Выпускники–2005»,
«Школа 185 СПб...7 февраля встреча выпускников в 15.00»,
«Всех с Новым годом 2009»,
«Вы выросли в 90-е, если..»,
«14 февраля или День Всех Влюбленных»,
«Мисс vkontakte 2009»,
«Юность 80-х 90-х годов»,
«Настоящие мамочки 2008»,
«Оцифровка видеокассет до 31.01.2009 – 130 рублей за 60 минут»
«Жду тебя лето 2009»,
«Выпуск 2010»,
«Социологический кино клуб имени «Ленина в 1918 г.» и т. д.

Темпоральность текстов, которые создаются участниками ВКонтакте, объединяет все три вектора времени — прошлое, настоящее, будущее — это подобно тому, как ориентировано социальное поведение и за пределами Сети. Но характерной особенностью бытования онлайн-текстов является тенденция развеществления. Развеществление как эфемерность и ускользающая реальность взаимодействий, материализованных текстами на экране, проявляется в скорости обмена сообщениями, надписями, заметками. Приверженность постоянству противоречит природе компьютерно-опосредованной коммуникации. Контакттировать «здесь-и-сейчас» — писать, рисовать, удалять и изменять. Тем более, что завтра появится новое технологическое усовершенствование, которое станет базой для создания обновленной социальной сети. Все страницы, столь популярные сегодня, рожденные благодаря скорости цифровой технологии, потенциально готовы к изменениям-обновлениям, закрытию. Именно сквозь призму развеществления можно говорить, что время ВКонтакте подчинено настоящему. Хотя письменные коммуникации всегда ассоциировались с поддержанием истории, оцифрованные и перенесенные на экран компьютера, они потеряли устойчивость. Подчеркну, что ВКонтакте нет безвременья, прошлое зримо и даже аудиально присутствует, будущее ожидается, однако в руках этого сообщества есть инструменты постоянной корректировки истории. В Сети селекция исторических фактов, которые надо запечатлеть или убрать, происходит молниеносно.

Пространственные координаты участников, по сравнению с хронологией личной биографии, в избытке даются на персональной странице. Очень интересны идентификации с местом на карте, служащие основанием для создания групп. Вся палитра идентичностей от «макро» до «микро» может быть представлена в списке групп. Например:

«Россия — великая страна»,
«Казань — лучший город в мире!!!»,
«Я люблю Казань!»,
«Севастополь — столица мира»,
«Санкт-Петербург»,
«Московский район Санкт-Петербурга»,
«Озерки-Просвет!»,
«улица Савушкина» и т. д.

Внимание к географии и постоянная ее репрезентация наталкивает на мысль о том, что коммуникация он-лайн, предоставляя безграничные возможности для преодоления пространственных барьеров общения, тем не менее, актуализирует обозначение «своих» мест. Причинами этого, предполагаю, могут быть, во-первых, желание найти или поддержать коммуникацию с земляками, во-вторых, это очень простой способ самопрезентации — я тот, где я жил или живу.

Воспроизводство хронотопа сайта ВКонтакте обусловлено особенностями онлайн-коммуникации — максимально быстрым установлением гиперличных отношений «здесь-и-сейчас» и глобальным охватом.

Фольклор «made in ВКонтакте.ru»

То, что мы видим, читаем, слышим, зайдя в мир социальных сетей, поддается систематизации, если рассматривать этот материал глазами этнографа современного общества как постфольклор. Постфольклор, или городской фольклор, — произведения, отличающиеся от исторически предшествующих устных традиций крестьянства и архаических сообществ, вызваны к жизни развитием субкультур города. Репертуар охватывает как песни, стихи, анекдоты, фразеологические клише (например, киноцитаты и рекламоцитаты), «страшные истории», так и семиотические ансамбли, включающие орнаментику и содержимое рукописных альбомов, украшения, жесты, татуировки, граффити, магические письма⁵. Так, поддержание персональной страницы ВКонтакте, думаю, во многом продолжает развитие одной из постфольклорных форм — современной альбомной традиции.

Изучая современную альбомную словесность, исследователи обращаются к наиболее известным видам альбомов — девичьим альбомам, тетрадам малолетних преступников, блокнотам солдат срочной службы. Становление альбомов относится к концу XVIII — первому десятилетию XIX века, когда возникали новые контуры социальной жизни — кружки и салоны⁶. Альбом, таким образом, функционирует как средство самопрезентации

своего хозяина, организует коммуникацию и служит мемориальным целям, сохраняя информацию «на память». Повторяя альбомную форму, страницы «Контакта» в полной мере содействуют самопрезентации, творчеству и коммуникации владельца, но в силу медийной специфики нового носителя — не бумага, а текст на экране — возвращаться к ним как постоянному архиву, думаю, невозможно.

Жанровый состав страниц ВКонтакте.ру включает альбомную лирику, дидактическую поэзию, эротическую поэзию, афористику, гадалки, анкеты. Эти тексты переходят из одной среды — среды офлайн-взаимодействий — в другую, онлайн-овую, сохраняя семантику и стилистику городского фольклора. К праздникам общим или личным распространяются, например, тексты пожеланий:

(Электронный документ, проверен 20 мая 2010 года)

С днем Студента!

Студенческая дивная, веселая пора

Не позабудется тобою никогда.

Свободный гражданин, еще не взрослый,

Еще не мучают житейские вопросы.

Не очень далеко уплыть успело детство,

А зрелость мудрая уж ходит по соседству.

Прощайся с играми, встречай большую жизнь

И в ней, пожалуйста, смотри, не отступись!!!!!!!!!!!!

(Электронный документ, проверен 20 мая 2010 года)

Ниночка, с Днем влюбленных тебя поздравляю,

И хочу, чтоб в дороге твоей

Ни конца не сыскалось, ни края

Для счастливых и радостных дней.

Чтоб любовная лодка не знала

Ни штормов, ни поломок, ни гроз,

И надежда-штурвал управляла

Кораблем твоей жизни всерьез.

Особенностью пополнения персональной страницы в Контакте по сравнению с традиционными альбомами является расширение возможностей поиска и использования цитат, афоризмов, стихов. Содержательные компоненты традиционных альбомов всегда тиражировались, сегодня же информационные технологии позволяют индустриализировать процесс цитирования. Поэтому нестандартность онлайн-овых страниц как способа самопрезентации может проявляться в цитатах из речи каких-либо людей, известных только группе

участников коммуникации. В этом случае, например, студенты цитируют преподавателей, декана, друзей. Человек, самостоятельно выделивший афоризм из речи знакомых, действует творчески, создает ауру единичного (по В. Беньямину) в общем потоке технического тиражирования.

Заслуживает исследовательского внимания проникновение в онлайн-новую коммуникацию магических писем. Характеризуя это явление, петербургский фольклорист А. А. Панченко пишет о существовании в городском обиходе святых писем и писем счастья, имеющих устойчивую нарративную модель и иницилирующих акт переписывания и рассылки определенного текста, который обладает магической силой⁷. Магические письма состоят из эпической части или рассказа о чуде и из предписаний получателю. Хождение таких писем, по мнению А. А. Панченко, отражает динамику национальной религиозности и соответствует социальной ситуации города с его анонимностью, массовостью, многообразием коммуникации⁸. Судя по всему, именно специфика коммуникации в онлайн-новых комьюнити — постоянное общение в группе и потенциальное общение с большим количеством людей — провоцирует круговорот магических писем. Тексты писем ограничиваются преимущественно любовно-эротической тематикой и включают элементы гадания.

(Электронный документ, проверен 20 мая 2010 года). Ужасная новость, завтра конец света. А мы с тобой одни в комнате, у тебя последняя возможность... Что ты со мной сделаешь?

1. Кинешь в меня табуреткой
2. Прижмешь к своей груди
3. Сбежишь, куда подальше
4. Поцелуешь взапас
5. Пошлешь на ...
6. Займешься со мной сексом
7. Поделись своими тайными желаниями
8. Станцуеть стриптиз
9. Выпьешь со мной последнюю бутылку пива
10. Разденешь меня глазами...

Ответ пришли мне, а текст разошли своим контактам и узнаешь много интересного! через 3 дня тебе кто-то признается в любви, тот, кто по - настоящему любит тебя!!! Если ты прервешь цепь, то ты будешь всегда неудачлив(а). Тот человек полюбит другую (ого). Итак, посылай это сообщение 15 людям как минимум. Жду ответа =)

(Электронный документ, проверен 9 февраля 2010 года). Попробуй сыграть в эту игру. Главное правило — не читай все сразу! Читай по строчке

и не дальше, Ок? Девушка, которая оставила эту игру в комментариях одного человека, написала, что у нее все совпало. У меня тоже кое-что совпало, остальное надо проверить =) СТРОГО выполняй все пункты. Попробуй, может, это покажется интересным. Короче, это займет 3 минуты. Тот, кто ей прислал это, сказал, что его желание исполнилось через 10 минут после того, как он все прочитал. Но не жульничай! Сначала найди ручку и бумагу. Когда ты будешь писать имена, выбирай их так, чтобы это были имена тех людей, которых ты знаешь, а также повинуйся своему первому инстинкту. Прокручивай вниз по строчке - не читай все подряд без остановки. Прокручивай текст ниже по строчке и шаг за шагом выполняй задание. Это займет всего пару минут! Поехали:

1. Сначала напиши в столбик числа от 1 до 11.
2. Потом, напротив 1 и 2 напиши любые два числа.
3. Напротив 3 и 7 напиши имена противоположного пола. (Не смотри дальше, если не дописал, а то все будет неверно.)
4. Напиши любые имена (например друзей или членов семьи) в 4, 5 и 6-м номере. (Не мухлой, а то потом будешь рвать на себе волосы.)
5. Напиши четыре названия песен в 8, 9, 10 и 11 (не мухлой, а делай все шаг за шагом!)
6. И, наконец, загадай желание!
А теперь ключ для игры...
1. Ты должен рассказать об этой игре столько людям, какое число написал рядом с номером 2.
2. Человек под номером 3 — это тот, кого любишь.
3. Человек под номером 7 — это тот, который нравится, но с которым ты все никак не можешь оказаться рядом.
4. Больше всего ты заботаешься о человеке под номером 4.
5. Человек под номером 5 знает тебя очень хорошо.
6. Человек под номером 6 — это твоя «звезда удачи».
7. Песня номер 8 ассоциируется с человеком под номером 3.
8. Песня номер 9 — песня, которая относится к человеку под номером 7.
9. Десятый пункт — это песня, которая говорит о твоих мыслях, о тебе самом.
10. И 11 песня показывает твоё отношение к жизни.
11. Что означает число под номером один — никто не знает, но что-то оно для Тебя значит, раз Ты его написал.
12. Пошли это 20 людям не позже, чем через час, после прочтения. Если ты это сделаешь, желание исполнится, а нет - не выполнится. Се-

годня в полночь твоя любимая половина поймет, насколько сильно тебя любит. Что-то хорошее произойдет с тобой завтра в 13:00–16:00ч. Это может произойти где и как угодно: через электронную почту, вне работы и т. д. Будь готов к самому большому шоку в жизни.

Магический акт переписывания в онлайновой коммуникации упрощен до технического копирования и рассылки. Тем не менее эти письма имеют хождение в пространстве «Контакта». Поэтому стоит задуматься о стереотипе «человек, взаимодействующий с техникой, рационален». Скорее, можно говорить о новых магических вещах и «кибершаманизме».

Компьютерные технологии дают участникам коммуникации принципиально иные по сравнению с письменной альбомной традицией возможности оперирования изображением и звуком. ВКонтакте как метаморфоза альбома использует не тексты песен, что было характерно для альбомов прошлого, а аудиозаписи. Значительной аттрактивной силой обладают видеосюжеты, доступные для просмотра со страниц ВКонтакте.

Сетевая жизнь под ликом аватара

Аватар, или графическое представление пользователя социальной сети, действует как наиболее направленная попытка самопрезентации. Типичные аватары ВКонтакте — это фотографии владельца страницы одного или с друзьями, некоторые выбирают фотографии предметов или животных, встречаются также рисунки и графические проекты, сочетающие фотографию и рисунок. В сущности, это изображение замещает тело человека в виртуальном пространстве. Когда пользователи ищут друг друга, они видят аватар, когда отправляют друг другу сообщения, пишут комментарии, изображение-аватар располагается рядом с текстом.

Аватар неоднократно привлекал внимание аналитиков компьютерно-опосредованной коммуникации¹⁹. Обсуждались вопросы эффективного конструирования идентичности с помощью выбора аватара. Эти дебаты отражают сомнения по поводу онлайновой социализации, в процессе которой человек свободней формирует образ себя по сравнению с взаимодействием лицом к лицу. Тем более, что с появлением цифровой фотографии возрастает власть над процессом редактирования. То, что когда-то требовало профессиональных знаний и умений, может быть сделано любым владельцем компьютера и программы фоторедактирования. Чтобы полностью оценить потенциальную силу фотографий, действующих как форма самопрезентации, мы должны помнить, что переход от аналоговой к цифровой фотографии перефокусирует способ нашего обыденного понимания фотографии: сравните «снять кого-то на пленку» и «сделать изображение».

Идентичности, построенные с цифровым фото в онлайн-пространстве, могут быть гораздо более динамичны, чем это было в условиях использования аналоговой фотографии — компьютерная технология максимально облегчает процесс замены одного своего образа на другой. По новой «культуре аватаров» можно судить о том, каким образом цифровая технология инициирует настроение игры с фотографией, перенося акцент в ее использовании с традиционного сохранения памяти.

Персональные страницы участников социальных сетей могут быть осмыслены как визуально привлекательные формы, которые английский антрополог, анализирующий сетевое общение, назвал «ловушками». Метафора «ловушка» Д. Миллера¹⁰ в полной мере отражает работу аватаров, используемых участниками «Контакта»: изображения способны захватить внимание, сложные и замысловатые образы заманивают в ловушку сознание наблюдателя, эстетические формы очаровывают. Концепт «ловушка» чрезвычайно эвристичен при рассмотрении развития Интернета, в частности, при изучении коммуникации в социальных сетях (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.). Рассчитывая на цепкость своих «ловушек», владельцы персональных страниц прибегают к разным творческим действиям — подчеркивают свою сексуальность (причем это встречается у представителей и женского, и мужского пола) или моделируют нетривиальный образ себя.

Однако, несмотря на возможность «изобретать» себя через манипуляцию цифровыми изображениями, степень конструктивистского способа самопрезентации ограничена, так как взаимодействия ВКонтакте строятся на основе реальных знакомств. В отличие от некоторых анонимных онлайн-сообществ, ВКонтакте не сказочная страна для ненормативного поведения, поэтому аватары, представленные на персональной странице, имеют связь с реальной идентичностью участника общения, хотя положительные черты могут подчеркиваться, а недостатки опускаться.

Заключение

В данной статье предпринималась попытка этнографического описания социальной сети ВКонтакте.ru. Показ и обсуждение особенностей персональных страниц этого сайта раскрывает то, что представляет собой опыт современной компьютерно-опосредованной коммуникации. Считаю важным подчеркнуть, что количественные данные социологических исследований снабжают нас информацией о мере представленности онлайн-общения. А это лишь часть необходимой социологу информации. Например, данные ВЦИОМ свидетельствуют, что на осень 2009 года аудитория Интернета составляла примерно одну треть россиян (32%), чаще всего Интернет служит

для расширения кругозора (41%) и для общения (38%)¹¹. Ограничения стигматизации состоят в «невидимости» для такого рода метода конкретных действий, из которых состоит онлайн-общение. Социальные формы языка, на котором общаются, способы самопрезентации и их социальная обусловленность, ритуалы, маски, игры участников коммуникации — все это оставалось бы за «кадром» академического внимания, если бы не этнографические методы.

Делая выводы о компьютерно-опосредованной коммуникации ВКонтакте, акцентирую важность видения социальной обусловленности этого явления. Реальное и виртуальное не являются взаимоисключающими пространствами, скорее, особенности социальных обстоятельств реальной жизни влияют на выстраивание онлайн-коммуникации (например, на эксперименты с возрастом, полом в анонимных сообществах или, наоборот, на практике, соответствующие возрасту и полу в персонализированных комьюнити). Соединение языков, визуального и вербального, в сочетании с асинхронным характером общения позволяет конструировать свой образ более тщательно, чем при взаимодействии «лицом к лицу», и именно поэтому процесс поддержания персональной страницы выступает способом социальной активности для выхода в мир. Привлекательность персональной страницы складывается как за счет визуальных эффектов, так и формируется комментариями, заметками, надписями на «стене». В этом случае управление впечатлениями происходит за счет демонстрации своей социальной востребованности: вы тот, чьим мнением интересуются, чьи заметки читают и комментируют. Роль визитки ВКонтакте играет имя, которое многие пользователи разрабатывают и неоднократно меняют, добавляя эмоционально-экспрессивную лексику, нестандартное орфографическое написание.

Компьютерное продолжение взаимодействий человека изменяет его действия в реальном мире, создаются симбиозы ритуалов и групп, укорененных и офф- и онлайн. Перед исследователями сегодня встают разнообразные методологические вопросы, один из которых — как осмыслить границы онлайн-среды и ее влияние на нашу повседневность?

¹ ВКонтакте — это один из вариантов популярных социальных онлайн-сообществ. Например, широко распространен в англоязычных странах Facebook, в Болгарии есть Netlog. Начало такого рода организаций связано с онлайн-общением в университетских кампусах.

² См., например, Hine, C. *Virtual Ethnography* / Hine C. — London: Sage, 2000; Leander, K.M., Mckim, K.K. *Tracing the Everyday “Sittings” of Adolescents on the Internet: A Strategic Adaptation of Ethnography Across Online and Offline*

Spaces / Leander K.M., Mckim K.K. // Education, Communication & Information. 2003. 3(2). P. 211–240.

³ Википедия. — <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

⁴ «Стаматологович» — здесь сохранена орфография профиля ВКонтакте.

⁵ Неклюдов С. Ю. Фольклор современного города / Неклюдов С. Ю. // Современный городской фольклор. — М.: Российск. гос. гуманит. ун-т. 2003. С. 11–13.

⁶ Калашникова, М. В. Современная альбомная традиция / Калашникова М. В. // Современный городской фольклор. — М. : Российск. гос. гуманит. ун-т. 2003. — С. 599.

⁷ Панченко, А. А. Магические письма / Панченко А. А. // Современный городской фольклор. — М.: Российск. гос. гуманит. ун-т. 2003. С. 620–633.

⁸ Там же. С. 628.

⁹ Williams, M. Avatar watching: participant observation in graphical online environments / Matthew Williams // Qualitative Research. 2007. Vol. 7 (1). P. 5–24; ?

¹⁰ Miller, D. The Fame of Trinis: Websites as Traps / Daniel Miller // Journal of Material Culture. 2000. Vol. 5. P. 5–24.

¹¹ Зачем россиянам Интернет? http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/12441.html?no_cache=1&chash=9d17460dfc



**НАБЛЮДЕНИЯ
НАД
ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ
ПРОЦЕССАМИ**

РЕЖИССУРА КАК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КАРКАС ФИЛЬМА

*Значительность художника измеряется количеством
новых знаков, которые он введет в пластический язык.*

Анри Матисс

*Настоящее кино — это образ никогда
не виданного мною предмета.*

Фернан Леже

Главная идея

В последние пять лет в кинематографе, в частности в сфере образования, наблюдается интересное явление. Режиссура, как основная составляющая кинотворчества, как прикладная дисциплина кинематографа, как теоретическое и практическое знание, которое можно и должно передавать ученикам, во многом утратила свое понятийное значение. Происходит это в большей степени из-за того, что число аудиовизуальных кинематографических приемов настолько возросло, что их изучение, освоение или хотя бы представление о них занимает большую часть энергии режиссеров. Колоссальная палитра и все хочется попробовать. Все интересно и, главное, нет ничего невозможного. Азарт первооткрывателя и жажда приключений порой затмевают главную цель, ради которой и рождается художник — пробуждать в душах чувства, эмоции. Поэтому предлагаю дать «режиссуре» такое определение — ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КАРКАС ФИЛЬМА, и на конкретных примерах рассмотреть, что стоит за ним.

Экскурс в историю

Если собрать разные определения «режиссуры» как предмета изучения, то мы увидим самые замысловатые формулировки. Например: «Режиссура — область профессиональной и творческой деятельности, направленной на эстетическую и смысловую организацию фильма как образного целого» (цит. по «Энциклопедический кинословарь», М., «Советская энциклопедия», 1986 г.)¹. Л. В. Кулешов теоретически оформил и развил ту часть режиссерского творчества, которое основывалось на искусстве монтажа. Величайший практик и теоретик кино С. Эйзенштейн, которого недаром называют «крупнейшим мастером и теоретиком режиссерской композиции», писал, что «основа режиссерской деятельности — в

противоречиях вскрывать, выявлять и выстраивать образы и явления действительности». В. И. Пудовкин в теоретических работах и фильмах большое внимание уделял психологической образности актерской игры («Мать» (1929 г.), «Конец Санкт-Петербурга» (1927 г.) и звуку («Дезертир», 1929 г.)

С. Эйзенштейн, выступая в 1930 году в Париже, в Сорбонне, заявил: «Мы достигли величайшей задачи нашего искусства — снимать в кадрах абстрактные идеи, конкретизируя их тем или иным путем... Непосредственно в кадре или комбинации кадров мы ищем средство возбуждать эмоциональные реакции, рассчитанные заранее. Это движение эмоций будит мысль. От кадра к ощущению, от ощущения к тезису. Таков путь»². Таким образом, формулировался основной смысл профессии «кинорежиссер».

Надо отметить, что монтаж, как сильнейшее средство режиссуры, когда при сопоставлении двух кадров на экране понятно и эмоционально рождается нечто третье, напрямую не содержащееся ни в одном из кадров, российским (Советским) кинематографом был «заимствован» у Гриффита. Но «советская кинорежиссура», по словам Эрнеста Лингрена, члена Британской киноакадемии и Британского кинематографического общества, сообщила монтажу роль «продуманного руководства мыслями и ассоциациями зрителя»³. Гриффит был романтиком, советские кинематографисты — идеологами и пропагандистами, причем достаточно агрессивными. Именно поэтому их фильмы стали пользоваться за рубежом колоссальным успехом: «Броненосец Потемкин» (1925 г.), «Октябрь» (1928 г.), «Генеральная линия» (1929 г.) С. Эйзенштейна, «Потомок Чингисхана» (1928 г.) В. Пудовкина. Из-за своего эмоционального воздействия на публику некоторые из этих фильмов были запрещены для публичной демонстрации по политическим соображениям, в том числе и в Англии⁴. Именно тогда, во многом благодаря теоретическим работам С. Эйзенштейна и Л. Кулешова, режиссура начала складываться как дисциплина, которой можно обучить будущих кинематографистов.

Но Дэвид Гриффит («Нетерпимость», 1914 г.), «изобретатель» крупного плана, остается основоположником профессии кинорежиссер. Как пишет о нем Белла Балаш: «Выделяя из целого кадра детали, он дает нам возможность наблюдать вблизи атомы жизни, открывает нам самые сокровенные стороны деталей, которые сохраняют верность общему эмоциональному настроению (блестящая на щеке слеза медленно катится вниз...). Он заставляет наши глаза следовать от детали к детали, как предписано его монтажом (настроение). Такая последовательность дает режиссеру возможность определенным образом направлять внимание зрителей и не

только показывать фильм, но одновременно и интерпретировать...»⁵ образы, текст, слова героев и т. д. С этого момента в кино собственно и появляется РЕЖИССЕР.

Примеры применения режиссуры в кино

«Титаник» (реж. Дж. Камерон, 1997 г.). В свое время для меня стало открытием слова создателя фильма «Титаник» Джеймса Камерона о том, как он снимал свой фильм, который не только стал бестселлером 1997 г., но и получил «Оскара» за лучшую режиссуру. Для того чтобы найти нужную эмоциональную основу, Дж. Камерон организовал первую в мире голливудскую экспедицию на океанское дно. «По настоящему я постиг катастрофу лишь при втором погружении. До меня вдруг дошло: я нахожусь на палубе «Титаника». Время исчезло... Я буквально видел капитана Смита, прощавшегося с командой, а волна уже накрывала капитанский мостик. Видел и первого помощника Мердока, в те последние секунды прекрасно отдающего себе отчет в том, что он не успевает изменить курс корабля... Когда я вернулся на «Келдыш» после того погружения, чувства переполняли меня. Я досканально изучил все нюансы катастрофы, а сейчас побывал на борту, и чувства переполняли меня. Я рыдал при мысли о невинных жертвах. В ту ночь я понял, что и проект фильма обречен на провал, коль скоро мне не удастся донести до зрителя пережитого мною»⁶.

И дальше режиссер рассказывает о том, как он психологически выстраивает свой фильм, выявляя некоторые закономерности в восприятии тех или иных образов, вынятные представителям самых разных культур, национальностей, социальных групп: «Гибель 1500 человек — понятие абстрактное. Наши сердца не способны постичь его столь же глубоко, сколько постигает разум. Для того чтобы зрители пропустили трагедию «Титаника» через свои сердца, я счел необходимым сконструировать некую эмоциональную ловушку в лице двух центральных персонажей, к которым привязывается зритель...». И еще: «Если мы, зрители, сумеем полюбить Джека (Ди Каприо) и Роз (Кейт Уинслет), как они полюбили друг друга, то рано или поздно наш взгляд обратится на то, что происходит за их спинами... Круг замыкается. Фильм о «Титанике», превращенный в историю любви, возникшей на «Титанике», обратиться к главному — эмоциональной правде о «Титанике». Испытав подлинный страх, горечь потери и боль Джека и Роз, мы, наконец, сможем понять и остальных 1500 пассажиров».

Я собственными глазами на премьере фильма видела результат и как очень благодарный и послушный зритель испытала его на себе. Зрители, и я в том числе, начали рыдать в зале задолго до начала самой трагедии, сразу после того, как

«привыкли» к главным героям. Мы ЗНАЛИ, чем все это кончится, и были информационно подготовлены к концовке. На нашей информационной подготовленности был выстроен психологический катарсис, а кинозрелищность самой трагедии превзошла все ожидания и была неожиданностью даже для самых «насмотренных» и искушенных в кино зрителей. «Определенная, минимальная степень успеха — или понимания — обязательная материальная предпосылка создания фильма. Парадокс заключается в том, что понимающая публика должна существовать ЕЩЕ ДО ТОГО, как создано произведение, поскольку его успех обусловлен лишь пониманием, обеспеченным заранее»⁷.

Я хочу привести в качестве примеров эпизоды из фильмов, которые я обычно показываю своим студентам из МГППУ, говоря о кинорежиссуре как о творческой профессии и об определенном виде знания. Каждый эпизод демонстрирует то, как режиссер облачает свой «эмоциональный каркас» в зрелищную оболочку, используя самые разные технические приемы и виды кинематографического творчества.

«Люди в черном» (реж. Барри Зонненфельд, 1997 г.). Здесь хотелось бы обратить внимание на режиссерски грамотно выстроенный конец фильма. Технический прием — использование компьютерной трехмерной анимации. Философская притча о том, что Вселенная бесконечна и в ней «размер не имеет значения», превращается в анекдот. Камера взмывает вверх, к звездам, там, внизу, наша Земля, Солнце, Галактика... и огромный осьминог, зажимая эту Галактику в щупальце, кидает ее в мешочек, уже наполненный ей подобными. Причем такая концовка была подготовлена сюжетом фильма, где главные герои ищут затерявшуюся на Земле именно такую, крошечную, шарикообразную Галактику.

«Пираты Карибского моря. Проклятие «Черной жемчужины» (реж. Гор Вербински, 2003 г.). Первая встреча с главным героем Джеком Воробьем (Джонни Депп). Здесь продемонстрирована так называемая «актерская» режиссура. С первых кадров задаются психологические характеристики героя, обозначаются его пристрастия, привычки, род занятий, темперамент и... во многом определяются дальнейшие поступки. Джек Воробей сходит на берег с тонущей парусной шлюпки, которая медленно уходит под воду. Эпизод по своей природе сделан как музыкальный клип или рекламный одноминутный ролик. Интересно то, что в самом начале фильма режиссер предложил зрителю кульминационное раскрытие характера персонажа.

«Терминатор-2. Судный день» (реж. Дж. Камерон, 1991 г.). При помощи компьютерной графики и анимации режиссер делит мир на реальный, который существует в настоящем времени, и фантастический мир будущего, где победили роботы. Терминатор из биометалла (Роберт Патрик) поднимается прямо из кафельного пола и принимает образ полицейского. Преследуя свои жертвы, он проходит через железную решетку, но пистолет в его руке (предмет реального мира), задевает за решетку и застревает. Секундная заминка, удивление на лице робота, который продвигает пистолет между прутьями — эмоциональный всплеск в зрительном зале... По природе своей — это гэг. В Голливуде существуют отдельные цехи профессионалов-писателей, которые создают «гэги» — неожиданные очень короткие смешные эпизоды для различных фильмов.

«Завет» (реж. Э. Кустурица, 2007 г.). Шестнадцатилетний мальчик наблюдает в перископ за купающейся женщиной. В этой же комнате его дед смотрит телевизор, и, вытирая слезы от бьющего через край патриотизма и гордости за победы советских спортсменов, стоит смиренно под гимн Советского Союза. На экране черно-белого телевизора у советской спортсменки, занявшей первое место, текут слезы. Режиссер использует «полиэкранный», технический прием совмещения в одном кадре разных изображений — в телевизоре, в перископе, собственно в кадре. В результате зритель наблюдает пространственное совмещение стран и конфликты идеологий, поколений, политических пристрастий, а также ту обычную жизнь, которая повседневно окружает героев фильма.

«Великий Мерлин» (реж. Стив Баррон, 1998 г.). Встреча Великого Мерлина (Сэм Нил) и его любимой Нимуз (Изабелла Росселлини) через много-много лет. Они — глубокие старики. Но Мерлин творит последнее волшебство и возвращает влюбленным время. Режиссер при помощи спецэффекта, который называется «морфинг», не просто делает стариков молодыми, но возвращает их в молодость, в то состояние любви и счастья, в котором они были до разлуки. Великолепный кинообраз циклического времени и выход из него в вечность⁸.

Я специально обратилась к ярким элементам режиссуры в фильмах, относящихся к так называемому main stream. К этому направлению массовой культуры могут относиться фильмы режиссерски грамотно сделанные и режиссерски не сделанные вообще. С этой точки зрения «Броненосец Потемкин» С. Эйзенштейна и «Царь» П. Лунгина — типичные представители main stream.

Телевидение. «Улица Сезам» (1969 г.) и «Подсказки Блю» (Blue's Clues, 1996 г.). Все сказанное выше о «большом кино» в качестве режиссуры в той же мере присуще и телевидению. Просто для домашнего «малого» экрана существуют свои психологические приемы построения телезрелища и специфика воздействия на зрителей разных возрастных категорий и социальных слоев. В США подобными психологическими аспектами построения телепередач, их рейтингами и назначениями стали серьезно заниматься в середине 50-ых годов. Приведу лишь два очень характерных примера построения успеха детских передач «Улица Сезам» (первый выход в эфир в США в 1969 году, куплена в России и завоевала всего за несколько месяцев любовь и внимание подавляющего большинства наших дошкольников в 1991 г.) и «Подсказки Блю» (Blue's Clues, 1996 г.). Подробный рассказ об этих двух уникальных бестселлерах, созданных в США для борьбы с детской безграмотностью, можно найти в книге «Переломный момент» Малкольма Гладуэлла⁹.

Первое, на что обратила внимание телепродюсер Ганц Куни, задумывая телепередачу «граммотности» для детей дошкольного возраста, то есть от трех до пяти лет, было то, что для детей психологически значимы совсем другие моменты, чем для взрослых. Но Ганц Куни, Джеральд Лессер, психолог из Гарварда, Ллойд Моррисет из Фонда Маркля из Нью-Йорка решили попробовать. И они обнаружили, что посредством небольшого, но очень важного изменения в подаче материала дошкольникам можно преодолеть слабость телевидения как образовательного инструмента. Главная основополагающая идея, которая легла в основу «Улицы Сезам» — если ты сможешь удерживать внимание детей, ты сможешь их обучать. Отсюда основные принципы построения этой телепередачи, обязательные для режиссеров, которые делали сюжеты (исследования Д. Андерсона из университета штата Массачусетс).

1. Дети предпочитают короткие законченные истории.

2. Они не любят, когда их «зомбируют», то есть стимулируют внимание яркими красками на экране, резкими движениями актеров, мельтешением и немотивированным смехом, иносказаниями и назиданиями или когда на экране в эпизодах с куклами или с мультипликационными персонажами возникают реальные взрослые актеры.

3. Дети смотрят на телеэкран, не отключаясь от внешнего мира. То есть с экрана считывается только та информация, которая способна конкурировать с реальными событиями в комнате, та, которая в конкурентной борьбе с внешним миром может удержать внимание ребенка.

Не вдаваясь в детали, хочу лишь привести собственный эксперимент, поставленный мной в 1 классе общеобразовательной школы №535 г. Москвы в 2008 году. Я была уверена, что «Улица Сезам» достаточно подзабы-

та новым молодым поколением, что на смену отработанным, но старым приемам пришли новые психологические наработки нашего телевидения и достаточно популярные мультипликационные обучающие программы, например «КОАПП» (производство Т/о «Экран», ГУП «Союзмультфильм», 1984–1990 гг., «Крупный план», 2006 г.), которая тогда, в 2006 г., демонстрировалась в прайм-тайм. В классе было 26 человек. На вопрос, кто смотрит или смотрел «Улицу Сезам» подняли руки 26 человек. Когда зазвучала вступительная песенка из «Улицы Сезам», класс спел ее хором до конца. После просмотра этих двух передач только один ребенок и учительница захотели приобрести DVD-диск нашей российской телепередачи «КОАПП».

«Подсказки Блю» (Blue's Clues, 1996 г.) моложе «Улицы Сезам» на 20 лет. Ее создатели, три молодых продюсера из компании Nickelodeon Network в Манхэттене Тодд Кесслер, Анджела Сантомеро, бывшие участники программы «Улица Сезам», и Дженнингз Брайант, исследователь в области педагогики из университета штата Алабама, решили превзойти «Улицу Сезам» по рейтингу и качеству работы с детской аудиторией. И они, учитывая психологические наработки последних 20 лет, стали использовать новые приемы работы с дошкольной аудиторией. Например, их программа длилась полчаса, а не час, но повторялась 5 (!) раз в неделю. В этой программе не было такого количества персонажей — лишь два главных героя — молодой парень-ведущий, очень подвижный, с удивленным, иногда наигранным непонимающим взглядом, и мультипликационная собачка (причем выполненная в технике рисованной двухмерной анимации) Блю, голубого цвета. Передача строилась на приеме интерактивности, который в современном телевидении возможен лишь условно, но даже в таком виде, как выяснилось, очень хорошо работает в детской аудитории. Вопросы задавались ведущим в камеру, в предполагаемый зрительный зал, непосредственно каждому зрителю. После вопроса — пауза, чтобы ребенок мог подумать и ВСЛУХ дать ответ героям передачи, своим «игровым» педагогам. Все, что происходит в этой программе, должно пониматься ребенком буквально. Если герой — ведро или книжный шкаф, то они так и называются. Никаких аллегорий и сложных построений, никакого мельтишенья и беготни на экране. С ребенком ведется взрослый разговор на равных, вместе с ребенком ведущий и собачка отгадывают загадки, одновременно совершая совместное увлекательное путешествие по сказочным мирам знакомых книг или ситуаций. «Подсказки Блю» всего за несколько месяцев обогнали по всем рейтингам «Улицу Сезам». В России этой передачи нет, как нет и ничего подобного ей. Даже ролик в Интернете не переведен на русский язык. Я навязчиво показы-

ваю студентам из МГППУ добытый мною в Интернете 20-минутный ролик, и со стороны будущих режиссеров и педагогов встречаю полное непонимание не только восторга, но и вообще возможности существования на телевидении такого бреда с заторможенным ведущим, который смотрит в камеру выпученными глазами.

Эти два примера очень характерны для той ситуации, которая сегодня сложилась у нас не только в большом кино, но и на телевидении. Мы не умеем и не хотим научиться пользоваться приемами режиссуры в разных областях кинематографа, включая телевидение, как экранное зрелище и средство массового культурного обучения аудитории. Большинство российских продюсеров считает, что «успешной» и «массовой» может стать только развлекательная программа или сенсационный скандал. У нас нет психологической службы, которая бы работала совместно с кинематографистами или телевизионщиками. Нам легче закупать уже созданные и давно прошедшие в эфире зарубежные программы и бестселлеры в кино. Но даже покупая и адаптируя под российскую публику рейтинговые зарубежные программы, работники кино- и телеиндустрии не дают себе труда понять природу их успеха.

Философия эмоций

Примеры отдельных удачно режиссерски выстроенных фрагментов из самых разных фильмов разбросаны по всему кинематографу. Их технические, «конструктивные» приемы построения, видоизменяясь, переходят из фильма в фильм, чаще всего неосознанно, в виде кинематографических реминисценций. В кинематографе, естественно, как и в любом искусстве, можно выделить творцов-гениев, создающих свой, неповторимый в единстве образов язык, который потом определяет направления и школы.

Андрей Арсеньевич Тарковский — яркий представитель российского режиссерского кинематографа. У него есть излюбленные приемы, созданные и свойственные только его фильмам. Они медитативны по сути и очень личностны по эмоциональному содержанию. Вода, в разных ипостасях и формах: дождь, который льется сверху вниз и снизу вверх; река, медленно текущая и изменяющая предметы; водоросли в воде; снег, подобно дождю, падающий через купол храма; ветер, шевелящий траву и кроны деревьев... У Тарковского понятия превращаются в символы, в некие иероглифы судьбы. Но при просмотре фильма настоящего мастера насмотренный зритель всегда встречает массу реминисценций. Например, сложно как-то соотнести «Андалузского пса» (1929 г., С. Дали, Л. Бунюэль) и «Андрея Рублева» (1966 г., А. Тарковский). Тем не менее зрителю для создания определенного эмо-

ционального настроения предлагаются практически идентичные физиологические эпизоды: В «Андалузском псе» из кожи вылезают любимые муравьи Дали, а прохожий увлеченно ковыряет тросточкой отрубленную кисть; у Тарковского Феофан Грек сидит в муравейнике, а несмышленный ученик Рублева в лесу палочкой ковыряет полуразложившуюся птицу.

Еще один очень яркий пример режиссерского кинематографа. Режиссер так называемого научно-популярного кино Владимир Кобрин, играя предметами нашей повседневной жизни, создает свой необычный, эмоциональный, понятный кинематографический язык. У Кобрин символичны предметы и их сочетания, символичен ритм повествования, даже движение предметов и героев в кадре срежиссировано для вполне конкретного эмоционального восприятия фильма. Ингмар Бергман, Луис Бунюэль, Микеланджело Антониони, Федерико Феллини — творцы новых образных аудиовизуальных форм, нового языка и нового восприятия кинематографа. Их режиссерские приемы стали классикой, которой обучают студентов в ВУЗах, которую надо знать, чтобы, переосмысливая достижения предшественников, творить новые формы кинообразов.

Рождение новой режиссуры XXI века

Фильмы «Аватар» режиссера Дж. Камерона (2009 г.) и «Алиса в стране чудес» режиссера Тима Бэртона (2010 г.) ознаменовали появление новой кинематографической, аудиовизуальной эстетики в технологии 3D. Эти фильмы не просто продолжили традиции стереоскопического кино, которое всегда существовало вместе с традиционным кинематографом, они совершили ту революцию, после которой в кинематографе 3D стало возможным появление особой режиссуры зрелища, свойственной только этому виду киноискусства. Оба фильма сделаны в жанре «фэнтези» и сняты в технологии IMAX для демонстрации в кинотеатрах IMAX.

Можно сказать, что «Аватар» — обыкновенный фантастический боевик, сделанный в новой технологии. Но если знать эстетику «анимэ» и иметь представление о лучших фильмах мастера этого жанра Хаяо Миядзакэ («Принцесса Мононоки», 1997, «Унесенная призраками», 2001 г., «Ходячий замок», 2001 г.), то можно увидеть прямые параллели в изображении и в философском подходе. «Аватар» по режиссерскому замыслу Камерона не просто очередной «блокбастер», но яркий пример межкультурной коммуникации в кинематографе. Потому что эмоционально-зрелищная отсылка к культуре Японии придает этому фильму необычное философское осмысление.

В «Алисе в стране чудес» Тима Бертон, благодаря специфике стереоизображения, обыгрывается чисто зрелищный прием показа двух миров —

реального и сказочного, причем реальный мир деформирован так, что именно он кажется менее естественным и более уродливым, чем «сумасшедший» мир кроличьей норы. И эти нарушения пропорций, то есть создание именно такого деформированного реального мира, стали возможны лишь в технологии современного 3D-кинематографа. Потому что режиссеры, наконец, получили такую технику передачи аудиовизуальных образов, которая не мешает, а помогает зрителям воспринимать их художественные и эмоциональные изыскания в киноизображении. И что самое интересно, практически все зрители, смотревшие эти фильмы в кинотеатрах IMAX, утверждают, что больше никогда не пойдут в обычный кинотеатр смотреть фильмы, снятые в этом формате. Потому что техническое несовершенство обычных кинотеатров, частично оборудованных для демонстрации 3D-фильмов, губит ту зрелищность, которая заложена в режиссуру фильмов IMAX 3D, зрелищность, которая сегодня становится новым режиссерским приемом. Например, Чеширский Кот, виртуозно созданный в 3D-анимации, благодаря стереоизображению в буквальном смысле слова катается перед глазами зрителей, излучая чудный свет с каждой своей шерстинки и вызывая чувственные эмоции, по крайней мере у всех любителей кошек. И зал неизменно реагирует громким восторженным возгласом.

Практическое применение и некоторые выводы

Сегодня в кинематографе мы наблюдаем любопытное явление — рождение нового жанра — мультимедийный фильм. Небольшая терминологическая справка. «Словарь терминов телевидения и радиовещания», составленный в 1999 г. В. А. Хлебородовым и П. П. Олефиренко, дает определение новому слову *media* (в том числе) как «аудиовизуальная среда»¹⁰.

Специальность «Режиссура мультимедийных программ (071102)» появилась в кинематографических ВУЗах России, таких как СПбГУКИТ, ВГИК, МГППУ (факультет «Информационных технологий»), Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М. А. Литовчина в 2005 г. Значит режиссеры мультимедийных программ (и фильмов) уже существуют!? Но ни на одном фестивале пока нет отдельной номинации «Мультимедийный фильм». Более того, до сих пор нет четкого определения и ясности, чем же режиссер мультимедиа отличается от обычного режиссера-документалиста или режиссера игрового кино. В 2004 г. СПбГУКИТ издает учебное пособие «Основы режиссуры мультимедиа-программ» авторов Н. И. Дворко и А. Е. Каурых, которое мало чем может помочь в прояснении этого вопроса. Тем не менее, и это я утверждаю из личного опыта, последние три-четыре года отборочные комиссии фестивалей документального кино сталкиваются с определенными слож-

ностями при отборе и классификации фильмов. Можно ли считать фильм «документальным», если в нем не просто присутствуют в виде спецэффектов, но составляют его «эмоциональную» и зрелищную основу фрагменты компьютерной графики и анимации, мультипликация, игровые сцены, хроникальные и инсценированные сюжеты? Если ответ утвердительный, то какой смысл тогда вкладывается в термин «документалистика»?

Элементы «мультимедиа» уже прочно заняли свое место в СМИ, в «мультимедийной» среде Интернета, в телепередачах всех видов и в информационных телефильмах. Но до сих пор нет ни одного четко заявленного мультимедийного фильма (в МГППУ в 2010 году дипломная работа студента 5 курса факультета «Информационных технологий» Алексея Куланина — фильм «Имя ей — Волга» — заявлен как мультимедийный), также как и нет четкого понимания, что же в нем делает режиссер. Поэтому сегодня необходимо разобраться и сформулировать, что такое в современном кинематографе «режиссура» и что должен делать при создании фильма (любого, и мультимедийного в том числе) режиссер.

Я думаю, что недопонимание в этом вопросе происходит от того, что забывается истинный смысл и назначение профессии «кинорежиссер» и понятия «режиссура». То есть, говоря о режиссуре, в основном вспоминают «классику» кинематографа, «авторское», «артхаусное» кино. Остаются без внимания серьезные кинокритиков и, что более обидно, педагогов кинематографических ВУЗов фильмы *main stream*, которые составляют большую часть так называемой «голливудской» продукции. Это обидно и лично мне совершенно непонятно, потому что *main stream* — не ругательство, а термин. Просто в фильмах «основного течения» есть четкое разделение на добро и зло, на врагов и друзей, на отрицательных и положительных героев и, как правило, присутствует традиционный американский *happy end* (счастливый конец).

Практические выводы

Определение режиссуры как эмоционального каркаса фильма, на мой взгляд, является более точным и на сегодняшний день универсальным в контексте современных тенденций в аудиовизуальном экранном искусстве. Мультимедиа, как аудиовизуальная среда, которая сегодня является основным художественным материалом молодых кинематографистов, сформировала в себе и из себя новый жанр кинематографа — мультимедийный фильм.

В работе сделана попытка на конкретных примерах показать, как режиссерски выстраиваются игровые фильмы. Показано, как эти же приемы

построения перенимает телевидение, как новые формы экранного искусства, в том числе компьютерные технологии и достижения в стереокино, преобразовывают само понятие «режиссер», сохраняя основной принцип построения художественного аудиовизуального произведения, но внося в него новые зрелищные, психологические, социальные и мировоззренческие аспекты.

¹ Энциклопедический кинословарь. М.: Советская энциклопедия, 1986.

² Б. Балаш. Дух фильма. М.: 1935. С. 93.

³ Э. Лингрен. Искусство кино. Введение в киноведение. М.: Иностранная литература, 1956. с. 13.

⁴ Э. Лингрен. Искусство кино. Введение в киноведение. М.: Иностранная литература. 1956. С. 91.

⁵ Б. Балаш. Кино. Становление и сущность нового искусства. М.: Прогресс. 1968. С. 47.

⁶ Титаник Джеймса Камерона. М.: Слово. 1997. С. 9.

⁷ Б. Балаш. Кино. Становление и сущность нового искусства. М.: Прогресс. 1968. С. 37.

⁸ Ж. Делез. Кино-2. Образ времени. Ад Маргинем. 2004.

⁹ М. Гладуэлл. Переломный момент. М. — СПб — Киев: Вильямс. 2006.

¹⁰ В. Хлебородов, П. Олефиренко. Словарь терминов телевидения и радиовещания. — Жуковский: Эра. 1999.

ЖАЖДА ПРОСТОТЫ: ИНТЕРНЕТ, КОМИКС-КИНЕМАТОГРАФ И POWERPOINT КАК ВОЗВРАЩЕНИЕ К КУЛЬТУРЕ ПЕТРОГЛИФОВ

Эссе

Вперед, ...в палеолит

Петроглифы — это своего рода протописьменность наших далеких предков, возникшая еще в эпоху палеолита. Не обладавшие систематичностью и структурированностью, петроглифы, тем не менее, передавали некий мессидж за счет примитивизированного символического изображения людей и животных (для российской пивной рекламы петроглифы были бы точно признаны противоправным изобразительным приемом).

Современные высокотехнологичные медийные ресурсы, такие как, например, Интернет или презентационная программа PowerPoint, по идее, должны были способствовать рафинированности и продвинутой человеческому общению. На деле же они все в большей степени ведут к наиболее архаичным формам коммуникации. А голливудский комикс-кинематограф, претендующий на то, чтобы стать единственной формой кинематографа, подпитывает Интернет своими незатейливыми темами и навязывает взрослым людям рамки мышления не умеющих читать и писать дошкольников. Вот так, мир глазами первобытных дикарей-малолеток. А как все хорошо начиналось!

Власть ракообразных

Шутки уровня «Путин — краб», «Онотоле — пыш, пыш», а также способные вызвать умиление старшей группы детсада интернет-персонажи типа Ктулху и Превед-Медведа — вот, собственно, и весь интеллектуальный выхлоп российского Интернета. Кроме того, в Интернете все больше и больше людей, для которых писать без орфографии и пунктуации — это не прикол такой, а просто по-другому они не умеют (чтобы убедиться в этом, достаточно зайти на форумы спортивных сайтов). Стебущихся падонкофф заменяют реальные подонки, у которых три зуба и одна извилина, да и та между ягодицами.

На рубеже девяностых и «нулевых», на пике стартовой волны роста российского инета, преобладала иллюзия, что в России Интернет станет эксклюзивной площадкой общения наиболее продвинутой части публики, форумом подлинно экспертного сообщества и инкубатором новой вер-

бальной культуры. Заявления типа «я телевизор не смотрю, я в Интернете» звучали гордо — как кредо, как символ новой веры.

По прошествии десяти лет интернет-аудитория постепенно сливается с телевизионной (просто люди смотрят Петросяна через Интернет в удобное для них время), основным аргументом в дискуссиях на интернет-форумах является универсальная формула «сам дурак», а что касается вербальной культуры в Интернете, так она практически умерла вовсе. Даже в таком ресурсе, как российский ЖЖ, который претендует на некую интеллектуальность, преобладает обмен картинками, визуальными приколами и фотожабами. Другие же массовые интернет-ресурсы — «Одноклассники» и «ВКонтакте» — это сплошное визуальное царство, где слово изреченное и напечатанное на клавиатуре — это не только ложь, но и никому не нужная дурь. На заре Интернета он виделся своим неопитам как место полной свободы информации и самовыражения. Мало кто видел проблему в том, что людям не нужно так много фрагментированной информации и они не знают, как распорядиться дарованной возможностью самовыражения. На самом деле во всех человеческих сообществах люди видят мир целно и через призму сложившихся клише. Не являются исключением и западные страны, формально провозглашающие свободу слова и разнообразие мнений как краеугольный камень своей цивилизации.

Среди таких клише западных людей можно отметить их веру в «свободу и объективность» своих СМИ (хотя по опыту войны в Югославии и Грузии известно, что если нужно соврать, то соврут и глазом не моргнут), представление о России как о стране, где произошла успешная гибридизация медведей с алкоголиками, рабочая гипотеза о том, что Иран интенсивно готовится совершить коллективное ядерное самоубийство и так далее. Есть, конечно, люди на Западе, которые с этими клише не соглашаются, но они автоматически попадают в разряд интеллектуальных маргиналов. А кому интересно мнение маргиналов?

Представление россиян об окружающем мире не только не менее, а, наверное, даже еще более клишировано. Кроме того, в силу полного отсутствия в России гражданского общества и культуры доверия, на сложившиеся стереотипы накладывается устойчивое убеждение, что все всем врут, все всех обманывают, и вообще никому на самом деле верить нельзя. Получается шизофреническая ситуация: с одной стороны, есть цельная картина мира (поговорите с любым «бомбилкой» или водителем на работе — они вам четко по полочкам разложат, как жизнь устроена), с другой стороны, грызет червь сомнения — опять, типа, нам наврали, обманули, запутали.

И вот человек идет в Интернет, дабы самому во всем разобраться. И что он там видит? Миллионы частных мнений. Часть из них является вза-

имоисключающими, а часть различается настолько нюансно, что это еще больше смазывает и запутывает картину. И верить, верить-то кому? Человек фрустрированный и дезориентированный оставляет свой коммент. В былые времена такие полные фрустрации и мировой скорби комменты оставляли на стенах общественных туалетов. Иногда писали даже собственными экскрементами. Сейчас же свой гнев и печаль можно излить в Интернете. В смысле обратной связи на представленную пеструю и фрагментированную картину миру современный Интернет представляет собой туалетную стену длиной с Великую Китайскую, где виртуальными фекалиями с той или иной степенью вариативности написано: «Вася — мудак».

Помимо обструкционных комментариев, защитной реакцией от обилия разнородной информации в Интернете является стремление свести всю пестроту и разнообразие смыслов к небольшому набору простых визуальных или элементарных вербальных символов – интернет-мемам. Интернет-мемы, по сути, те же петроглифы. В лаконичную ритуальную фразу (например, «йа криветко») или ритуальное изображение псевдототемного животного типа Ктулху вкладывается семантический смысл, понятный инсайдерам интернет-культуры. Также и охотники палеолита весь окружающий их пестрый мир могли расписать по категориям «бизон», «кабан», «олень». Хотя, возможно, за незатейливой визуализацией этих ветвисторогих и парнокопытных крылось нечто большее, чем мы видим сейчас. Может быть, для древнего изобретателя мемов это был не просто «бизон» или «кабан», а «бизонко» и «кабанко». Чувствуете разницу? Да и смешно же ведь как!

В интернет-форумах — местах, где окончательно погибает культура восприятия письменной речи, сейчас практически никто не может дочитать до конца сообщение оппонента и адекватно воспринять его смысл. Чтение обычно заканчивается на некоем символическом слове, по сути, меме, например, «Путин», «ментовская власть», «модернизация», «синее ведерко», «советский / антисоветский» и т. д. После чего начинается нереальное эмоциональное возбуждение (причем, мемы, на которых застопорилось дальнейшее чтение, могут восприниматься как с положительными, так и с отрицательными коннотациями) и грубый наезд на оппонента в вышеупомянутом «фекальном» стиле.

Аналогичная ситуация наблюдалась сто лет назад, когда полуграмотные пролетарии приобщались к массовой газетной культуре. Оконченные три класса церковно-приходской школы позволяли складывать буквы в слова, но были недостаточны для восприятия всех нюансов газетной статьи. Но оно было и не нужно. Дойдя до сигнальных слов-мемов, — «буржуй», «кровопийца», «эксплуатация трудящихся» — пролетарии начинали кипеть праведным гневом, а не-

дочитанной газете находилось применение, которое сейчас именуют «санитарно-гигиеническим» (иногда не находилось, если требовался расходный материал для написания краткой прокламации на стене заводского сортира).

Сейчас в интернет массово идут люди, у которых в прямом и переносном смысле три класса образования (компьютер, подключенный к интернету, становится в каждой российской семье таким же предметом мебели, каким раньше был телевизор). За нынешними ракообразными пойдут беспозвоночные, а потом и вовсе простейшие вроде инфузорий-туфелек и пилоток-кедиков.

Интернет-аудитория окончательно сольется с телевизионной. И сольются они на теме простоты. Только в телевизоре простота — это сознательная коммуникационная стратегия, направленная на повышение продаж в сфере коммерческой и формирование определенных предпочтений в сфере политической. В Интернете же простота — это результат спонтанного броуновского движения элементарных пользователей, ужаснувшихся сложности мира и бросившихся сводить его к первобытным символам.

Что же касается мнящих себя гуру интернет-снобов, то они по-прежнему тешатся иллюзией, что все передовое и продвинутое исходит исключительно от них, а лишь потом уже бросается с барского плеча простым смертным — типа нате, мол, донашивайте. Однако очень скоро они окажутся на так называемой «кухне» (аналог кухонным разговорам советской интеллигенции, не интересовавшим никого, кроме самой интеллигенции). Весь Интернет будет разделен на мейнстрим и «кухню», где кухонные горе-эксперты будут вариться в собственном соку, и к их мнению будут прислушиваться не более, чем сейчас прислушиваются к мнению всяких тихих чудиков вроде нумизматов или филателистов.

Искушение летающим сантехником: он придет и все исправит?

Комиксы в большинстве стран являются переходным этапом при обучении детей навыкам чтения. Визуальный ряд сопровождает минимум текста уровня «бум!» и «бац!», что позволяет дошкольникам, поставив этот элементарный вербальный мессидж в контекст динамично разворачивающегося изображения, легче овладеть навыками складывания в слова букв алфавита. В США же комиксы — это особая культура, где основной целевой аудиторией являются не дети, а взрослые. Оставим за скобками морализаторство, что взрослым людям нравится то, что, по идее, должно перестать нравиться уже к третьему-четвертому классу школы. Культура — это всегда

вещь в себе, и в любой культуре есть вещи, которые кажутся абсурдными представителям других культур. Главным является то, что в рамках культуры комиксов письменная речь и вербальная культура в целом приносятся в жертву примитивизированной визуальной коммуникации, по сути дела, современным петроглифам. А голливудский комикс-кинематограф — фильмы, снятые по сюжетам комиксов (все эти бэтмены, супермены и железные человеки), является по сути второй производной от изначального примитивизма, дистиллятом дебиловатой «наскальной живописи», служащей инструментом прямолинейной ценностной коммуникации.

Но, оказывается, возможна еще и третья производная общей интеллектуальной деградации в рамках цепочки: комикс — голливудское кино — Интернет. Речь идет о комиксе «Человек-Грызлов», бывшего относительно недавно хитом российского Интернета. От американского комикса — к голливудскому блокбастеру, а затем и к российской интернет-версии палеолитического наскального повествования о мужестве на охоте и попрании злых духов (Человек-Грызлов, завинчивающий вентиль газопровода и сокрушающий Черного Олигарха). На подходе, видимо, аналогичная комикс-серия про Медведа в высокотехнологичном костюме «железного человека», пролетающего на форсаже над Сколково и в упоении все фоткающего на iPhone 4. Модернизация как-никак на повестке дня!

Могучая точка — все под контролем!

Презентационная программа PowerPoint корпорации Microsoft, условно, обладает рядом неоспоримых достоинств. Прежде всего это максимально удобная форма для представления любого лекционно-информационного материала. Времена, когда шуршали пожелтевшими листками лекций / докладов и писали мелом на доске, безвозвратно ушли в прошлое. Но в PowerPoint есть одна ловушка — он дает иллюзию контроля над множеством разрозненных данных за счет максимально упрощенной подачи материала в виде картинок, стрелочек и схем (утвердившимся правилом хорошего тона в PowerPoint-презентациях является минимум текста и максимум визуализации). Вместо иллюстрации к излагаемой информации, PowerPoint-презентация становится, по сути, ее единственным носителем, причем носителем, со всей неизбежностью эту информацию примитивизирующим и искажающим (ну нельзя физически все загнать в схемочки и стрелки — у любой визуализации есть границы точности передачи материала). Причем в PowerPoint всегда есть искушение пожертвовать контекстом, нюансами и сложившейся неоднозначной картиной происходящего ради красивой и убедительно выглядящей схемы. В результате мы получаем тот же петроглиф. И

на основании этих петроглифов сейчас принимаются все основные бизнес-решения! Кроме того, чем выше уровень принятия решений, тем меньше читают. «Наверху» более 10 слайдов в PowerPoint обычно предпочитают не читать. А что можно уместить на 10 слайдах, если это, например, было сложное межстрановое исследование, покрывающее пять рынков? Люди, принимающие важные бизнес-решения, барственно смотрят на слайды, отмечают красоту визуализации (или, наоборот, ее отсутствие) и, если представленная схемка совпадает с клише, сидящими в их голове, легким кивком дают понять, что «ничего, покатит».

Первыми забили тревогу не в бизнесе, а в Пентагоне. Весной этого года Роберт Гейтс, министр обороны США, издал распоряжение, согласно которому американским офицерам и генералам запрещено принимать важные решения на основе PowerPoint-презентаций.

Ситуация в вооруженных силах США, видимо, действительно стала критической, поскольку офицеры и генералы, вместо того чтобы заниматься боевой подготовкой в вверенных им частях, и день, и ночь строчат презентации в PowerPoint, оттачивая свои дизайнерские навыки в ущерб тактическим и стратегическим. Апофеозом стал слайд в PowerPoint, отражающий стратегию США в Ираке и Афганистане. Впоследствии он был назван журналистами «тарелкой со спагетти». На одном слайде было более ста стрелочек, образующих сплошную слипшуюся массу. Соответственно, сделать из него какие-либо внятные выводы вообще не представлялось возможным.

PowerPoint совершенно не предназначен для этого, чтобы эффективно анализировать сложную и полную нюансов этно-конфессиональную и племенную структуру Ирака и Афганистана. Максимум, на что он способен, — это расписать простенький SWOT-анализ (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы). Чтобы понять сложный контекст, нужно много читать и много думать, тщательно вникая во все возможные нюансы. Скользя же беглым взглядом по красивой / некрасивой картинке, этого, увы, никогда не достичь.

Если уже спохватились военные, то рано или поздно спохватятся и в бизнесе. Пока же там все еще правит бал петроглиф. Причем мало кто дает себе отчет в том, что жарить мясо на костре и писать презентацию в PowerPoint — это одного корня первобытные практики.

В простоте и в обиде

Современный мир являет собой коллизию двух противоположных тенденций. С одной стороны, происходит глобализация современных ком-

муникационных технологий, ведущих по всему миру к вытеснению культуры письменной речи культурой незатейливых имиджей и символов — «мемов-петроглифов». С другой стороны, происходит обособление в рамках отдельных цивилизаций, каждая из которых жестко цепляется за свои традиции и ценности. Причем локализации подвергаются такие глобальные вещи, как Интернет. Уже сейчас можно говорить о достаточно обособленных интернет-пространствах — Интернете западном (российский Интернет — это такая чудная часть западного Интернета), Интернете китайском и Интернете арабском.

Каждый из перечисленных цивилизационных Интернетов активно вырабатывает своих «Ктулху» и «Медведов». По мере роста недовольства друг другом ведущих мировых цивилизаций, возможно начало идеологической борьбы между ними. Причем вестись она будет не на уровне книг и брошюр, а на уровне интернет-мемов. По сравнению с этими интернет-мемами такие идеологические поделки, как Манифест коммунистической партии или *Mein Kampf*, покажутся образцами утонченного мышления и текстами практически кабалистической сложности. Интернет-пользователи западного, китайского и мусульманского миров будут активно размахивать из своих цивилизационных окопов расово окрашенными Медведами (китайский наверняка будет напоминать панду со слегка монголоидными чертами).

Известный политический деятель начала XX века Владимир Ульянов-Ленин в своем памфлете «Материализм и эмпириокритицизм» жестко критиковал философов-оппонентов, ввавших в грех эмпириомонизма, махизма и прочих «измов», используя глубоко интеллектуальную аргументацию типа: «черт белый, черт желтый, черт зеленый, черт красный — какая разница?» Хотя, если задуматься, то для описания ситуации начала XXI века с ее конкуренцией мемов-петроглифов, порождаемых различными цивилизациями, ленинская характеристика, возможно, и не покажется такой уж грубой. Добро пожаловать в мир троглодитов современных коммуникаций с их любимыми тотемными животными!

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МУЗЫКИ
В ЭКРАННЫХ ИСКУССТВАХ

Музыка в экранных искусствах и музыка как самостоятельный вид искусства, имеют фундаментальные семиотические различия. По словам Ч. Морриса, язык «в полном семиотическом смысле этого термина есть любая межсубъективная совокупность знаковых средств, употребление которых определено синтаксическими, семантическими и прагматическими правилами»¹. Ю. Лотман высказывается: «Язык — упорядоченная коммуникативная (служащая для передачи информации) знаковая система»². Относительно музыкального произведения, с позиции музыковедения, возникает ряд споров о наличии или отсутствии «языка». Как утверждает И. Волкова, «объективное содержание одно, двух содержаний нет, — но это одно содержание может быть показано при исполнении во множестве разных оттенков»³. Какие бы варианты не рождало исполнение в сознании слушателя, нет сомнений, что существует один некий особенный и неповторимый вариант, связанный лишь с определённым материальным воплощением. Важно воспринимать произведение целиком, «ибо лишь музыкальное целое несёт в себе всю полноту содержания и тем самым его уникальность»⁴. Целостное произведение воспринимается, как совокупность уникальной материальной формы и содержания, следовательно, данное произведение есть знак (воплощённый единством означаемого и означающего). Здесь можно дать более узкую характеристику, отталкиваясь от данного понимания знака, где музыкальное произведение в идеале есть иконический знак (иконический знак — сходство между означающим и означаемым). Рассматривая музыкальный знак как единство между означаемым и означающим, можно утверждать, что такое единство реализуется лишь в целом музыкальном произведении, где фрагменты музыкального произведения не относятся к знакам, так как их значение зависит и определяется только в контексте конкретного произведения. Мы специально вводим дополнение «в идеале», так как понятие сходства относительно, и Моррис, касаясь этого вопроса, старается быть более лояльным, утверждая: «Не будем забывать о том, что иконический знак только в некоторых своих аспектах подобен тому, что он означает»⁵.

Из выше данного определения языка и обозначения знака ясно, что язык является системой знаков, а также правил их употребления. Соответственно возникает вопрос: если знак в музыке — произведение в целом, то не может

быть знаковой системы, которая подчинялась бы определённым правилам. А поэтому, по словам М. Бонфельда, «необходимо обнаружить знаки внутри музыкальных текстов»⁶, так как каждая семиотическая система должна обладать словарём (лексикой). Были попытки создать словарь музыкальных «слов» или «интонационный словарь»⁷, предложенный Б. Асафьевым. Но такой герменевтический словарь не смог «отразить не только музыкально-историческое прошлое, но даже и музыкальную практику своей собственной эпохи»⁸.

В музыкальном искусстве знак существует как единство означаемого и означающего, находящееся в целостном и конечном музыкальном произведении. Наличие же языка, к чему приходит М. Бонфельд, как знаковой системы, реализованной в музыкальном произведении, не существует⁹. Музыка предлагает каждому человеку ощутить как свою принадлежность к чему-то общему и глобальному, так и индивидуальность и особенность. Столь удивительная способность ярко отразилась в кинематографе и в экранных искусствах в целом, где музыка обретает новую силу, а с ней и иные теоретические обоснования.

Теоретики определяют «язык» по-разному¹⁰. Основной акцент делается на «упорядоченную систему», иначе говоря, на структурность. Однако существует и иное определение «языка», данное А. Ветровым. В своей книге он критикует позицию Ф. Соссюра, а соответственно, и определения иных теоретиков, которые считают необходимым обозначить структурность в определении «языка». А Ветров утверждает: «Язык не обязательно характеризуется системностью; для наличия языка достаточно, чтобы он был совокупностью предметов, обладающих смысловым значением»¹¹. Подобное суждение может вызвать большое количество споров, однако выше изложенное понимание «языка» скорее подходит для определения с точки зрения лингвистики, при анализе разговорного языка, но не подходит для определения его с точки зрения искусства, где структурности, как таковой, не может быть, в силу внутреннего непостоянства самого искусства и довлеющего наличия индивидуального подхода каждого из авторов, что весьма осложнит существование «системы». Наличие «структурности» ограничивает теоретические возможности исследования звука. Определённые правила так или иначе присутствуют, ведь искусство развивается, а, следовательно, знания позволяют более убедительную реализацию замысла, что приведёт к определённому порядку. Тем не менее, мы имеем дело с искусством, которое наряду свыше сказанным, абсолютно непредсказуемо и порой «неадекватно» в своём проявлении. Эту сторону нельзя игнорировать, а поэтому определение «языка», зависящего

от «структурности» не подходит, в отличие от лояльного определения А. Ветрова.

Итак, чтобы существовал язык необходимо наличие знаков, имеющих самостоятельное значение, и правила их использования. М. Бонфельд, опираясь на данное определение, говорит, что у музыки нет «языка», представляя музыкальное произведение как знак, при этом, различные возможности авторов в реализации замысла, он отводит СМВ (средства музыкальной выразительности). Суть языка состоит в том, что он связан с визуальной стороной жизни, что позволяет его знакам иметь константное положение. В музыке такого визуального подкрепления нет. Если музыкальное произведение — знак, а не язык, а его аккорды, тоны, интонация — СМВ, то в экранных искусствах такие СМВ будут знаками, наравне с музыкальным произведением.

Эмоции, как бы они ни были различны и в каждом произведении свои, имеют неповторимые особенности. Изменив что-либо в звучании, меняется и эмоция, иными словами, каждая эмоция обозначается сугубо индивидуально, что и позволяет существовать константному положению музыки в экранных искусствах. Добавим, что визуальное подкрепление звукового содержания в экранных искусствах также способствует в подкреплении данной теории, несмотря на то, что каждое произведение уникально в своём проявлении.

Рассмотрим, работу знака и индивидуума. Важно, чтобы звуковое решение отвечало следующим требованиям: знак отсылает к предмету некоторую организованную систему с помощью следа этого предмета (смыслового значения), зафиксированного прошлым опытом организованной системой. Следовательно, знаковая ситуация характеризуется наличием следующих элементов, описанных в работе А. Ветрова «Семиотика и её основные проблемы»:

1. предмета, выполняющего при определенных условиях функцию знака;
2. предмета, к которому знак отсылает;
3. смыслового значения (следа), при помощи которого осуществляется отсылка;
4. организованной системы, отсылаемой к определенному предмету. В некоторых случаях к ним присоединяется еще один, пятый по общему счету, элемент — организованная система, производящая знаки (например, человек, произносящий слова, обращенные к другому человеку)¹².

Четыре элемента должны обязательно присутствовать в экранных искусствах, в противном случае, не будет знаковости, а, следовательно, не будет смыслового пространства. Через знаковую систему, в различных

её проявлениях (независимо от вида искусства), создаётся для передачи смысловое пространство. Истинное произведение искусства должно сублимировать знания, жизненные ценности, то есть сублимация выступает как итоговая позиция в искусстве, без которой искусство уже не искусство.

Схема № 1

ИСКУССТВО

СМЫСЛОВОЕ ПРОСТРАНСТВО

ЗНАКОВОСТЬ

Разъясним четыре позиции в отношении музыки экранных искусств. Мы возводим в ранг «знака» её экранные версии — внутрикадровая и закадровая; предметом, к которому она отсылает слушателя — душа, связанные с ней эмоции, чувства, переживания, а также к разуму, и связанными с ним рациональные и логические понимания; третий пункт имеет двоякое объяснение: с одной стороны, говоря о музыке экранных искусств, композиции могут отсылать нас к какому-либо композитору, известному произведению, к эпохе и в данной ситуации «след» будет объективным. С другой стороны, при создании смыслового пространства авторы наделяют звук, и в частности музыку, специальными функциями, воздействующими на подсознание, чувства или на реальность, но в конкретном произведении. Такая музыка доступна лишь в контексте одного произведения; четвёртая же позиция обозначает слушателя-зрителя. При этом отсутствие любой позиции автоматически удаляет произведение из статуса «искусство».

Рассмотрим музыку с позиции знаковости: автору понадобилось для реализации замысла использовать закадровую музыку. Здесь наблюдается знаковая дифференциация закадровой музыки. Подобное произведение, звучащее «за кадром», и не имеющее иное проявление в других эпизодах внутри данного фильма, относится к иконическим знакам. Данный знак обозначает художественный образ, который в свою очередь является «формой отражения (объективной) действительности в искусстве»¹³. В данном определении слово «объективной» не случайно взято в скобки. Объективный мир (действительность) подразумевает материальный мир в целом, во всех его формах и проявлениях, однако мир героя, передаваемый по средствам закадровой музыки, не относится к объективному миру как таковому. Здесь проводится художественная параллель между

означающим и означаемым, где в роли означающего выступает музыкальная композиция, передающая эмоциональное состояние, а в роли означаемого — непосредственно герой. Возникает вопрос: способна ли музыка экранных искусств к позиционированию себя как символа, как такового? Ответ на этот вопрос будет — нет. Дело в том, что символ связан «с идеей некоторого содержания, которое, в свою очередь, служит планом выражения для другого, как правило, культурно более ценного, содержания»¹⁴. Символ содержит и несёт в себе некую архаическую информацию, которая проходит из прошлого в будущее. Важным элементом человеческого восприятия при этом является Разум, который и обрабатывает информацию, полученную от символа, и состыкует её с общим контекстом конкретного экранного искусства. Отсюда следует, что музыка, как таковая, нацелена на эмоциональную составляющую человеческого восприятия, что полностью противоречит смыслу символа, а, следовательно, не может им быть. Может звучать закадровая музыка (и внутрикадровая в меньшей степени), и характеризовать эпохи: с одной стороны, такая музыка может назваться символом, так как отсылает нас к определённой исторической ситуации, но с другой стороны, подобная музыка, если и будет звучать и отсылать в прошлое, то по законам экранных искусств, всё равно будет подчинена эмоциональной составляющей героев. Это отсылает её к иконическому значению. Поэтому, в данной ситуации, однозначно указать на знаковую принадлежность затруднительно.

Допустим, что внутрикадровая музыка, не несущая смысла, может быть индексом, где индекс — знак, привлекающий «внимание к означаемому им объекту каким-то безотчетным образом»¹⁵. Иными словами, индекс — значение (указание) на обозначаемый предмет. Однако, если подобная музыка «случайно» попала в кадр, необходимо отказаться от данной идеи, так как если указание и будет, то лишь на источник звучания, который никакого отношения к идее не имеет. При этом если музыка будет указывать на эпоху, то при наличии знаний об этой эпохе, можно отнести музыку к индексу и в какой-то степени к символу, где будет наблюдаться тяготение к символу.

Следует заметить, что музыка из внутрикадровой может перейти в закадровую и наоборот, могут быть постоянные переходы и где-то во время этого перехода будет создаваться символ. Речь идёт о музыке, как о ещё одном герое, который влияет на судьбы персонажей. Возникает вопрос, можно ли отнести подобные музыкальные композиции к знаку? Ответ — да. При переходе из закадровой музыки во внутрикадровую происходит и знаковый переход из иконического в индекс. Также наблюдается тяготение к символу, которое при сильной драматургии может выйти за рамки этих

двух знаков и стать символом, но только в конкретном произведении. Такая музыка приобретёт статус ещё одного героя, но не символа в истинном его понимании!

Внутрикадровая музыка переходит в закадровую. Положение знаковости меняется. Нельзя говорить, что в такой ситуации внутрикадровая композиция была незнаковой, но после перехода стала знаком, получив статус закадровой. Необходимо понимать, раз музыка внутри кадра перешла в закадровую, значит она уже знак — иконический. Она переходит в закадровую для большего значения, для создания более сильного художественного образа. Однако если музыкальная композиция совершает обратную метаморфозу, то внутрикадровая композиция будет уже индексом. Прослушав музыку за кадром, поняв её суть, эмоциональные составляющие внутри её движения, оценив её значение и роль по отношению к герою или всего произведения целиком, слушатель-зритель, услышав её внутри кадра, мысленно восклицает: «Вот она!». Причины для её реализации внутри кадра могут быть абсолютно разными: необходимость показать фатальность ситуации; преследование героя, но не в качестве самостоятельного, автономного составляющего фильма, а как чей-либо лейтмотив или иные варианты. С одной стороны она — индекс, с другой — ещё иконический знак, в идеале она стремится к индексу, но иконические характеристики не позволяют полностью перейти в иной знак. Суть в том, что мы эту композицию уже слышали, уже имеем о ней представление, понимаем её положение в произведении, а переход во внутрикадровую музыку указывает на неё визуально, что и позволяет нам указать, как на элемент, который мы уже знаем. Подобные ситуации не позволяют сразу проанализировать музыку экранного искусства в знаковом положении; для этого необходимо время, ясное понимание событий и их звучаний, что придаёт фильму большую ценность.

Рассмотрим музыкальное построение в звуковом решении экранных искусств как лейтмотив. Лейтмотивом может быть и внутрикадровая музыка, и закадровая. Однако лейтмотив — более сложная форма отображения. Сам по себе он является индексом, так как непосредственно указывает на кого-то / что-то и является неотъемлемой его частью. Если же лейтмотив внутрикадровый, к примеру, повторение одной темы по радио, во время игры оркестра, во время ток-шоу — всё это в одном произведении, эта внутрикадровая музыка априори считается знаком, так как работает на смысловое пространство и будет иконическим знаком. Суммируем это с лейтмотивом: Иконический знак + Индекс = Индекс. За иконический знак отвечает внутрикадровое звучание, за индекс — лейтмотив. Если лейтмотив

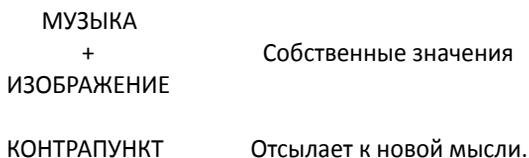
повторяется в кадре, как описано выше, то он становится индексом, где мы можем абсолютно чётко указать на героя (в любых его проявлениях).

Может быть лейтмотив закадровый, где грамотным решением будет изначально показать синхронность звучания героя и его темы, дабы слушатель — зритель понял её принадлежность к герою, далее она может звучать как с героем, так и самостоятельно, не дополняя его. Наблюдается зависимость от закадровой музыки. Если лейтмотив будет звучать за кадром, но с героем — ситуация повторится: Иконический знак + Индекс = Индекс, по тем же причинам, что и в ранее рассмотренном примере — возможность указать на героя. Иначе дело обстоит с лейтмотивом, который будет звучать без героя: Иконический знак + Индекс = Иконический знак. В данном примере после знака «равно» стоит Иконический знак, так как указать уже не на кого, несмотря на то, что лейтмотив будет отзывать к герою, к эмоциям, к действиям, но всё это будет лишь отголосок, а следовательно, уже неким художественным образом — иконическим знаком. Главное не путать то, что в «чистом» виде, сам по себе, по своей сути, лейтмотив — индекс, однако в различных своих звучаниях он меняет своё знаковое положение.

Рассмотрим такое звуковое явление как контрапункт. Ещё Эйзенштейн, Александров и Пудовкин в «Заявке» утверждали использование музыки, и в частности звука, как «...контрапунктическое... резкое несовпадение со зрительными образами...»¹⁶. Суть контрапункта состоит в явном различии изображения и звука, в частности музыкального. Контрапунктом может выступать как внутрикадровая и закадровая музыка, так и лейтмотив. Противопоставление подразумевает то, что первоначальное значение композиции известно, или известно состояние героя, который будет «контрапунктировать» с реальностью, в противном случае, смысловой контрапункт не удастся. Если музыкальная композиция помогает созданию контрапункта, выявляя, тем самым, необходимые подтексты, то музыкальная тема (которая является катализатором для создания противопоставления) в контрапункте будет, в какой-то степени, больше тяготеть к символу, так как есть характерные особенности, но в полной мере не являться им. То же касается и самого контрапункта, который будет близок к символу. Другими словами, такая композиция уже имеет своё значение: принадлежность к герою (лейтмотив — индекс), либо самостоятельное произведение, несущее в себе определённый смысл (не являющееся в произведении экранного искусства знаком, однако обретая его в контрапункте). В данном случае необходимо помнить, что за каждой хорошо знакомой музыкой «тянется шлейф жестких ассоциаций»¹⁷. Суммируясь с изображением, которому

она противопоставляется, возникает символ. Для символа необходимо два качества: некое собственное значение (сигнификат) и нечто, к чему косвенно он (символ) отсылает (денотат)¹⁸. Собственное значение мы уже выяснили, а то, к чему отсылает символ — философский подтекст или смысловой подтекст. Такой символ рождается не в конкретном изображении или звуке, а в симбиозе. При этом нам достаточно увидеть только один кадр с подобной реализацией и символ моментально возникнет.

Схема № 2



Подобным образом дело обстоит, если изображение противопоставляется внутрикадровой музыке. Учитывая, что экранные искусства тяготеют к зрительному аспекту, основной составляющей контрапункта будет служить звуковой компонент, в частности музыкальная композиция.

Из выше написанного следует, что музыка экранных искусств является языком и способна реализовывать различные знаки, что возводит её на новый уровень с позиции семиотического взгляда.

Литература

1. Асафьев Б. В. Избранные труды в 5 тт., т. 5. — М.: Академия наук СССР, 1957. 388 с.
2. Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. 648 с.
3. Ветров А. А. Семиотика и её основные проблемы. — М.: Политическая литература, 1968. 264 с.
4. Ефимова Н. Н. Звук в эфире: Учеб. пособие для вузов / Н. Н. Ефимова. — М.: Аспект Пресс, 2005. 142 с.
5. Лотман Ю. М. Семиосфера. — СПб.: Искусство. СПб., 2000 г. 704 с.
6. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. — Т.: Ээсти Раамат, 1973. 139 с.

7. Моррис Ч. Основания теории знаков // Семиотика. Сост., вступит статья и общ. ред. Ю.С. Степанова. — М.: Радуга, 1983. 638 с.

8. Философский словарь. Под ред. И. Т. Фролова, изд. 5. — М.: Полит. лит., 1987. 590 с.

9. Эйзенштейн С. М. Заявка // Избранные произведения в 6 тт., т. 2. — М.: Искусство, 1964. 567 с.

10. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Б., М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. 432 с.

¹ Моррис Ч. Основная теория знаков // Семиотика. — М.: Радуга, 1983. С. 67–68.

² Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. — Т.: Ээсти Раамат, 1973. С. 4.

³ Цит. по изд. Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. С. 177.

⁴ Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. С. 177.

⁵ Цит. по изд. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Б., М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 125; Также см. более подробное изложение Морриса (Charles Morris. *Segni, linguaggio e comportamento*. Milano: Longanesi, 1949), где автор занимает более гибкую позицию относительно определения «знака».

⁶ Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. С. 181.

⁷ Более подробно см. Асафьев Б. В. Избранные труды, том 5. — М.: Академия наук СССР, 1957. С. 160.

⁸ Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. С. 187.

⁹ Более подробно см. Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. Опыт системного исследования музыкального искусства. Монография. — СПб.: Композитор. Санкт-Петербург, 2006. С. 185–196.

¹⁰ Данное утверждение было обозначено выше, к нему можно дополнить и высказывание Соссюра, который определяет «язык», как «общественный продукт речевой способности и вместе с тем система необходимых конвенций, принятых в том, или ином обществе и

обеспечивающих реализацию этой способности говорящими» (Цит. по изд. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Б., М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 57).

¹¹ Ветров А. А. Семиотика и её основные проблемы. — М.: Политическая литература, 1968. С. 62.

¹² Ветров А. А. Семиотика и её основные проблемы. — М.: Политическая литература, 1968. С. 37.

¹³ Философский словарь. Под ред. И. Т. Фролова, изд. 5. — М.: Политическая литература, 1987. С. 531.

¹⁴ Лотман Ю. М. Семиосфера. — СПб.: Искусство. СПб., 2000. С. 240.

¹⁵ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Б., М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 124.

¹⁶ Эйзенштейн С. М. Заявка // Избранные произведения. В 6 тт., т. 2. — М.: Искусство, 1964. С. 315.

¹⁷ Ефимова Н. Н. Звук в эфире: Учеб. пособие для вузов / Н. Н. Ефимова. — М.: Аспект Пресс, 2005. С. 64.

¹⁸ Подробнее в изд. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Б., М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 209.

И НА ТЕНИСТОЙ УЛИЦЕ Я ПОСТОЮ В ТЕНИ

Философское эссе

Тема «Человек и его Тень» стала в XX веке очень современной, а в наше время она получила новое развитие и стала, возможно, одной из самых современных историй современности. Использованная в качестве названия доклада строка из песни Ю. Антонова на слова И. Шаферана «На улице Каштановой» может пониматься просто как обозначение самого факта присутствия данной темы в нашем разговоре. Однако я бы предложил пойти чуть дальше и понимать ее в качестве фиксации, так сказать, «нулевой точки» развития отношения «Человек — Тень». В этой точке тень есть тень и не больше. А человек есть человек и не меньше. Позитивное в целом мирозерцание антоновских песен, как правило, не позволяет вещам выходить из берегов реального, с одной стороны, и дружелюбного (по отношению к человеку) — с другой. Так и здесь: есть я, есть жаркое солнце и есть некий предмет (например, дерево), который ограждает меня от избытка солнечных лучей и, таким образом, создает «место, где хорошо». Тень — функция, а не сущность.

«Есть улицы центральные, высокие и важные, с витринами зеркальными, с гириандами огней»... Они есть, но они не то «место, где хорошо». Среди этой высоты, важности, блеска и шума систематическим образом нарушается равновесие между мной и моим инобытием. Их много, а меня мало, я теряюсь и сам становлюсь призрачным, как тень. И потому «милей не шумные, милей одноэтажные». Здесь восстанавливается нарушенное равновесие. Здесь я вновь обретаю себя и свою свободу, которая выражается в том, что я могу по желанию выбирать между множеством «мест, где хорошо». Если захочу, пройду по Абрикосовой, захочу — сверну на Виноградную. А то и в тени могу постоять, на Тенистой улице. А в запасе еще Вишневые, Грушевые, Зеленые, Прохладные, а также Сиреневая, Каштановая, Луговая. На этом список «мест, где хорошо» не заканчивается. Хорошо и на «белом теплоходе», и «под крышей дома твоего», да и мало ли где еще. Важен ведь способ мировосприятия. А он всегда с собой. В нем удивительным образом сочетались и уравнивались принцип реальности и принцип удовольствия. Реальность выбирается такая, которая «в кайф», но и удовольствия не выходят за пределы реально достижимого. Такой вот «гедонистический реализм».

Этот способ мировосприятия свойствен не только данному певцу и композитору. Он доминировал в творчестве большинства ВИА. По сути, это была субкультурная «формула счастья», субкультурное «райское состояние», которое, впрочем, продлилось недолго.

За пределами субкультуры подобное «райское состояние» есть лишь редко встречающийся на практике частный случай. Но случай особенный, так сказать, «нулевой вариант». И нам будет удобно принять его за точку отсчета в разговоре о том, как в новом телевизионном и интернет — пространстве развивается старая как мир коллизия. Поставив перед собой такую задачу, мы оказались в перекрестье двух вопросов — вопроса о коллизии, на существование которой мы тут старательно намекаем, и вопроса о пространстве (что оно собой представляет, и в каком смысле вообще позволительно применять данное выражение).

Начнем с первого. Собственно, не мы намекаем на существование этой коллизии. Соответствующих намеков и без того существует огромное множество. Достаточно, оставаясь все на той же Тенистой улице, вспомнить о другой улице, думаю, не менее тенистой — улице Вязов. И мы получаем «намеки» на коллизию, возникшую из-за явного нарушения привычных границ между дневным пространством бодрствования (людьми, живущими в этом дневном пространстве) и пространством сновидения (сновидческими сущностями).

Онтологизация тени, придание ей статуса самостоятельной сущности — мотив древнейший. И столь же общеизвестный.

- «Царство теней»
- Известная взаимозаменяемость слов «призрак», «тьень», «душа»
- Многочисленные вариации на тему отражения (образа) и отраженного (оригинала). Нарцисс. Древняя магия, трактовавшая зеркало (и возможность увидеть собственное отражение) как нечто крайне серьезное, сильное и потому опасное.
- Не менее многочисленные вариации на тему художника-творца и его творения (Пигмалион и Галатя) и т. п.

Платоновская метафора тени имеет иную, прямо противоположную смысловую направленность, она как бы служит разоблачению иллюзии самостоятельного существования окружающих нас вещей. Они всего лишь тени. Мы же говорим о тенденции превращения тени как минимум в вещь, а как правило — в персону. То, о чем мы говорим, замечательно иллюстрируется сказкой Г. -Х. Андерсена «Тень», сюжетная схема которой включает: а) отделение тени от хозяина (освобождение, уход); б) период ее само-

стоятельного существования, когда происходит очеловечивание тени, ее «уплотнение» и насыщение многими важными атрибутами человеческого (социального) бытия; в) новую встречу тени с ее бывшим хозяином; г) превращение хозяина в тень своей тени, его постепенное «расчеловечивание» и гибель.

Достаточно очевидным представляется сходство данной схемы развития отношений с идеей отчуждения, в соответствии с которой та или иная сторона человеческого существа («сущностная сила», способность) может при известных условиях как бы отделяться от человека, обретать независимое от него существование, выходить из — под его контроля и даже превращаться в противостоящую ему силу. Здесь это превращение моего в чуждое (и даже противостоящее, враждебное) происходит с собственной тенью человека. Андерсеновский образ точно схватывает некоторые существенные моменты этого процесса. В частности, возможность отчужденной силы вступать в соединение с другими отчужденными (и отчуждаемыми) силами, в результате чего происходит своего рода отчужденный синтез. Результаты этого синтеза могут превосходить возможность отдельной личности и подавлять ее. Андерсеновская тень, отчуждаясь от хозяина, путешествует по миру, приобретая, накапливая силы этого мира. Но только те, которые отчуждены или могут быть отчуждены. Ни мудрости, ни любви, ни внутренней красоты она не приобретает и не накапливает.

В наши намерения не входит обсуждение проблем отчуждения ни в философском, ни в экономическом, ни в психологическом, ни в эстетическом, ни в каком-либо ином аспекте. Нам пока достаточно констатировать внутреннюю связь этой проблемы с тем, что мы могли бы назвать коллизией с тенью. Да и сама эта коллизия нас интересует не столько сама по себе, сколько в связи с телевидением, Интернетом и другими современными информационными каналами.

Характер нашего интереса подталкивает к тому, чтобы рассматривать современную информационную систему не просто как систему каналов информации, но как особую среду, причем среду многофункциональную, где происходит передача информации, ее хранение, ее приращение, эта среда становится пространством общения (особого рода социальным пространством), пространством личностного самоопределения, самоутверждения, личностного роста. Иными словами — пространством жизни.

А любая среда вообще характеризуется еще и тем, что она создает условия (в той или иной мере благоприятные или неблагоприятные) для развития тех или иных процессов. Нас интересует современная информационная среда в ее отношении к процессам «тенеобразования»: насколько

создаваемые в ней условия благоприятствуют или, напротив, препятствуют формированию вышеописанной коллизии с тенью?

Если не вдаваться в детали, то создается впечатление, что благоприятствуют. Примеры, подтверждающие это, общеизвестны. Например, медийная персона, которая фактически представляет собой целенаправленно создаваемый образ («имидж»). Реальный человек, на основе которого этот имидж создается, служит материалом, информационной основой имиджа (то есть средством), его задача — помогать (или, как минимум, не мешать) процессу выращивания образа (тени). Этот имидж обладает своим особым способом существования, отличным от способа существования живого человека, и, соответственно, средой существования. И чем более развитым становится имидж, чем «реальней» он становится, обрастая «информационными поводами» как снежный ком, тем «вторичнее» оказывается сам человек, который теперь всего лишь «физическое тело» собственной медийной тени. Таковы политические фигуры, таковы поп-идолы («звезды») и т. п.

Мы можем видеть не только тени людей, но и тени человеческих обществ (на основе которых также создаются соответствующие образы-тени), имиджи популяций, социальных групп... Так могут возникать даже имиджи целых народов. Можно найти немало теней, имитирующих формы человеческого взаимодействия, например, тень процесса интеллектуального общения — ток-шоу. Или многочисленные тени культурного взаимодействия, игрового, соревновательного взаимодействия и тому подобное.

В этом плане интересно повнимательнее приглядеться к ставшему в последнее время широко употребительным слову «формат». Собственно, формат есть такая форма, которая не вырастает естественным образом из содержания, а как бы вменяется ему извне в качестве неперемennого условия вхождения в медиaprостранство. У живого организма есть способность отторгать чужеродное. Если обратиться к мифам и сказкам, то мы узнаем, что такая способность есть и у мертвого, у царства теней. Живое распознается и изгоняется («фу-фу, русским духом пахнет» = «тревога, среди нас живой!»). И живой, чтобы проникнуть в царство мертвых, должен прикинуться мертвым — стать форматным. Собственно, гроб и могила — наиболее выразительные примеры формата. Но и многие иные атрибуты соответствующего ритуала перехода выступают в качестве элементов процесса форматирования. (Ритуал посвящения, инициации включает в себя идею смерти, в частности, умирания-для-иного). Другой известный пример формата — прокрустово ложе. Впрочем, только для живого, желающего во всех отношениях оставаться живым, формат есть прокрустово ложе в при-

вычном негативном смысле. Для мертвого он адекватная и, по-видимому, единственно возможная форма существования.

Тема симуляции и симулякров близка тому, о чем мы сейчас говорим. Однако мы обратим внимание лишь на то, что столь массовое распространение подобных явлений, безусловно, связано с развитием СМИ и опирается на них как на свою естественную основу. Именно они обеспечивают техническую возможность: а) отделения образа от прототипа (тени от хозяина); б) самостоятельного существования теней, их роста, развития, «онокречивания» (отчужденный синтез); в) новой встречи преобразованных (чтобы не сказать «преображенных») теней (или имиджей) с живыми людьми, выступающими в роли «благодарной публики»; г) превращения человека из публики — массового человека — в тень своих новых кумиров, то есть в тень своей тени.

Как правило, полноценное складывание имиджа (медийного персонажа) происходит при участии многих информационных каналов, когда образ как бы многократно отражается в системе разных зеркал (мелькает на телеэкране, смотрит на нас с обложки глянцевого журнала, как-то звучит в радиозфире и т. п.). Магия взаимного подтверждения разных каналов приводит к значительному усилению чувства достоверности. И не столь уж наивным оказывается удивленный вопрос человека, впервые увидевшего радиоприемник: «Как удалось запихнуть в этот маленький ящик живого человека?». В каком-то смысле он действительно там есть, но только не человек, а его образ, и не в ящике, а в медиа-пространстве, которое теперь стало для нас реальностью особого рода. И в котором мы теперь живем.

Такова особенность современной информационной среды в целом. Однако это не означает, что она одинаковым образом проявляет себя во всех конкретных информационных средах. И в этом было бы интересно разобраться чуть подробнее.

Начнем с каналов по преимуществу визуальных. Само понятие тени несет в себе идею визуальности. Тень — лишенная плоти, лишенная внутреннего содержания визуально воспринимаемая форма (видимая форма, видимость). Точнее, не вообще форма, а форма пространственная. Современное телевидение является, по-видимому, наиболее мощной медийной средой, где развиваются интересующие нас процессы. Но есть ведь и другие, обладающие куда более скромными возможностями. Например, фотография. Направляем объектив на объект, щелчок — и видимая форма объекта отделяется от объекта и начинает самостоятельное (независимое от объекта) существование. С объекта как целого как бы снимается скальп внешней формы. (Само слово «снимок» очень выразительно в этом смысле)

ле.) Одновременно скальпируется мгновение, вырезаемое из потока времени.

«Она вынула из-за пояса маленький нож и подала ему. Рукоятка у ножа была обтянута зеленой змеиной кожей...

— То, что люди называют своей тенью, не тень их тела, а тело их души. Выйди на берег моря, стань спиной к луне и отрежь у самых своих ног свою тень, это тело твоей души, и повели ей покинуть тебя, и она исполнит твое повеление». (Оскар Уайльд. «Рыбак и его душа»).

Функцию ножа с рукояткой из змеиной кожи выполняет, видимо, фотокамера. А фотокарточка — чем не тень? Другой вопрос — происходит ли с ней вышеописанный процесс? Возникает ли здесь «коллизия с тенью»? Размышляя над этим вопросом, прихожу к выводу, что скорее нет, чем да. Что-то с самого начала идет не так. Самое первое условие — отделение (отчуждение) тени от человека — оказывается не вполне выполненным. Предположим, в руках у меня снимок, сделанный мною несколько лет назад во время путешествия. Я разглядываю его некоторое время, вот уже переносю мысленно в то время, в то пространство, погружаюсь в ту атмосферу. Земля, трава, камни, деревья вновь обретают плоть, я уже ощущаю запахи, солнечное тепло, прикосновение ветра. Я уже вижу не только те предметы, которые попали в кадр, но и те, которые остались за кадром. И не только вижу, но и могу их осязать. Что это — иллюзия? Да, но это другая иллюзия — творческая иллюзия. Она оказывается возможной благодаря тому, что фотоснимок — овнешненная память — и моя собственная живая память вступают во взаимодействие, между ними замыкается единая цепь. Это синтез, но он не является отчужденным. Это нечто прямо противоположное. Он происходит не во время самостоятельного скитания тени по миру, а во время ее творческой встречи со мной. Строго говоря, она не извне ко мне приходит, а вызывается «фотомагией» из глубины моей собственной души. Происходит своеобразный «блоуп», но только не внешний, а внутренний.

Аналогичная «фотомагия» работает и на уровне фотоальбома как целого. Он создает жизненный контекст, где полуопредмеченные образы памяти взаимодействуют друг с другом и как бы живут своей внутренней жизнью. Но в эту их жизнь обязательно включены живые люди и, в каком-то смысле это одна из форма внутренней жизни человека. Замена фотокарточки слайдом ослабляет связь образа с живой личностью, усиливает отчуждение. Еще один шаг в этом направлении — замена фотопленки на цифру, и затем перемещение фотоснимка с бумаги в цифровую среду компьютера.

Усилению отчуждения способствует и помещение фотоснимков в пространство глянцевого журнала, а также в специфический контекст рекламы и пиара — в пространство имиджей (о котором уже было сказано).

В целом же можно сказать, что фотосреда сама по себе не слишком способствует развитию «теневого сюжета». Мешает связь фотоснимка с человеческой душой, та «серебряная нить», которая никогда не рвется окончательно, без которой фотоснимок умирает.

Таким образом, фотография несет в себе две разнонаправленные потенции. С одной стороны, «скальпирование объекта» создает определенные предпосылки для тенеобразования. С другой стороны, творческий контакт с субъектом восприятия, с живым человеком приводит к рождению живого органичного образа.

Обратимся к радио — достаточно развитой и влиятельной аудиальной медиасфере. Здесь мы сталкиваемся с природой звука (слуха) и, как следствие, с природой интонации. Заставим звучать любой подходящий для этой цели предмет, например колокольчик. Можем ли мы назвать голос колокольчика его тенью? Слишком многое говорит против подобной трактовки. Прежде всего, звук не является образом-подобием звучащей вещи. Мало сказать, что звон колокольчика не похож на сам колокольчик, но следует признать, что вопрос о таком сходстве не имеет смысла. Здесь проявляется, помимо прочего, особое отношение звука к категории пространства. Звук не имеет (не задает) никаких пространственных границ. Звук также не дает локализации места, а обозначает лишь направление. Звук никак не указывает на пространственную обособленность вещи, ее отдельность. Что касается расстояния между вещами, между звучащим предметом и человеком, слышащим это звучание, то звук по своему смыслу это расстояние не столько устанавливает, сколько преодолевает. Таким образом, звук оказывается не тенью, а скорее эманацией предмета, его внутренней, субстанциональной самоидентичности, которая в звуке как бы истекает, выплескивается вовне и разливается в окружающем пространстве.

Слушая по радио исполнение на трубе, мы можем представить себе и трубу, и трубача. Но это не та тень, которая отделена от предмета и перемещена в пространстве, которая затем возвращается к нам извне. Это опять-таки продукт нашей внутренней работы — творческой реконструкции реальности. То, что совершается через звук, является прямой противоположностью процесса отчуждения. Звук «обнимает» пространство, «обнимает» находящиеся в нем предметы, устанавливая единство и связь всего со всем. Он преодолевает все границы и устраняет разделе-

ние. Он преодолевает не только внешние границы, но и противоположность внешнего и внутреннего и таким образом соединяет внутреннее с внутренним. Живая интонация совершает это же действие, но только она преодолевает границы не между объектами, а между субъектами. Живая интонация есть сила, преодолевающая отчуждение.

Радио передает звук на большие расстояния и этим самым расширяет сферу его объединяющего действия. Звук и в этом случае не становится тенью — ни тенью звучащего предмета, ни тенью самого звучания, а становится фактом присутствия, фактом близости далекого. Это, если хотите, смысловой атрибут радиосвязи, ее собственный миф. Вот одна из версий этого мифа.

«Теперь садитесь, — взглянув на часы, сказал отец. — Сейчас начнется самое главное». — Он пошел и включил радиоприемник.

Все сели и замолчали. Сначала было тихо. Но вот раздался шум, гул, гудки. Потом что-то стукнуло, зашипело, и откуда-то издали донесся мелодичный звон. Большие и маленькие колокола звонили так:

Тир-лиль-лили-дон!

Тир-лиль-лили-дон!

...Это в далекой-далекой Москве, под красной звездой, на Спасской башне звонили золотые кремлевские часы.

И этот звон — перед Новым годом — сейчас слушали люди и в городах, и в горах, в степях, в тайге, на синем море». (А. Гайдар. «Чук и Гек».)

Миф радио здесь органично встраивается в смысловую структуру советского мира, где образ бескрайних просторов страны дополняется образом центра, вокруг которого вся страна собирается в тесный круг, и в этом кругу все близко («Моя Москва, ты всем близка») — («Песня о родной стране» Анатолий Лепина, Григорий Рублева из фильма «Чук и Гек»). Нет никаких оснований считать это какой-то особенностью именно советского радио. Его сближающая сила органическим образом связана с природой звука и с природой интонации. Так что сама по себе радиосреда оказывается не слишком благоприятствующей развитию «теневого сюжета».

Другое дело в соединении с визуальностью. В качестве привходящего компонента звук может принимать участие в процессе отчужденного синтеза («выращивания») тени. Он не может стать тенью, но может стать «голосом тени». И тогда он тоже становится отчужденной силой. Получается, что тень способна присваивать себе живой голос, как, впрочем, и иные атрибуты живого. Правда, она способна делать это, лишь превращая живое в ее искусную имитацию. Так происходит в кино, так происходит на телевидении. Экран становится непроходимой (хотя и прозрачной) стеной,

отделяющей этот свет, от того света от царства теней. За этой стеной происходят весьма важные для культуры процессы тенеобразования. Здесь прослеживается логика постепенного (пошагового) накопления иллюзионного ресурса. Черно-белое фото — серия фотографий, последовательная демонстрация которых создает иллюзию движущегося объекта — немое кино (в музыкальном сопровождении — звуковое кино — цветное кино — широкоэкранные фильмы и стереозвук — стереоизображение...

Эта цепь достаточно схематична и условна. Важно то, что она не завершена. Здесь существуют две разнонаправленные возможности. Одна из них — порождение живой художественной реальности, неразрывно связанной с творчеством живых субъектов. И это художественное кино, кино как действительное искусство. Другая — образование своего «царства теней», мертвых клишированных образов, иллюзионистски разукрашенных, лишенных как истинной индивидуальности, так и живой органики.

Нечто аналогичное можно построить и для телевидения. Общая тенденция — усовершенствование иллюзии, умножение и уплотнение иллюзий. Только это не творческая иллюзия, опирающаяся на активность человеческой психики, а техническая, собственной активности субъекта не предполагающая и потому, можно сказать, пассивно-потребительская. Эта иллюзия и есть тень в нашем понимании. Привыкание человека к восприятию такого рода теней (теневого мира) приводит к изменениям в его взаимодействии с «дневной» реальностью. Можно сказать, чем реальней становится иллюзия, тем иллюзорней представляется реальность. Человек привыкает к форсированным эффектам псевдореальности, и настоящая реальность становится недостаточно выразительной (убедительной). Зрелища катастроф воспринимаются как некий фон, а человеческая кровь — просто как красные пятна.

Что касается самой тени, то у нее обнаруживается собственный способ организации. Она все более отдаляется от образа живого человека. Не становится она и собирательным образом, не является типом. Она все более обнаруживает в себе природу своеобразного «коктейля» из черт, пользующихся спросом (успехом). Этот коктейль носит вполне искусственный характер и приготавливается по рецепту. Рецептов существует множество. По ним формируются имиджи, типовые киногерои, сюжетные клише, кино- и поп-звезды. Все, что мир теней затягивает с свою сферу, теряет органику внутренних связей и компонуется по правилам теневой псевдожизни (перестает быть организмом и становится композицией).

Процесс такого телевизионного перерождения осуществляется не сразу. Одним из его «продуктов» стала телепесня. Специально эту тему мы

сейчас рассматривать не будем. Хотелось бы только обратить внимание не перерождение интонации и, прежде всего, субъекта интонирования. Теневая песня окончательно стала «песней тени», она поется, интонируется не от лица живого человека (лично исполнителя или лирического героя), а от лица имиджа. Сфера теле-песни — это пение имиджей. Это видео-феномен, в первую очередь. Живая, личная интонация практически сведена на нет, предельно стандартизирована. Эстетика живого вытесняется эстетизацией мертвого, механистического. Такова здесь интонация, мимика, пластика тела.

Между миром людей и царством медиа-теней — стена. Но в этой стене есть двери и есть движение как в ту, так и в другую сторону. Мир теней питается образами мира людей. В свою очередь, он транслирует свои продукты (имиджи) в мир людей, где они, внедряясь в живых, реализуют через них свои (теневые) модели поведения. Таких «одержимых имиджами» (тенями) становится все больше. И в том, и в другом случае роль живых людей оказывается пассивной. Инициатива почему-то всегда на той стороне, и игра идет в одни ворота.

Мы еще ничего не сказали ни о компьютере, ни об Интернете. Какая роль принадлежит им в этой большой игре? Тут тоже обнаруживается определенная двойственность. Только фотография эту двойственность несет, так сказать, в потенции. А в пространстве Интернет — компьютер она становится действительным противоречием.

На одном полюсе этого противоречия находится компьютер, подкрепленный техническими и информационными ресурсами сети, выступающий в качестве супертелевизора. Идея супертелевизора не является новой. Например, в рассказе Рея Бредбери «Вельд» речь как раз и идет о таком технически совершенном генераторе иллюзий, которым оборудована детская комната. Стены и потолок — стерео-экраны, плюс стереозвук, генератор запахов... а главное — способность телепатически угадывать мысли и желания пользователя и тут же создавать «востребованную» иллюзию, многомерную, поли-модальную, правдоподобную до безумия. Компьютер этого пока не может, но теоретически ему ничего не мешает уверенно двигаться в данном направлении.

Но отношение Интернет — компьютер может быть иным: не Интернет — информационный придаток супертелевизора, а компьютер — дверь (или окно) в Интернет. И тогда возникает особое жизненное пространство, пространство не иллюзорного, а реального общения, а следовательно, пространство не иллюзорных, а настоящих сообществ. Правда, пространство особенное, виртуальное, при входе в это пространство физи-

ческое тело, так сказать, снимается (как обувь в прихожей), а вместо настоящего лица надевается маска. Но маска не тень. Это совершенно иной архетип. Интернет — мир не теней, а масок, среда, создающая возможность живым встречаться, общаться и организовываться в особом, рукотворном «мире ином».

Сочетание двух противоположных значений (полюсов) данной информационной среды создает уникальные возможности для преодоления ситуации «игры в одни ворота», создавшейся в пространстве телевидения. Способ, которым эта ситуация преодолевается, назовем «способом от Балды»:

Балда, с попом понапрасну не споря,

Пошел, сел у берега моря;

Там он стал веревку крутить

Да конец ее в море мочить.

Вот из моря вылез старый Бес:

— Зачем ты, Балда, к нам залез?

— Да вот веревкой хочу море морщить,

Да вас, проклятое племя, корчить. (А. С. Пушкин. Сказка о попе и о работнике его Балде.)

Море тут выступает в двух «ипостасях». С одной стороны, это вполне материальная среда. На берегу моря можно сидеть и мочить в его воде конец веревки. С другой стороны, море — среда обитания чертей (и, как мы знаем из иных источников, всякой иной нежити). Море, следовательно, выступает еще и в качестве «того света».

Такая же двойственность характеризует систему «компьютер — Интернет». И это открывает аналогичные возможности для того, чтобы море морщить и всех, кого надо корчить. Благодаря этой особой промежуточной среде недоступные прежде обитатели «заэкранного зазеркалья» становятся, наконец, доступными.

Конфликт сред — Интернет-среды и телевизионной — проявляется все чаще и в самых разнообразных формах. Именно из Интернета ворвался живой голос и живой смех «мистера Трололо» (Эдуарда Хилля), покоровшего Америку. Современное телевидение просто не дало бы такой возможности. Из Интернета попал на Интервидение «неформатный» Петр Налич. И если вы увидите, что какая-то тень едет с мигалкой или без встречной полосы, то и ее вы теперь можете при желании «достать» с помощью Интернета.

Так что же, игра в одни ворота закончилась? Во всяком случае, возможность для этого уже существует. Всего лишь возможность. Ее реализация,

увы, зависит от людей. Вспомним, с какой посылки мы начинали свои рассуждения: мы договорились рассматривать и телевидение и Интернет как особого рода среду. А со средой у человека всегда были сложные отношения. Лишь на стадии своего внутриутробного существования гармония человека со средой выступает как некий подарок судьбы. В остальных случаях к среде нужно приспосабливаться и со средой нужно в каких-то случаях бороться. Таковы, например, водная и воздушная стихии. Но таковы и все среды, как природные, так и человеком созданные. Например, политическая, экономическая среда, рынок и т. п. Не являются исключением и информационные среды — радио, телевидение, Интернет... У них свои законы. Их необходимо учитывать, с ними необходимо считаться, к ним нужно гибко приспосабливаться, по мере необходимости бороться, по мере возможности побеждать.

И всегда быть готовым к встрече с тенью.

РОССИЙСКОЕ КИНО НА ПОРОГЕ ПЕРЕМЕН: ФИЛЬМЫ В ЖАНРЕ ХОРРОР

Жанры ужасов в культуре

Страх — самое древнее и сильное из человеческих чувств, а самый древний и самый сильный страх — страх неведомого, а в конечном счете, смерти. Ужас — чувство сильного страха, испуга, приводящее в состояние подавленности, оцепенения, трепета.

Обратимся к этимологическому словарю русского языка Фасмера.

Ужас — род. п. -а, ужаснуться, ужасный, укр. ужах, жах «страх, ужас», ужахнути «напугать», блр. ужаслівы «страшный», др.-русск. ужась, ужась «страх, ужас», ст.-слав. оужась, (Остром., Супр.), цслав. жасити «пугать», пржась «ужас, неистовство», болг. ужас, ужасен, чеш. *uzas* «изумление, ужас», *zas* «ужас», *zasnouti* «изумиться, прийти в ужас», словц. *uzas* «изумление, ужас», *uzasnut* «изумиться», *zasnut* — то же, польск. *przezasnac sie* «поразиться, ужаснуться». Трудное слово. Возм., связано чередованием гласных с **gasiti* (см. *гасить*), ср. греч. «гашу», гомер., «неугасимый», аор., ион. «погасить, подавить, утихомирить», лит. *gesti, gestu, gesau* «гаснуть, кончаться»; см. Педерсен, *IF* 5, 47; Бернекер I, 295. Кроме того, предполагали родство с лит. *issigasti, issigastu* «испугаться», *nusigasti* — то же, *gandinti* «пугать»; см. Шефтеловиц, *IF* 33, 155 и сл.; Младенов 560 (но ср. относительно лит. слов Френкель, *Lit. Wb.* 138 и сл.). Соблазнительно в семантическом отношении, но затруднительно ввиду вокализма сближение с гот. *usgaisjan* «пугать», *usgeisjan* «изумляться, приходиться в ужас» (см. Мейе, *Et.* 178; *MSL* 9, 374; 13, 243; *Mi. EW* 406; Маценауэр, *LF* 16, 175 и сл.; Фик I, 414; Младенов, там же), см. еще о них Файст 531¹.

Несмотря на близость двух понятий — страх и ужас, все же попытаемся их разграничить. Ужас — это конечная фаза, рожденная страхом или множеством страхов. И ужас, и страх могут являться лишь в виде эмоций, и тогда мы можем говорить об их родстве, как психоэмоциональных элементах нашего сознания. Но ужас может переходить и в другую ипостась, смещаясь к «материальному», воплощаться в демонах, вампирах, оборотнях и т. д. — то есть, быть конечным. Страх же является лишь нашей внутренней реакцией на какие-то определенные обстоятельства. Внутри «страшного» выделяется еще и «зловещее»². Одним из главных эффектов действия страха является возможность манипуляции сознанием как отдельного человека, так и общества в целом. В жизни человека страх является фундаментальным фактором,

определяющим поведение человека, поэтому он используется как элемент управления³.

Веками культура продуцирует и накапливает предметы страха. Л. Леви-Брюль писал: «Мы боимся болезни, которую постоянно встречаем вокруг себя. Не смерти боимся мы, а страдания. Мы боимся коварных духов жизни, воздуха, моря, земли, которые могут помочь злым шаманам причинить вред людям. Мы боимся духов мертвых, как и духов убитых нами животных. Вот почему и для чего унаследовали мы от отцов все древние правила жизни, основанные на опыте и мудрости поколений. Мы не знаем, как что происходит, мы не можем сказать, почему это происходит, но мы соблюдаем правила, чтобы уберечь себя от несчастья. И мы пребываем в таком неведении, несмотря на шаманов наших, что все необычное вызывает у нас страх. Мы боимся всего, что видим вокруг себя. Мы боимся всех невидимых вещей»⁴.

В этом заключается одна из важнейших функций культуры — преодоление универсального базового страха человечества: страха хаоса, осознания собственной конечности. Преодоление страха в ней происходит посредством его «называния», опредмечивания и локализации в конкретном персонаже или явлении. Нельзя победить хаос, но можно уничтожить маньяка, олицетворяющего и производящего хаос⁵. Разумеется, базовый страх при этом не исчезает, а потому требуется «бесперебойное производство» все новых предметов страха взамен побежденных. И здесь важную роль играет искусство. Вампиры и оборотни, сумасшедшие ученые и безумцы, шпионы, террористы и инопланетяне — каждая эпоха рождает как собственных «героев страха», так и отчасти наследует тех, что были созданы ранее. Во всех видах искусства сформировались специальные жанры «ужасов». Специальной задачей произведений в этих жанрах становится атмосфера, призванная напугать зрителя, вселить чувство тревоги и страха, создать напряженную атмосферу ужаса или мучительного ожидания чего-либо ужасного — так называемый эффект «саспенс» (от англ. *suspense* — неопределенность). В последнее время империя ужасов получила название «хоррор» и охватывает не только искусство, но и область компьютерных игр. Согласно Дэвиду Кроненбергу, «основа хоррора — в том, что мы не знаем, как умрем»⁶.

Заставить зрителя увидеть то, что нельзя показать, хотя бы на секунду выпустить на экран энергию хаоса — вот сверхзадача любого фильма ужасов, не важно, осознают это его создатели или нет. Только в этом случае возможно эстетическое переживание страха, с которым и связано рождение хоррора как авторского произведения. Читатель готического

романа наслаждался своим страхом. Альфред Хичкок называл свои триллеры «тортами», потому что он умел смаковать страх. Suspense — классический пример эстетического переживания страха путем растягивания его на максимально длительный промежуток времени. Но саспенс только тогда становится саспенсом, когда помимо этой динамической составляющей, относящейся по большей степени к классическим повествовательным структурам, появляется другая, которую мы условно назовем «статической». Состояние «стазиса», своеобразного ступора, в который впадает жертва при приближении опасности, и в которой открывается страх⁷.

Проблематика жанра в России: самобытность или копия?

В настоящее время признаком, обеспечивающим жанровую идентификацию произведения как фильма ужасов, является наличие в нем сложного комплекса драматургических, стилистических, технических приемов, предполагающих постоянное экспериментирование с языком повествования, психологией восприятия, использованием архетипов и мифов массового сознания. основополагающим же признаком является страх, наличие зловещего и ужасного, страшной тайны и т. д. На российской почве «ужасная» литература и кино не получили широкого распространения, как это произошло на Западе и в США⁸. В русской литературе 1830–1840-х годов занимали особое место «повести ужасов» и фантастические рассказы. Сюда можно отнести «Уединенный домик на Васильевском» В. П. Титова, «Лафертовскую маковницу» А. Погорельского, «Концерт бесов» М. Н. Загоскина. Нельзя не вспомнить и повесть Гоголя «Вий». Однако большой популярности и дальнейшего развития этот жанр не обрел. Чрезмерная эстетизация зла, заигрывание с дьявольскими силами - все это противоречит православному мироощущению. Рискну предположить, что это является одной из причин, по которой horror не так широко распространился в русской литературе и в экранном творчестве. Другим важнейшим фактором является цензура в СССР, благодаря которой советский человек избавлял свое сознательное и бессознательное от «лишних» заокеанских фильмов.

Эти враждебные СССР элементы не могли просочиться через железный занавес. Но отсюда возникает еще один немаловажный вопрос. Почему тогда современное российское общество до отказа заполняет кинотеатры на мировых премьерах «ужастиков», читает Стивена Кинга, причем как в переводе, так и в подлиннике, слушает готическую музыку и т. д.? Откуда такой безудержный интерес к фактически чужеродной культуре?

Новое российское кино в жанре хоррор

Дело в том, что российский хоррор делает свои первые шаги, поэтому неудачи на первых порах — дело вполне естественное. Другой вопрос — это перспективность этого жанра в России. Или, по-другому, приживется фактически чуждый нам жанр на экране и как отреагирует на его появление российская публика? Опыт появления в 1990-х западных произведений в жанре хоррор свидетельствует о популярности этих картин. Российский зритель проявил невиданный интерес к ужасам, и сейчас любая премьера фильмов такого рода собирает полные кинозалы.

Российский фильм «Ведьма», снятый по мотивам повести Гоголя «Вий», потерпел если не провал, то, по крайней мере, вызвал как у рядового зрителя, так и у специалистов разочарование. В глаза с первых кадров бросается попытка режиссера копировать атмосферу западного ужаса. Автор не идентифицирует героев, место действия с Россией. Действие происходит явно не на русской земле, и уж тем более не на украинской. Все имена, название городка, машины, улицы — все сделано по западным шаблонам. И даже не всегда акцентированное попадание актера «в губы» на озвучании, наводит на мысль, что это специальный режиссерский прием, нацеленный на то, чтобы еще больше дать зрителю установку: не наше кино! Блеклая актерская игра, невыразительный сюжет и навязчивая атмосфера ужаса, которым пропитан каждый кадр, не оставляют приятных эмоций от просмотра картины. Звуковое решение заслуживает отдельного внимания. Дело в том, что ощущение единого целого, когда смотришь фильм, не создается. Звук и изображение не сосуществуют друг с другом. Многие элементы фильма отсылают к западным образцам: тревожные шумы, музыка, звуковой дизайн, прекрасно переданная шумовая атмосфера. Но нет ощущения целостности, создается диссонанс между звуком и изображением. Желание охватить зрителя паникой приводит к краху, а искусственно натянутый «американизм» рождает ощущение чего-то второсортного, скучного и никому не интересного. Надо сказать, что режиссер далеко ушел от гоголевского произведения. Так, журналист Айван, которого играет Валерий Николаев, осознает силу веры и получает за это вознаграждение. Силы добра помогают ему победить ведьму, главный герой остается жив. Мотивация такого персонажа, как ведьма — ее роль исполнила Евгения Крюкова, — не совсем четко обозначена в картине. Известно, что копия хуже оригинала. Исключением не стала и «Ведьма» Олега Фесенко. Что хотел сказать и показать режиссер? Какую идею хотел донести до зрителя? Создается впечатление, что идеей было показать всей стране, что мы можем де-

ать фильмы не хуже Голливуда, что наши специалисты умеют создавать спецэффекты, а актерская школа едва ли не лучшая в мире. Стоит ли говорить, что картина не имела большого успеха...

Копируя Запад, наш кинематограф лишает себя самобытности, теряет еще четко не сформировавшийся стиль и почерк. Безусловно, работая в чужом для нас жанре, мы обязаны отталкиваться от того, что уже создано другими. Но копировать и (что самое печальное) непрофессионально копировать — это совсем другое. Возможно, русская культура и русская почва имеет все предпосылки для создания собственных, самобытных «ужасов». Фантазии здесь нет предела, ничего почти не создано и не открыто. «Цепляться» можно и за исторические факты, и за мистификации, и за сказки. Убежден, что в России есть почва для создания собственных, неповторимых и самобытных фильмов в жанре хоррор.

Фильм А. Стриженова «Юленька»

Место действия — провинциальная глубинка России. Персонажи, в отличие от фильма «Ведьма», явно угадываются в повседневной жизни, взяты хотя бы учителя Андрея Белова — следователя и директора гимназии. Интерьер, дома — все очень близко российскому зрителю. Разве что девочки-гимназистки одеты на западный манер (и это сразу начинает бросаться в глаза). Скорее это исключение из правил. Это необычная гимназия с необычными учениками. Даже если это и было некоторое подражание, то место действия одновременно с природой не отрывают нас от российской действительности, перенося в воображаемый мир автора. Ощущение, что это что-то чужеродное и не российское возникает только в поведении девочек-гимназисток, Юленьки, ее мамы. Но от этого фильм не перестает терять свою «органику».

В фильме есть такие кадры. Действие происходит в машине. Камера с крана. Общий план. Едет машина и выезжает из кадра. Камера поворачивается на 90 градусов. После того, как она выезжает из кадра следует укрупнение на болото с кустами, начинает звучать тревожная тема. В болоте лежит труп мужчины. Машина выезжает из кадра, уже с фарами. Заметно стемнело. Общий план — машина едет по горному серпантину. И зритель должен понять, что это проклятое место. Получается клише из западных фильмов жанра ужасов. Приходят на ум отрывки из фильма Стэнли Кубрика «Сияние». Возникает тема гор. Горы в мировой мифологии означают жилище богов. На гору совершается восхождение, подобное восхождению к мудрости. Нарастающее напряжение и музыка, движение автомобиля к гиблому месту в темноте.

«Юленька», таким образом, имеет ряд характерных для западных хорроров элементов. Но эти элементы вкрапляются в ткань произведения, базирующегося на основах российской действительности. Поэтому «Юленьку» можно рассматривать как попытку автора создать самобытное кинопроизведение.

Фильм В. Шмелева «С. С. Д.»

У недавно вышедших в прокат фильмов «Фобос-клуб страха» и «С. С. Д.» есть немало общих закономерностей. В обоих фильмах герои — тинейджеры, звезды, наркоманы, тусовщики, готы⁹ — олицетворение сегодняшней российской молодежи, сталкивающейся с советским прошлым, которое не сулит им ничего хорошего. В фильме «Фобос» (от греч. *phobos* — страх) место действия — подземный бункер сталинских времен, специальный секретный объект номер четыре. Бывшее бомбоубежище перестраивается под клуб «Фобос». Ночью герои собираются все вместе, и наркоман-DJ случайно нажимает на красную кнопку. Двери бункера автоматически закрываются, и герои остаются наедине со своими страхами. Наибольшую интригу и интерес зрителей вызывает советский антураж, которым окружены герои. Это портреты Сталина, архивные папки с документами, бюст Ленина, старые мины, запасы воды, вентиляция. За молодыми людьми, таким образом, гонится страшное советское прошлое.

В фильме В. Шмелева «С. С. Д.» авторы также решают обратиться к недавнему прошлому. Действие происходит в заброшенном пионерском лагере, где сохранилась атмосфера того времени. Начало фильма по-настоящему захватывает: 1984 год, вожатую и ее парня в лесу убивает маньяк с крюком — своего рода стереотип «ужасного». (Например, в фильме «Я знаю, что вы сделали прошлым летом», режиссер Д. Гиллеспи или в американском телесериале «Сверхъестественное» 7-ой эпизод, режиссер Д. Джексон., оружие убийцы — крюк. Убийца с крюком вместо руки встречается также в фильме «Кэзимэн», режиссер Б. Роуз, 1992.) За убийством наблюдает мальчик. Действие начинает разворачиваться уже в 2008 году, когда происходит кастинг участников в съемках реалити-шоу в этом самом лагере. Герои должны выполнять различные задания, но правила игры неожиданно меняются. Начинается борьба за выживание. Таинственный голос посредством старых средств связи в лагере дает команды своим жертвам. Нужно сказать, что многие сцены сняты высоко профессионально, соответствуя всем законам жанра. Маньяк с крюком, которого зритель видит только ближе к концу фильма, но даже не догадывается, что именно он виновник всех бед; собаки, насмерть загрызающие людей, отрезанные голо-

вы и самое главное — неожиданный финал. Все соответствует стилистике хоррора. Таковы общие характеристики этих фильмов.

Мы можем сделать следующий вывод. Российское кино в этом жанре старается «быть самим собой», чего стоит хотя бы обращение авторов к советским символам и мифам, но не без оглядки на мастеров западных фильмов ужасов. Оба эти фильма опираются на один инструментарий при создании ужасного. «Иррациональное и ужасное проникло в коллективное бессознательное, изменив нашу жизнь навсегда»¹⁰. В России же есть место и иррациональному, и историческим ужасам. 1937 год — это кровавый период в истории СССР. Снимать документальный фильм о страшных репрессиях, лагерях, тюрьмах, НКВД, Бериин, Сталине... это уже ужас. Не надо даже ничего выдумывать и писать сценарии. Факты говорят о страхе и ужасе. В таком состоянии пребывало население всей страны. Историческая память распространяется и на наше поколение. Этот пример показателен для ответа на вопрос, по какой причине у нас не активно снимают кино в этом жанре сейчас и по какой причине оно было запрещено в советское время. Когда закончились ужасы исторические, на авансцену стали пробиваться первые ростки отечественных хорроров. Это произошло в относительно благополучные «нулевые» годы 2000–2010 годы. Это случайность или закономерность? Когда жизнь страны в целом обходится без потрясений, благосостояние населения увеличивается, страна одерживает спортивные победы, растет экономика — населению нужен стресс? Это гипотеза, на которую мы не можем дать однозначного ответа, но это одна из возможных причин, почему режиссеры обращают свои взгляды на хоррор.

Актуальность развития жанра хоррор в России

«Российский ужас» имеет все перспективы стать самобытным, оригинальным жанром, взяв какие-то технологические приемы у зарубежных картин. Попытку прямо копировать кинозритель так и будет воспринимать как копию—однодневку. Западный хоррор брал за основу литературных героев, использовал литературные сюжеты. В России тоже есть романтическая литература, а также «ужасные» и фантастические повести и рассказы, на которые можно опереться при создании фильма ужасов. Публика проявляет интерес к этому жанру массовой культуры, а значит, имеет смысл и продюсерам вкладывать средства в молодой кинематограф ужасов, поддерживая смелые идеи и творческие неординарные мысли. И сам факт, что хоррор в России может существовать в различных областях культуры и искусства. Молодые художники обращают внимание на этот жанр. Естественно, сразу все не получится, и мы это понимаем. Но по истечении небольшо-

го отрезка времени на российские экраны вполне могут начать выходить приличные картины, оригинальные для всего мира, а не только для России.

¹ Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М., 2007. С. 572.

² Фрейд З. Фрейд З. Художник и фантазирование. М., 1995. С. 266.

³ Леви-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении. М., 1994.

⁴ Там же. С. 378.

⁵ Э. Фромм. Бегство от свободы. Человек для себя. Пер. с англ. — М.:

⁶ Комм Д. Технологии страха. // Искусство кино (М.). 2001. № 11. С. 98–107.

⁷ Аронсон О. В. Коммуникативный образ. Кино. Литература. Философия. М.: 2007. С. 234.

⁸ Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М.: 2006.

⁹ Готы — субкультура, которая появилась в конце семидесятых годов двадцатого века. Как и многие молодежные субкультуры, культура готов появилась на волне пост-панка. Стиль готов включает в себя интерес ко всему мрачному, к мистике, к черным или кроваво-красным цветам в одежде.

¹⁰ Скал Дэвид Дж. Книга ужаса: История хоррора в кино. Спб., 2009. С. 117.

Избранная фильмография жанра

«Ведьма», режиссер О. Фесенко. «Лизард Фильм», 2006.

«Вий», постановка К. Ершова, Г. Кропачева. Киностудия «Мосфильм», 1967.

«Гадкие лебеди», режиссер К. Лопушанский. Proline film, 2006.

«Дракула», режиссер Тод Броунинг, Universal Pictures, 1931

«Крик», режиссер Уэс Крэйвен, Dimension Films, Woods Entertainment, 1996.

«Кэндимэн», режиссер Б. Поуз, Universal studios, 1992.

«Мертвые дочери», режиссер Павел Руминов, Централ Парнтершип, 2007.

«Путевой обходчик», режиссер И. Шавлак, Импортфильм, Monumental Pictures 2007.

«Сверхъестественное», режиссер Джексон Д., 2005.

«Сияние», режиссер С. Кубрик. Warner Brothers, 1980.

«Фобос-клуб страха», режиссер О. Ассадулин, Art pictures, 2010.

«Юленька», режиссер А. Стриженов, Интерфест, Ялта-фильм, 2009.

«Я знаю, что вы сделали прошлым летом», режиссер Джим Гиллеспи, Columbia Pictures, 1997.

Интернет-ресурсы

<http://horror.about.com/od/horrormoviesubgenres/a/slashers.htm>
www.1horror.ru
www.4gots.ru
www.filmsite.org
www.forum.horrors.ru
www.horrorland.ru
www.horror-movie.ucoz.ru
www.horrorzone.ru
www.lib.berkeley.edu/MRC/horrorbib.html
www.mediaknowall.com
www.nightmares.ru
www.ugasfilms.com
www.wikipedia.org

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ СЕРИАЛ
«ВСПОМНИ, ЧТО БУДЕТ»:
ЗНАНИЕ БУДУЩЕГО КАК УГРОЗА НАСТОЯЩЕМУ

Эссе

Зрители Первого канала получили возможность смотреть по пятницам недавно запущенный в производство телекомпанией The Walt Disney Company ABC сериал FlashForward («Вспомни, что будет»). Премьера FF в США состоялась 24.09.2009 г., у нас — спустя неделю. Новинку в Сети тут же окрестили «бомбой замедленного действия», способной взорвать рейтинги и выбить с насиженных высот «Остаться в живых» (Lost) и «Обмани меня» (Lie to me). А может быть, и подобраться к феноменальному успеху «Доктора Хауса». Судя по данным официального сайта сериала, зрелище нашло свою аудиторию. Однако говорить о запредельной популярности шоу пока рано. Напротив, многими отмечается, что в последнее время рейтинг немного понизился. К показу готово тринадцать эпизодов первого сезона и запланировано четыре полных сезона. Правда, на сегодняшний день руководство ABC после проката десятой серии решило сделать перерыв до марта 2010 года. Этот, судя по всему, рекламный ход призван слегка потомить зрителей, выдержать их в неведении относительно развития сериальных событий. Заодно распускаются слухи о возможном закрытии проекта, что также подогревает интерес к зрелищу.

Сценарий «FF» представляет собой телевизионную адаптацию одноименного романа Роберта Джеймса Сойера (Robert James Sawyer), который специализируется на научной фантастике. Его книги отмечены многочисленными литературными премиями. Но в проекте Соейр занимает, скорее, символическую должность творческого консультанта и автора сценариев нескольких эпизодов. Главная ударная сила шоу — сценарист-тяжеловес Дэвид Гойер (David Goyer), знающий, что может увлечь публику. Он подготовил литературную основу «Блэйда», «Призрачного гонщика», «Бэтмэн: Начало» и прочая и прочая.

В жанровом отношении сериал построен по модели фильмов-катастроф. И хотя после 11 сентября было много разговоров о том, чтобы не будить лихо, апокалиптические ожидания тем не менее востребованны. На фоне глобального кризиса ужасы грядущего неплохо продаются. «Явление» (2008), «Знамение» (2009), «2012» (2009) и многие другие фильмы отбивают внушительную кассу. Но до того, как за дело взялся Дэвид Гойер

ер, нас пугали инопланетянами, термоядерной войной, техногенными и природными катастрофами, потопами, новыми ледниковыми периодами, эпидемиями, космическими столкновениями и т. д. и т. п. Теперь же источником вселенской беды становится не землетрясение или мутанты, а само знание (информация).

Фабула «FF» основана на том, что однажды все население Земли разом потеряло сознание, погрузилось в сон на 2 минуты 17 секунд. Из этого состояния не всем посчастливилось выйти живыми. Те же, кто пришел в себя, через некоторое время обнаруживают, что в своем сне они оказались в будущем. Мгновенное перемещение во времени открыло то, что случится через 6 месяцев, 29 апреля 2010 года. Получается, что все население Земли в результате загадочного явления узнало свое ближайшее будущее.

Казалось бы, это замечательно! Ведь человек во все времена хотел угадать будущее, чтобы жить в предсказуемом настоящем. На вопросы любознательных сородичей в древности отвечали маги-прорицатели, волхвы, жрецы, оракулы. Потом появилась наука. Специально обученные люди на основе расчетов взялись предсказывать, что произойдет в будущем на основе просчета. Разольются ли реки? Каков будет урожай маслин? Нужно ли скупать валюту? Но наука не отменила магию и не заменила ее собой. Сейчас, как и во все времена, человеческая слабость — желание знать свое будущее — обеспечивает каждодневный заработок многочисленным астрологам, колдунам, гадалкам и экстрасенсам. И вот в результате катастрофы, унесшей жизни 20 миллионов, каждый из сериального человечества «FF» обрел свою порцию знания! Теперь не нужно изучать гороскоп друидов или обращаться к магам. Все, что случится, и так всем известно.

Для каждого персонажа фильма это разное знание. Кто-то увидел, что казавшийся прочным брак распался. Кто-то видит себя с прекрасной незнакомкой. Отец, похоронивший и оплакавший дочь, видит ее живой. Раковый больной в последней стадии, приготовившийся покончить с жизнью, увидел себя живым и здоровым. Некоторые вообще ничего не видели и решили, что они не доживут до 29 апреля. Увиденное меняет ход жизни каждого (эти изменения составляют содержание всех эпизодов сериала) и каждого заставляет по-разному реагировать на полученное знание.

Сюжетный ход с неожиданно обретенным всем человечеством знанием возвращает нас к древнейшей мировоззренческой проблеме: обладает ли человек свободой воли или он лишь винтик в механизме, приводимом в движение богами, силами природы, прогрессом, развитием материального базиса, генами или чем-то еще? Что остается человеку, если его жизнь уже кем-то просчитана? Выяснить, кто просчитал и... обидеться. Или как ва-

риант — набить морду. Вслед за получением достоверного знания о будущем возникает страх и непонимание, как поступать дальше.

Мы действительно хотим знать как можно больше, но одновременно боимся не только того, что узнаем нечто ужасное (неприятное), но и самого знания. С этим нужно что-то делать, чтобы вновь обрести свободу воли. Человек боролся с богами (богом) за власть. Сегодня мы живем в мире, в котором богом (источником власти) является информация. Мы накапливаем информацию, строим все более точные теории и математические модели, которые позволяют просчитать развитие очень многого, включая в расчеты все большее количество факторов. Таким образом, знание перемещается с небес на землю — и, казалось бы, долгожданная свобода обретена. Но это совсем не так. Человек, стремящийся к абсолютному знанию, боится быть окончательно просчитанным. С одной стороны, хочет, но с другой — обрета желаемое знание, вдруг выясняет, что с исполненным желанием непонятно, как жить дальше. Вновь бороться за право на свободное волеизъявление?

В сериале рассматриваются разные варианты реагирования персонажей на полученное знание. Одни принимают как данность то, что с ними случится. А что может случиться, известно всем: каждый умрет. И если момент смерти известен, то делать можно все, что хочешь. Так и поступают те члены всемирного клуба «Синяя рука», которые согласились со страшным известием о моменте своей гибели. Многие пускаются перед смертью во все тяжкие. Когда агенты ФБР проникают в один из подпольных филиалов клуба, то застают там публику за садо-мазохистскими развлечениями. Оргии прекращает спецназ. Но зачистка мало что дала в плане ответов на экзистенциальные вопросы. Людям очень удобно точно знать, что произойдет. Тогда они ни за что больше не отвечают и не испытывают тревоги. Состояние тревоги, ожидание неизвестного, неопределенного наиболее мучительно для человека. Бояться чего-то понятного и конкретного намного проще. А если ничего изменить нельзя, то возникает иллюзорное ощущение полной свободы и избавления от главного — от себя и собственно выбора, от ответственности. Но этот недолгий и опасный путь свободы возможен только при осознании близкой смерти. Человек руководствуется лозунгом «все дозволено, если я знаю, что скоро умру». С такими людьми, возглавляемыми вождями-нигилистами, нельзя договориться, на них невозможно повлиять, они на многое готовы и мало чего боятся. Например, из них рекрутируются наемники, напавшие в одном из эпизодов на хороших парней из ФБР. Понятно, что члены клуба «Синяя рука» не нравятся власти. Правда, власть толком не знает, что с этими фаталистами делать.

Филиал ликвидировали, лидера (проповедника смерти) арестовали, но осталось ощущение, что спецслужбы моральную схватку проиграли. Наверное, в последующих сериях у романтиков из ФБР найдутся не только силовые, но и интеллектуальные аргументы против демагогов жизнеотрицания.

Другие персонажи «FF», принимая неизбежность будущего, пытаются изменить предопределенность, которая не оставляет им права на выбор и лишает даже иллюзии свободы воли. Если будущее известно, то где же место человека после такого открытия? Возможно, самого его уже нет. Вариантов борьбы с судьбой в этом случае немного. В сериале спецагент Эл Гофф (Ли Томпсон Янг / Lee Thompson Young), узнав из видения, что он по неосторожности убьет мать двоих малышей, решает на сильный ход. Не желая становиться причиной несчастья (а это будет произвольное действие, которого невозможно избежать сознательными усилиями), он покончил с собой. Тем самым герой устраняет из будущего важную деталь, себя, и делает неизбежное – невозможным. Эл готов, скорее, умереть, отстаивая свою независимость от чьей-то высшей воли. Жизнь как плата за возможность не быть слепым орудием судьбы – для некоторых это не слишком дорого. Инженер Кириллов из «Бесов» Ф. М. Достоевского, чтобы доказать «самый полный пункт» собственного своеволия, решает убить себя лишь для того, чтобы заявить о своем неприятии божественной воли.

После самоубийства предопределенность уже не может быть реализованной и предсказуемость будущего устраняется. Бросившись вниз с крыши высотного здания ФБР (эпизод № 7), Эл выказывает своеволие, которое можно понимать либо (в духе рассуждений Кириллова) как «атрибут божества», либо, напротив, как главный признак самой что ни на есть человечности.

Третьи персонажи сериала рассматривают свое видение как некий план или указание, которому нужно следовать в жизни. Например, сотрудница ФБР Дженис Хоук (Кристин Вудс / Christine Woods), увидев себя беременной, решает завести ребенка, хотя до затмения она не планировала иметь детей. Японская девушка, занимающаяся робототехникой и получившая долгожданное место в корпорации, вдруг обнаруживает, что жить в жестком и несправедливом мире строгих иерархических правил ей некомфортно. Она решает, вопреки воле родителей, бросить все, взять гитару и отправиться навстречу тому будущему, которое показало ее видение. Девушке предстал мир собственных непринимаемых желаний, и это помогло ей сделать выбор.

Мир чисел и алгоритмов отбрасывается, он заменяется миром чувств, импульсивных действий — миром любви и свободного искусства. Это, воз-

можно, и есть мир жизни. Молодой человек, доктор Брюс Барли (Захари Найтон), которого японка видела во сне в момент вспышки, считал себя обреченным. У него диагностировали последнюю стадию рака, вероятность излечения для него была иллюзорна. Но, как показало его видение, через шесть месяцев он будет жив, здоров и влюблен в прекрасную японскую девушку. Такое будущее хочется принимать и пытаться всеми силами способствовать его реализации. С одной стороны, зритель видит реальность, в которой сверхточные медицинские аппараты и специалисты высокой квалификации рисуют мрачную картину скорой и мучительной кончины Брюса. И все это вроде бы выводится на основе объективных научных данных. С другой — образ видения, в котором не аналитические схемы и показания приборов, а чувство (вера и любовь) открывает перед героем дверь в будущее.

Герой отправляется в Японию (эпизод № 9, Believe), невероятным образом узнает, где работала его будущая возлюбленная, ее имя, адрес и приходит к ней домой. Но, увы, Кейко там уже нет. Она, следуя предсказанию, идет за своим желанием. Мы видим, что ничего не подозревающие молодые люди летят в Сан-Франциско в одном самолете. На этот раз их встрече быть не суждено. Зато зрители получают однозначное указание: будешь слишком суетиться — ничего не получишь. Нужно расслабиться, доверять процессу, и все случится само собой — как оно и должно быть. Так постепенно в сериале выстраивается ненавязчивый антициентистский манифест.

Рассмотренные три варианта реагирования на открывшееся будущее задают крайние точки пространства возможных стратегий. Тип реакции может быть смещенным, и связь человека с реальностью — не столь однозначной.

Более сложной, исполненной трагического пафоса фигурой оказывается спецагент ФБР Марк Бэнфорд (Джозеф Файнс). Во время затмения он увидел себя в кабинете своего офиса перед инфодоской. На этой карте оперативника были вывешены материалы ведущегося расследования причин этого самого затмения. Там были снимки с мест преступлений, фотографии людей, карты, какие-то надписи, обрывки ежедневников с пометками, датами и многое другое. Кроме того, Марк увидел людей в масках, которые по какой-то причине пришли за ним, чтобы убить. Он убежден, что его видение — ключ к разгадке причин катастрофы. С этим соглашается шеф, Стэн Уэдек (Кортни Вэнс), он по собственной инициативе создает группу, и та приступает к работе над делом «Мозаика». Получается, что содержание видения Марка становится основанием для того, чтобы расследование действительно началось. Сон есть явь! Всплывают детали, позво-

ляющие предполагать, что происшедшее неслучайно и за всем этим «кто-то стоит». Камера слежения на стадионе зафиксировала человека, который не потерял сознание, как все остальные. Постепенно вырисовываются контуры какой-то таинственной организации. Действие сериала переходит в привычный боевик, где хорошие герои сражаются с силами зла. Злодеев нужно найти и обезвредить. Но для этого Марк должен расшифровать символы своего видения. Каждый артефакт карты памяти спецагента Бэнфорда что-то обозначает, и за каждым что-то скрывается. Расшифровка загадок из видения Марка составляет сюжет отдельных серий, зрителей приглашают к выдвиганию версий, и реальность сериала смыкается с виртуальной реальностью организованного (КЕМ?) в Интернете сайта.

Создатели сериала ведут незатейливую, но весьма эффективную игру со зрителем, пытаясь втянуть его в интерактивное пространство шоу, которое теперь уже не ограничивается телевизионным экраном. Зритель должен почувствовать себя одним из участников медийного события. Так, на форуме официального сайта сериала один дотошный поклонник «FF» собрал стену расследования глобальной катастрофы из видения Марка. Он не поленился составить список из 35 ярлыков, за каждым из которых скрывается какая-то интрига. Пользователи сайта тут же включились в разгадку головоломки, принялись гадать и обсуждать на блогах, что именно скрывают артефакты. Наверное, участники могут отождествляться с пользователями всемирного сайта «Мозаика». Успехом пользуется и онлайн-игра, угадайка «Join The Mosaic». По мотивам шоу создана и неплохо продается ее вторая версия.

Сайт «Мозаика» был создан Дженис Хоук, активной соратницей Марка Бэнфорда. Он был призван помочь сотрудникам ФБР вести расследование катастрофы. Но кроме этого каждый человек, переживший затмение, мог поведать миру о своем видении и, возможно, встретить в реальности того, с кем был в будущем. Составляется таким способом глобальная картина будущего из множества фрагментов, пикселей. Это гораздо больше, чем сайт знакомств или модель социальных сетей. Если рассматривать «Мозаику» в качестве виртуальной карты, то в сериале показывается, что образы этой карты формируют ландшафт социальной территории.

Характер Марка Бэнфорда полон противоречий. С одной стороны, он, как античный герой, исполнен решимости точно следовать своему предназначению, року. С другой — Марк считает, что можно изменить судьбу, повлиять на события в настоящем, если знаешь, что произойдет. Свое видение герой рассматривает как окно в будущее, которым следует воспользоваться с выгодой для себя. Зная, что его брак под угрозой, он пытается

сохранить семью. Узнав из видения, что его может убить человек с татуировкой, Марк сам убивает наемника с такой татуировкой. Правда, чуть позднее выясняется, что есть целая команда головорезов, где у каждого одна и та же наколка на руке (три звездочки). Тем не менее герой пытается противостоять судьбе. Он хочет спасти, пусть и ценой карьеры, жизнь друга, Демитрия Ноа (Джон Чо). Тот ничего не видел во время затмения. Отсутствие видения — знак смерти. Марк и Демитрий ведут собственное расследование причин возможного убийства. Хотят найти убийцу, чтобы предотвратить катастрофу. Они даже выходят на след оракула, женщины с иранскими корнями, предупредившей Демитрия о том, что его убьют. Друзья, нарушая приказ шефа, отправляются в Гонконг, встречаются с таинственной дамой и узнают от нее, что Демитрия якобы должен убить Марк. Во всяком случае, выстрелы будут произведены из его пистолета. Сюжетный ход, достойный трагедий Софокла! Теперь парни из ФБР пытаются понять, кто их просчитал? И можно ли его зафиксировать, обезвредить и привлечь к ответственности. Ведь если никто ни за что не отвечает, то за этим обязательно должна стоять чужая злая воля. Если что-то произошло, то обязательно должен быть за это ответственный. Именно он вмешивается в естественный ход вещей. Злодей (злодеи) имеет слишком большую власть и его непременно надо найти. Но где искать таинственного врага? В своем воображении?

Судя по всему, авторы сценария «FF» черпали вдохновение из разных и весьма многочисленных источников, к которым в том числе относится и «Солярис» А. А. Тарковского. Однако история со скачком сознания в будущее подозрительно напоминает фабулу трилогии «Воображляндия» из мультсериала «Саут-Парк» Мэта Стоуна и Трэя Паркера. В этих сериях рассказывается про то, как юные обитатели городка Саут-Парк попали в волшебную страну Воображляндию. Там живут милые, выдуманные людьми персонажи мультфильмов. Но обитателям фантастической реальности угрожает опасность: на них напали террористы, которые разрушили барьер, отделяющий мир злых героев от добрых, и монстры воображения начали уничтожать добрых выдуманных персонажей.

Есть в этом мультфильме и спецслужбы, и военные, пытающиеся бороться с террористами, атаковавшими «наше» воображение, и ученые, создавшие временной портал, позволяющий с грехом пополам проникнуть в виртуальную реальность. Кстати, в одном из эпизодов «Вспомни, что будет» зрители узнают, что причиной затмения могли стать эксперименты ученых, проводящих опыты на какой-то сверхсекретной установке (ускоритель плазмо-кильватерной волны). Может быть, виноваты во всем ученые? Об

этом зрителям «FF» намекают ближе к шестому эпизоду, когда в кадре, к радости многочисленных поклонниц, появляется таинственный и немного грубоватый Саймон Кэмпос (Доминик Монаган). Его герой, гений квантовой физики, соблазняет незнакомку в поезде байками про коша Шредингера. Это мысленный эксперимент, призванный показать неполноту наших знаний о состоянии объекта, то есть коша, который, в зависимости от контекста (съел или не съел отравленные сардинки) либо жив, либо мертв. А до того, как наблюдатель определит его состояние, и жив, и мертв. Словом, если объект оставить в покое, не наблюдать за ним (изначально — не открывать ящик, в котором сидит кот), то его состояние как раз и определяется суперпозицией, смешением двух состояний. Кстати, Марк и сотоварищи в течение многих серий только и делают, что открывают «ящик с котом» и тем самым приводят в действие один из вариантов развития события. Как правило, худший из возможных. Но все ради благой цели, конечно.

Возможно, установка, о которой в десятой серии рассказал журналистам ученый-физик Ллойд Симкоу (Джек Дейвенпорт), дала сбой или не все последствия ее работы удалось просчитать. Но вспоминается портал воображения из «Саут-Парка», который вроде бы должен помочь военным навести порядок, уничтожить воображаемых террористов. А на самом деле он служит не только пропускным пунктом «туда». Сквозь него проникают «оттуда» монстры, исчадия человеческих фантазий (Челведьсвин, к примеру), уничтожающие своих создателей.

Воображляндия — это содержание хороших и плохих коллективных фантазий. В мультсериале, повлияв на воображение (сломав барьер между злыми и добрыми обитателями мультяшной реальности), можно вызвать катастрофу в «настоящей» реальности. В «FF» катастрофа также запускается через сознание людей, которые просто получили небольшую порцию знания о том, что будет. Но какова природа этого знания? Как оно было построено, что при этом учитывалось и кем? Можно допустить, что кто-то приоткрыл ящик с котом Шредингера. Ответы на все эти вопросы и предположения неизвестны. Для большего напряжения и привлечения зрителей развитие сюжета сериала держится втайне даже от самих актеров. Однако принципиально может быть два варианта ответов — мистический и психологический.

В первом случае будущее записано на небесных досках или иных носителях внемногого происхождения. Есть намек на то, что к катастрофе могут быть причастны инопланетяне. В некоторых сериях упоминается про мертвых птиц. Массовый падеж пернатых (воронов) был зафиксирован везде и в том числе в Сомали, где спутники обнаружили среди песков

странные сооружения. Кто-то построил загадочные башни в безжизненной пустыне без всяких коммуникаций. Но кто?

Во втором случае будущее определяется содержанием наших мозгов. Хотя разница невелика, т. к. мистическая реальность — всего лишь скрытая метафора психической реальности. При вземном происхождении знания о будущем герои, как можно ожидать на основе десятой серии, начнут борьбу с вселенским злом. При земном — наверняка обнаружится, что источник всего плохого, как и всего хорошего, — их собственные страхи и желания. С этим сложно бороться, потому что чем больше будешь говорить или думать о возможной опасности, тем с большей вероятностью эти опасности будут реализовываться. Чего стоит мелодраматический сюжет, в котором Марк ревнует жену к ее видению. Оливия Бэнфорд (Соня Уолгер) увидела во время затмения, что в их доме другой мужчина (Ллойд Симкоу), к которому она якобы испытывает чувство. На основе этого Марк домысливает, что Оливия его не любит, что она что-то скрывает и т. д. и т. п. Уже сейчас герой немало преуспел в том, чтобы испортить отношения с женой лишь на основании труднообъяснимого видения. Получается, что негативный образ будущего при определенных условиях подчиняет себе настоящее и разрушает его. Если домыслить в следующих сериях разрыв Марка и Оливии, то кто в этом будет виноват и что в реальности послужило причиной ухудшения отношений идеальной пары? Пророчество видения, страхи или бессознательные проекции Марка вызвали бред ревности? В мире людей причины и следствия легко могут меняться местами. Изменение образа будущего приводит к изменению настоящего, что во многом верно. Субъективная реальность объективна по последствиям, и магического действия «самоосуществляющегося пророчества» никто не отменял.

Разрушительные события, катастрофы и в реальности часто запускают через сознание людей. До 11 сентября падение небоскребов проигрывалось во многих фильмах. Это была пугающая фантазия, существовавшая как злая часть Воображандии. Казалось, что игры с этой фантазией позволяют приручить ужас и сделать его элементом виртуальной игры. Но монстры воображения выбрались наружу, и то, что было сюжетным ходом из фантастических фильмов, стало реальным ужасом. Как связаны наши страхи и реальность? Могли сцены фильмов вдохновить преступников, подсказать им план? И как после этого относиться к собственным пугающим предположениям? Неужели воображение — это внутренний враг, которого нужно контролировать? Но кто и какими средствами обеспечит контроль над воображением? И что останется после этого от свободы воли?

Обычная стратегия власти состоит в том, чтобы обозначить врага за пределами группы и перенести агрессию как можно дальше от себя. Это способствует сплочению масс и вообще очень удобно для управления. Но чем больше мы узнаем об устройстве мира и о социальной реальности, тем яснее понимаем, что любой внешний враг — это лишь проекция внутреннего врага. Фантазируя о возможных негативных событиях, представляя в подробностях ужасы последствий какой-нибудь беды, мы не только очерчиваем в своем сознании ее контуры (моделируем событие), но и некоторым образом способствуем воплощению катастрофы в реальности.

Фильмы-катастрофы эксплуатируют коллективные страхи перед неопределенностью, проигрывая худшие варианты развития событий, показывая, что будет с человечеством, если упадет астероид, все замерзнет, всех зальет и вообще наступит то, чего никто не мог предсказать. «FF» добавляет в список потенциальных опасностей само знание о будущем, показывая, что иногда оно может быть разрушительно для настоящего.

В момент написания статьи сериал не закончился, интрига держится под большим секретом, но можно предположить, что объединенные усилия простых парней из ФБР победят ученых с их стремлением «все предсказать» и доверие к хорошим мечтам окажется сильнее страха.

ОБРАЗ ВОЙНЫ КАК НОВОГО МОНСТРА В ЯПОНСКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ

Конституция Японии, известная как «Пацифистская», уникальна в своем роде. И уникальность эта закреплена 9-й статьей, в которой говорится: «Искренне стремясь к международному миру, основанному на справедливости и порядке, японский народ на вечные времена отказывается от войны как суверенного права нации, а также от угрозы или применения вооруженной силы как средства разрешения международных споров.

Для достижения цели, указанной в предыдущем абзаце, никогда впредь не будут создаваться сухопутные, морские и военно-воздушные силы, равно как и другие средства войны. Право на ведение государством войны не признается».

Однако образ войны, его воплощение никогда не исчезали из японской культуры: кино, телевидение, комиксы манга и анимэ всегда активно эксплуатировали вечную тему противостояния одних другим. А в последние десятилетия эта тема стала одной из ключевых для понимания тех изменений, которые претерпело японское общество.

Не будет преувеличением сказать, что тема войны является одной из самых востребованных и разработанных в мировой культуре в целом. Художники, писатели, режиссеры пытались не только отобразить ужасы военных действий и сладостную радость побед, но и переосмыслить пережитый опыт, проанализировать феномен войны во всех его гранях, отразившихся на ходе развития культурно-исторического процесса. Новый виток интереса к данной теме особенно ярко проявился накануне шестидесятипятилетнего юбилея со дня окончания Второй мировой войны. С одной стороны, временная удаленность позволила говорить о событиях тех лет более непредвзято, стали доступными некоторые из архивных материалов. С другой стороны, пришли новые поколения, для которых эта война лишь несколько глав из учебников. Потому-то и возник социальный заказ в разъяснении собственной истории, определившей судьбу всего мира. Кроме того, реалии наших дней ставят перед современным человеком такой перечень вопросов, задач и проблем, разобраться в которых невозможно, не обратившись к концепту войны (путь успеха — путь войны, глаголы, отражающие успех: продвигнуться, подняться, шагнуть вперед, достичь, покорить вершины, взобраться на самый верх).

Япония не стала исключением. Почти сразу же после капитуляции стали появляться романы, повести, поэтические сборники, посвященные неприятию войны как формы решения конфликтов (литературное направление Сэнгоха), отказу от идей милитаризма, страхам перед угрозой ядерной катастрофы (Ибусэ Масудзи, Хотта Есиэ, Оэ Кэндзубуро и другие). Новый этап острого интереса к данной теме пришелся на период крушения экономики мыльного пузыря (1990-ые годы), обозначившего кончину сложившейся за послевоенные годы системы ценностей (система пожизненного найма). Нация, лишенная привычных ориентиров, была вынуждена искать новые: вопросы преодоления отчужденности, самоидентификации, укорененности стали ключевыми. Вследствие этого время, вошедшее в историю страны как «потерянное десятилетие», обернулось для культуры изобилием. Жанры хоррора и исторического романа завоевали и кино, и телевидение, и литературу, пристальный интерес был обращен к культуре малых народов Хоккайдо и Окинавы. Безусловно, одно из центральных мест в проблематике художественных произведений было отведено концепту войны. Однако сам груз пережитого диктовал несколько иной, отличный от западноевропейского, подход к переосмыслению тягостного опыта. Во-первых, Япония испытала на себе все ужасы атомной бомбардировки. Во-вторых, перенесла унижительную для народа, не знавшего горечь поражений, капитуляцию. В-третьих, пережила отказ императора Хирохито от своего божественного происхождения (в Японии члены императорской семьи были не помазанниками Божиими, но потомками богов на Земле). Все это определило специфику разработки понятия войны в японской культуре.

Логика развития культуры определяет тот материал, который необходимо привлекать для анализа. В данном случае мы обращаемся к массовому искусству (комиксам манга, кинолентам, телевизионным фильмам и анимэ). Ведь, как метко отметил в своей статье «Японская ментальность в зеркале детективного сериала» Е. В. Маевский: «В массовых жанрах, в комиксах, дешевом чтive и ежедневном телевизионном «мысле» общие места национального сознания очень хорошо видны, потому что их не забывает яркий свет авторской оригинальности»¹. В отечественной науке изучение манга и анимэ – явление новое и носит фрагментарный характер, поэтому нам представляется важным кратко рассказать об истории этих культурных явлений, обращаясь к трудам иностранных исследователей (Го Тиэй, Кинко Ито, Фредерик Шкодт).

Слово «манга» может быть буквально переведено на русский язык как «причудливые, забавные картинки» и соотносится с печатной продукцией, изобилующей изображениями, объединенными сюжетом, иначе говоря,

комиксами. Полагают, что это понятие было привнесено в японский язык знаменитым мастером «укие-э» (картины изменчивого мира) Кацусико Хокусаем (1760–1849). Освоение ксилографической печати в Японии открыло новую эру: большую популярность приобрели отоги-дзоси, укие-дзоси и другие жанры, представляющие собой «книги с картинками» (причем связь текстового и изобразительного могла быть прямой — иллюстрация написанного — или ассоциативной). Именно «книги с картинками» принято считать прародителями современных комиксов манга. На сегодняшний день они включают в себя самые разные жанры (от любовных романов до переложения литературной классики, например, в Японии существует «Преступление и наказание» в комиксах) и охватывает различные возрастные группы.

Слово «анимэ» происходит от английского animation (анимация, одушевление) и служит для обозначения анимационных фильмов. По мнению исследователей, японские анимэ считаются логическим продолжением манга, так как в основе большинства фильмов лежат именно комиксы. Первый японский анимационный фильм был снят в 1917 году. С тех пор японская анимация претерпела значительные изменения, сложилась довольно разветвленная жанровая система, появился канон, различные стили и собственные классики (Осаму Тэдзука, Хаяо Миядзаки, Кацухиро Отомо). В настоящее время влияние анимэ столь велико, что говорить о японской культуре, не затрагивая этот феномен, представляется ошибочным. Популярность анимэ уже давно не ограничивается только Японией: фильмы выходят в мировой прокат и собирают внушительное количество ведущих кинематографических наград («Оскар», «Золотой медведь», «Золотой лев»).

Печальный опыт Японии определил несколько основных трендов, ярко проявившихся в визуальной культуре. В первую очередь это демонизация науки и прогресса, породивших атомную бомбу. И в серии комиксов, и в полнометражном анимэ «Акира» (1988) — мрачной антиутопии, рисующей Японию будущего, именно наука признается ответственной в крушении цивилизации и начале Третьей мировой войны. Ученые изображены болезненными фанатиками, лишенными моральных принципов и одержимыми навязчивой идеей заглянуть за границы дозволенного. Эта тенденция идет в разрез с послевоенной традицией облагораживания науки, когда массовая культура активно оперировала концепциями «мирного атома». Например, серия анимэ «Могучий Атом — космический герой» (Посол Атом), повествующая о приключениях мальчика — робота (1952–64), защищающего мир и покой. Персонаж ученого — безутешный

отец, похоронивший сына, погибшего в автомобильной катастрофе, создает робота, наделенного безграничной силой, но использующего ее только во благо.

Подобные попытки переписать или даже уничтожить собственную историю являются одной из основных отличительных черт научной фантастики, что было тонко подмечено Фредриком Джеймсоном в эссе «Прогресс versus Утопия»². Ведь знание или представление об истории напрямую коррелирует с вопросом самоидентификации, с пониманием места, отведенного нации в мировой системе координат. И с этой точки зрения тема войны приобрела в последнее время особое значение. Мировая глобализация, крах империй и смена характера ведения военных действий (так называемая «новая война» после терактов 11 сентября) сказались на оппозиции «свой — чужой». В настоящее время трудно провести разделительную черту между этими понятиями. Концепт войны в культуре как крайнего проявления конфликта стал тем самым водоразделом, теми нетипичными обстоятельствами, вынуждающими раскрыть глубинные дифференциальные признаки. В фильме Фукасаку Киндзи «Королевская битва» (2001) зритель узнает, что в ближайшем будущем экономический кризис вынудит правительство запустить образовательный проект «Королевская битва», смысл которого сводится к тому, что выпускной класс школьников будет вывозиться на необитаемый остров. Ученикам раздадут оружие и дадут три дня, чтобы убить друг друга, так как победитель в этой игре может быть только один. В ходе фильма каждому из персонажей придется решать сложные нравственные задачи, демонстрируя полный спектр поведенческих моделей (пацифизм, союзничество, индивидуализм).

Но может ли победитель в такой войне чувствовать себя победителем? Этот вопрос достаточно однозначно решается в японской культуре. Поражение во Второй Мировой войне задает не привычную парадигму «победитель — проигравший», но строго «проигравший». В комиксах, фильмах и аниме война либо не закончена (всегда ощущается угроза новых атак), либо персонаж выходит из нее растерянным и раздавленным.

В этом проявляется еще одна особенность осмысления образа войны в Японии. Вне зависимости от жанра все художественные произведения отличает ярко выраженный антивоенный характер, хотя традиция эпических повествований о похождениях самураев существовала с XII века (военные эпопеи Гунки). Радость победителей, торжество военной мощи, успех новых завоеваний, традиционные для ряда американских, европейских и отечественных лент, отсутствуют в японских картинах. Напротив, они про-

никнуты тоской и обреченностью. В фильме «Ямато» (2005), повествующем о судьбе экипажа одноименного линкора, основное внимание отводится раскрытию душевных качеств героев. Зритель же, зная до окончания фильма, развязку (корабль будет потоплен, из 3000 человек в живых останутся менее 300), опереживает персонажам. Да и рекламный слоган фильма усиливает эффект: «Они всего лишь хотели защитить свою любовь, свои семьи, свою отчизну» (это еще один пример к вопросу о попытках переписать историю).

Как мы уже отмечали ранее, в последние десятилетия изменился сам характер войны. Японский исследователь Такахаси Тосио³ утверждает, что война в современном мире стала обыденной реальностью. Череда террористических актов, прокатившихся по всему миру (США, Испания, Великобритания, Россия, Израиль и т. д.), — одно из подтверждений этой теории. В этой новой войне сложно определить воюющие стороны, сложно обозначить начало и конец, трудно сформулировать конкретные цели. Таким образом, повседневная война стала войной невидимой, что в свою очередь нашло отражение и в культуре. В кадре нет военных действий, но зритель отчетливо чувствует ее отравляющее дыхание. В анимэ Хаяо Миядзаки «Принцессе Мононоке» вырубка леса и добыча железной руды осуществляется для производства оружия, в военных целях, для некой невидимой машины, поглощающей природу. В его же «Порко Россо» действие фильма разворачивается где-то на Адриатике в 30-х годах, когда итальянский фашизм уже обретает свою силу. В фильме «Навсикая из долины ветров» война двух соседних государств грозит обернуться гибелью всего живого, причем опасность войны концентрируется в механическом циклопе. То есть война переосмысливается как затаившийся монстр, способный в любой момент нанести удар. Она больше не фон, но самостоятельный персонаж. Образ войны сгущается из тревожных предчувствий, мучительных подозрений, таинственных происшествий. Подобное переосмысление привнесло в японскую культуру и новый идейный подход к концепту монстра: на смену традиционному «появился монстр, убей монстра» пришло новое «появился монстр, человек, изменись». Кроме того, и на образ монстра, и на образ войны большое влияние оказал процесс глобализации. Развитие средств связи, транспортных систем и культурная интеграция существенно повлияли на пересмотр географии чудовища. В современных фильмах Годзилла переплывает через океан, Франкенштейн свободно путешествует по миру и Джек Потрошитель поджидает свою жертву далеко за пределами Лондона, можно смело говорить о переходе от локального, национального к общемировому, транснациональному монстру. Те же изменения наблюдаются и

в восприятии войны. Научная фантастика рисует апокалипсические картины звездных войн с разрушением целых галактик. Ряд японских психологов утверждают, что человек больше не испытывает страха, если разрушения не носят общемировой характер, что подтверждается и современными фильмами (уже привычными стали кадры разрушения самых узнаваемых достопримечательностей по всему миру, призванные показать масштаб трагедии).

Важным нам представляется отметить, что переосмысление образа войны как нового монстра в культуре осуществляется по двум направлениям, намеченным Эндрю Тюдором⁴. Первый (менее востребованный в настоящее время) — это угроза, идущая извне, герои сталкиваются с внешней силой. В анимэ-сериале «Евангелион» (1995–1996) речь идет о войне между (так называемыми) ангелами и землянами, группой молодых ребят, пытающихся защитить Землю, используя биороботов. Второй — угроза, идущая изнутри: члены семьи, друзья или сам главный персонаж может стать источником угрозы для будущего человечества. Так, в уже упомянутой ленте «Акира» случайность приводит к необратимым мутациям в теле одного из персонажей. Он чувствует, как обретает безграничную силу, но чувствует точно так же, что эта сила ему неподконтрольна. В финале она приведет к ядерному взрыву, уничтожившему Токио.

В завершение хотелось бы отметить, что тема войны вечная. Новое время будет диктовать свой угол зрения, свое понимание и отношение к вопросу вооруженного противостояния. И нам лишь остается надеяться, что подобная рефлексия в будущем будет направлена на исторические факты, но не будет вызвана событиями наших дней.

¹ Маевский Е. В. Японская ментальность в зеркале детективного сериала. // Ломоносовские чтения 2002, секция Востоковедение. — Материалы научной конференции. Москва: МГУ. 2002. С. 86.

² Fredric Jameson, Progress versus Utopia, or, Can we imagine the Future? // Science Fiction Studies. Vol. 9. 1982. P. 152.

³ Takahashi Tosio, Horaa shyousetsu-de meguru gendaibunkakuron. Tokyo: Takarajimasha shinsho. 2007. P. 121–123.

⁴ Andrew Tudor, Monsters and Mad scientist: A cultural history of horror movie. Oxford: Basil Blackwell Ltd. 1989. Pp. 22, 214.

ЯПОНСКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДЕТЕКТИВНОГО СЕРИАЛА

Художественная проза, драматургия, кино — прекрасные источники сведений о таких понятиях, как менталитет, национальный характер, система общепринятых ценностей того или иного народа. Заметим при этом, что с данной, достаточно специальной точки зрения «низкая» литература представляет не меньший интерес, чем «высокая», произведения жанровые не менее полезны, чем уникальные. А может быть, и более полезны. В массовых жанрах, в комиксах, дешевом чтиве и ежедневном телевизионном «мысле» общие места национального сознания очень хорошо видны, потому что их не забывает яркий свет авторской оригинальности.

Автор настоящего доклада на протяжении последнего десятилетия имел возможность подолгу (по нескольку месяцев подряд) смотреть японские телевизионные сериалы, главным образом криминальные, и отслеживать проявляющиеся в них этнокультурные стереотипы. Имена создателей этой невысокого разбора телепродукции названы не будут, так как имена эти, особенно сценаристов и режиссеров (в отличие, может быть, от актерских имен), мало кого интересуют: по существу такая продукция, будучи тривиальной, безымянна. Однако сделанные нами наблюдения представляются нам отнюдь не тривиальными.

Прежде всего бросается в глаза, что образы и сюжеты японского криминального «телемыла» сплошь и рядом противоречат устоявшемуся общему мнению о сдержанности японцев. Когда заходит речь о японском национальном характере, то в числе первых, самых заметных его черт всегда отмечается нелюбовь к прямому выражению чувств. «Выражать при посторонних сильную радость, печаль или страх считается у них неприличным», — писал еще в 1904 году русский японовед Г. Востоков. «Степень языковой оформленности эмоций, негативных и позитивных, относительно невысока, и они слабо направлены на окружающих», — вторит ему современный исследователь японской устной речи П. Тумаркин.

Персонажи телепродукции, ставшей объектом наших наблюдений, по большей части как раз весьма несдержанны в своих поведенческих проявлениях. Так, в мелодраматических сюжетах японского телевидения очень много слез — несравненно больше, чем в аналогичных телекинолентах Запада и России. В одной из серий семейной драмы «Судзуран» («Ландыш»), долго занимавшей телеэфир в 1999 году, героиня на собрании до-

мобладелец микрорайона разъясняет свое намерение построить в этом микрорайоне на свои деньги детский сад «Ландыш» и, стремясь добиться согласия слушателей, трогательно рассказывает о собственном сиротском детстве; при этом находящийся здесь же ее сын (или какой-то другой молодой родственник, не знаю точно кто, смотрел не все серии) едва сдерживает слезы. Показано, как у него дергаются губы, и вообще вот сейчас заревет в голос. Причем по сюжету это вполне обыкновенный мужчина, житейски адекватный. В нашем кино я такого что-то не припомню. Во всяком случае, у нас мужские персонажи в голос не рыдают — разве что в пьяном виде. Москва и Нью-Йорк слезам не верят.

В криминальных фильмах драматическое напряжение поиска, погони и поимки в кульминационный момент сплошь и рядом разрешается слезами. Представьте себе: команда полицейских наконец-то загнала преступника в угол, тот, обезумев, хватает кого-нибудь из преследователей или вообще ни в чем не повинного постороннего человека и держит его на мушке или под лезвием в качестве заложника. Тогда самый бесстрашный из полицейских начинает уговаривать его бросить оружие и сдаться. Уговоры идут долго, но в конце концов преступник рушится наземь, сотрясаемый рыданиями, и «пушка» или «перо» упадут из рук его. Ну хорошо, преступник психически неуравновешен. Но потихоньку слезами начинают обливаться все, присутствующие полицейские тоже. Среди них, как правило, бывает хотя бы одна женщина. Однако и мужчины плачут! Мне представляется, что это для современного японского теледетектива общее место — примерно так же, как американский боевик обязательно должен завершаться единоборством плохого и хорошего героя, и не где попало, а на фоне заводского или иного высокоиндустриального пейзажа, причем почему-то совершенно пустынного. Разумеется, благодаря доблести и ловкости хорошего героя плохой непременно гибнет, низвергаясь с высоты доменной печи или насаживаясь на острый крюк подъемного крана. Японские финалы не столь жестоки, но они не в пример истеричнее.

А вот сюжет криминального фильма, шедшего по каналу «Тэрэби Асахи» осенью 1999 года. Сюжет интересен еще и тем, что основан на чрезвычайно характерном для японской ментальности мотиве личной обязанности благодетелю (ср. японские выражения он — «благодетение» — и онгаэси — «отплата за добро»). Проявления этой обязанности могут принимать формы, непривычные и странные для носителя иной культуры.

Сотрудница полиции, молодая красивая женщина по имени Сакура, поздно вечером идет по уединенной местности и слышит какой-то шумный разговор. При ближайшем рассмотрении выясняется, что спорят двое

мужчин, причем один из них в конце концов сбрасывает другого с моста, и тот погибает. Сакура видела убийцу в лицо и пытается его догнать, но безуспешно: дорога разветвляется, и, куда пошел убийца, неизвестно. По дороге Сакура встречает некую девушку и спрашивает ее, не видела ли она мужчину и куда он пошел. Та отвечает, что никого не видела.

По вещам, найденным при убийстве, полиция выходит на того человека, которого видела Сакура. Это довольно страшноватый, с виду немолодой мужчина. Он, однако, все отрицает. В момент убийства был в кино. И вообще, извините, тороплюсь, у дочки завтра свадьба.

Находят девушку, которую Сакура встретила тогда близ места преступления (зовут ее Сатоко). Показывают ей портрет предполагаемого убийцы. Она говорит, что этого человека не видела и не знает, а шум слышала, и тот, кто убежал с места убийства, был молодой и на велосипеде.

Полиция в недоумении. Сакура обижена, потому что ее свидетельству как-то не очень верят. Она начинает следить за Сатоко. Есть основания думать, что Сатоко кого-то покрывает. Сатоко обнаруживает слезку, пытается убежать, Сакура настигает ее, и Сатоко в отчаянии признается — ни много ни мало, что это она убила того человека. Чему, впрочем, все равно никто не верит.

В конце концов выясняется, что десять лет назад в провинции маленькая беззащитная Сатоко подверглась где-то в людном месте нападению пьяного хулигана. И спас ее тот самый человек, которого Сакура опознала как убийцу. (У него очень характерная внешность.) Спустя много лет Сатоко приехала в Токио и поселилась неподалеку от дома этого человека. Она его узнала и хотела поблагодарить, но все не представлялся случай.

Так вот теперь он представился. В присутствии сотрудников полиции Сатоко торжественно благодарит этого зверски выглядящего убийцу за то, что он ей тогда помог. А преступник, уже разоблаченный, столь же торжественно благодарит Сатоко за то, что она его покрывала и тем самым задержала расследование на день или два, позволив ему выдать замуж дочку.

Нечего и говорить, все плачут. Сатоко плачет, Сакура плачет, убийца (при всем его зверском виде) плачет, и даже у самых мужественных полицейских на глаза навертываются скупые мужские слезы.

Хорошо, это в кино. А как в жизни? Опыт моего общения с японцами в реальных житейских ситуациях не настолько богат, чтобы дать мне право делать обобщения. Но вот два примера, подаренных мне русскими коллегами. Одна из сотрудниц нашей кафедры, долгое время работавшая в Японии и посещавшая родительские собрания в японской школе, где училась ее дочь, вспоминала, как на одном таком собрании оживленно обсуж-

далась проблема беременности одной из учительниц, которой пришлось уйти «в декрет» раньше, чем предполагалось. Матери учеников одна за другой подходили к этой учительнице, сочувственно касались ее животика и желали ей родить здорового ребеночка (это обязательная ритуальная фраза при общении с будущей мамой). И все плакали. И учительница, и родительницы.

А наши стажеры, обучавшиеся в университете Сока (в этой аудитории все, конечно, знают, что это за университет и какие масштабы принял в нем культ личности основателя, патриарха, Сэнсэя — Дайсаку Икэда), рассказывают, что когда в университете проводятся массовые праздники — а они проводятся часто — и на них нередко выступает сам Икэда, то по ходу его выступлений все плачет и даже приносят специальные полотенца, чтобы вытирать слезы. Так принято.

Конечно, несдержанность внешних проявлений — это не обязательно слезы. Там же, на японском телевидении, узаконена по крайней мере еще одна разновидность нарочито нескромного поведения. Я имею в виду специфические манеры телевизионных personalities, всякого рода ведущих в развлекательных программах, так называемых тарэнто (от англ. talent). По большей части это молодые мужчины или юные юноши, а чаще девушки, ведущие себя перед камерой в высшей степени раскованно, чтобы не сказать развязно. Они нарочито веселы, иногда визжат, кривляются — в общем, играют непосредственность, спонтанность поведения, отсутствие стесняющих факторов, работая в значительной мере на молодежную аудиторию (и, надо полагать, создавая образцы для подражания).

Вероятно, такую совсем неяпонскую, казалось бы, несдержанность можно объяснить тем, что в системе представлений японцев о том, как следует себя вести, сдержанное поведение составляет лишь один из поведенческих полюсов, проявляющихся в формальных ситуациях, в то время как в ситуациях неформальных наблюдается противоположный полюс, и расстояние между полюсами очень велико, больше, чем в западных культурах. Крайняя церемонность предполагает в качестве неперменного противовеса крайнюю же разнузданность. Современное «телемыло» не обнаруживает здесь ничего нового: схожие особенности поведения прослеживаются, например, в традиционном японском театре, особенно в театрах Кабуки и Бунраку, а также в гравюре укиез — все это любимые художественные утехи городского сословия в Японии XVII–XIX веков.

Интересно, что «высокие» жанры литературы и кино считаются, должно быть, по ведомству формальных ситуаций. Вспомним хотя бы широко известный у нас фильм Такэси Китано «Фейерверк» («Ханаби») о полицей-

ском, пошедшем на преступление, и его безнадежно больной жене. Фильм заканчивается долгим молчанием главных героев, будничными словами жены «Спасибо. Извини» и двумя выстрелами за экраном, но зрителю ясно, что произошло совместное самоубийство, синдзю. Вот тут действительно сдержанность. А в неформальных ситуациях (в частности, в «низких» жанрах) японская художественная жизнь за это отыгрывается, да еще как.

Кстати, коль скоро зашла речь о синдзю, то нельзя не упомянуть, что совместное самоубийство по сей день является в японском массовом кино распространеннейшим сюжетным мотивом. Не далее как в феврале этого (2002) года в Японии мне случилось видеть криминальный телефильм, где преступница совершает убийство, мягко говоря, необычным для западного детективного жанра способом: она договаривается со своим бывшим возлюбленным, уезжающим по делам в Америку, — а он-то и есть намеченная жертва, — что в назначенный день и час они оба покончат с собой, и хотя по воле обстоятельств они не будут при этом физически вместе, суть дела не изменится, речь идет именно о совместном самоубийстве по сговору. В качестве замещающего символа она дарит мужчине свой носовой платок и просит иметь его при себе, когда он будет бросаться вниз с высокой скалы где-то в Аризоне. То есть они бросятся вниз как бы вдвоем. Мужчина честно выполняет обещание, а женщина нет. По платочку-то ее и вычисляют. И открывают судебное дело по обвинению в убийстве. Происходит все это, заметьте, не в далеком прошлом, а в наши дни.

Не хочу сказать, что в нашей стране (или в наших странах) никто никогда не плачет публично, что у нас не принято одаривать добром за добро или не бывает совместных самоубийств. Я лишь хотел бы подчеркнуть, что побуждения и поступки такого рода обсуждаются и оцениваются в Японии совсем иначе, чем на Западе.

О КЛИПОВОСТИ МАССОВОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

В настоящее время, время научно-технического прогресса, время информационных технологий, виртуализации коммуникации, социализация проходит сквозь призму массмедиа. Скорость информационного потока во много раз превосходит скорость его восприятия и интерпретации в сознании человека, что позволяет интенсивно и эффективно воздействовать на сознание и мышление человека, наносить точечные удары на уровне глубинных структур сознания. Важно учитывать глубинные пласты человеческой психики на уровне массового, группового или индивидуального сознания, формируемого в течение всей жизни человека (через семью, ближайшее окружение «хороший / плохой», политические и пр. организации, СМИ).

Устойчивой тенденцией последних лет становится подъем политики населения и одновременной апатичности, о чем свидетельствуют опросы общественного мнения. Это связано, с одной стороны, с обновленческими процессами в политике, с преодолением состояния отчужденности человека от политической сферы, с другой стороны, с возрастающей ролью самой политической сферы в обществе, усилением интенсивности политической деятельности, а также с усилением роли массмедиа, пропаганды и антипропаганды.

Отмечается клиповость массовой медиакультуры¹, которая заключается в том, что СМИ наработали определенный инвентарий и механизмы вербального и невербального влияния на сознательные и подсознательные мыслительные процессы человека, его чувства, волю. Навязывается стереотипичность клипового восприятия фрагментов действительности, тиражирующихся в выпусках новостей, аналитических передачах, ток-шоу, рекламах, кинофильмах и т. п. Сознательное придание знаковости клиповым фрагментам действительности оказывает сильное воздействие на сознание адресата (Путин / Медведев думает, Путин / Медведев озабочен, Путин / Медведев шутит, Путин / Медведев грозит, депутаты делят портфели, страна пьет пиво «Клинское», «Пивовар», «Старый мельник» и др., кофе «Nescafe», чай «Беседа», сок «Наш сад», «Моя семья», «Добрый», ест шоколад, спасается от перхоти, ржавчины, насекомых, футбольных и религиозных фанатов, террористов и природной стихии, кормит домашних животных, смотрит сериалы, боевики, участвует в ток-шоу, играх («Поле чудес», «Как стать миллионером» и т. п.) и выборах, террористических актах, в борьбе со стихией и т. д.).

Фотографическая память и аналитические способности человека приводят к сопоставлению аудиовизуального материала и интерпретативных образов и последующему наложению их друг на друга. Чем примитивнее созданные клиповые образы, тем эффективнее воздействие на структуры сознания человека. На подготовленную почву легче ложатся предлагаемый имидж политических и общественных деятелей, их программы и проводимая политика. Особенно ярко отражают сегодняшнюю ситуацию дети, которые озвучивают те элементарные клиповые образы, насаждаемые массмедиа (цитирование рекламы, ярких слов и выражений, моделей поведения из «мыльных опер», программ новостей, ток-шоу). Человеческое сознание — это всегда *tabula rasa*, характеризующаяся степенью открытости для воздействия, которая зависит от многих факторов (пол, возраст, национальность, уровень образованности, социальный статус и др.).

Примечательно, что массмедиа становятся жертвой самих себя, не успевая осмысливать происходящие процессы в обществе. Часто мы наблюдаем поверхностные информационные материалы, порой противоречивые. СМИ являются первоисточником слухов, так как многочисленные цитирования в бешеной гонке информации порождают искажения не только формы, но и содержания. Наиболее прозрачна некачественность информации в манипуляции с цифрами, например, при указании количества жертв различные СМИ дают разные данные. Здесь встает вопрос о профессионализме и этике журналистов.

При оказании влияния СМИ на массовое медиасознание большое значение имеет мотивация: чувство неудовлетворенности жизнью, социальная и духовная замкнутость, потребность в новом качестве общения, стремление к самоутверждению и самореализации как личности; карьерный рост, амбициозность и т. п., выявление причин недовольства политическим курсом, действий, направленных на устранение политического руководства и др.

Формирование массового медиасознания осуществляется путем критического осмысления социальной действительности, рационализации чувственных представлений человека, обобщения имеющейся информации в СМИ. Кроме того, необходимо осознание групповых целей, например, целей партийного или политического движения, т. е. присоединение к уже сформулированным оценкам и нормам гражданского поведения, а также эмоциональное приобщение к вере в справедливость тех или иных политических идеалов. Объективная принадлежность человека к тем или иным группам не означает, что у него сформировано или сформируется соответствующее данным интересам медиасознание. Иначе говоря, человек

вполне может руководствоваться предполитическими, потестарными воззрениями, основанными на неосознанной идентификации, повседневной, бытовой принадлежности к этническим и др. общностям и предполагающими не идейную, а поверхностную, эмоциональную духовную связь своих членов. В результате полной деиндивидуализации личности, ее духовной растроянности в группе постоянно рождаются болезненные страхи, социо- и этнофобии, экстремизм, холопство, популизм.

Проблеме влияния языка на сознание, на программирование психических процессов и других функций нервной системы посвящено также множество психолингвистических и нейролингвистических исследований². Интерес представляет изучение нервной системы и психических процессов, формирующих язык и отражающихся в нем.

Организация и направление поведения человека происходит при помощи стратегий и тактик, образованных из языковых и нервных паттернов, как, например, фрагментация сознания, разрушение ощущения времени, экспансия массмедийных образов.

— Фрагментизация сознания через феномен «клиповости» сообщений и образов, а также их смысловой несвязанности — психологическая ассоциация срочности с важностью³. Сообщения с анонсом «срочно», о чем бы они ни были, воспринимаются зрителем как суперважные, превращая в его сознании иерархию ценностей в хаос. Равно суперважными при этом оказываются и начало войны в Югославии или Южной Осетии, и теракт в метро, и заявление о разводе поп-звезды, и сообщение о фундаментальном научном открытии, и результат последнего футбольного матча и т. п. Плюс к этому прерывание любых сюжетов (от острого политического анализа до художественной кинотрагедии) крайне контрастными в отношении основного контекста по смыслу, стилю, аудио- и видеоряду, громкости рекламными вставками и клипами — всегда автоматически включает те же самые психологические механизмы срочности, важности, создавая в головах у зрителей совершенно чудовищную, бесструктурную «смысловую кашу». Поток информации, который всегда воспринимается нашим сознанием как фрагменты единого текста, при подобной трансляции аккумулирует смысловые ошибки. В сознании конфликтуют соседние фрагменты текста, различные компоненты текста (речь, видеоряд, аудиосопровождение, цветовые и темпо-ритмовые качества фрагментов). Кроме того, ошибка нередко возникает между текстом СМИ и бытийным, жизненным контекстом. Тем самым поток конфликтных образных фрагментов представляет мозаичную культуру⁴, распад единства жизни, поскольку не может укладываться в со-

знании, а тем более выстраиваться в нечто целостное (смысловое, миро-воззренческое, мотивационное).

Например:

Кружка правильного пива — и все в твоей жизни правильно.

Моя любимая бочка — золотая бочка в банке. (TV, 2003.)

— Разрушение ощущения времени. Одновременно с «распадом единства жизни» в сознании происходит то, что называется «распадом ощущения времени». Телевидение создает в сознании зрителя виртуальное «время спектакля», которое, во-первых, разорвано и может вовсе не коррелировать с реальным временем и, во-вторых, характеризуется «ампутацией смысла». Появление феномена «разорванного», «клипового» массового сознания соотносится с экспансией «гуманитарных технологий» в СМИ. В связи с этим весь информационный и культурный текст, который СМИ «сервируют» своим потребителям (т. е. читателям и зрителям), есть «Большое Шоу» самодостаточных образов, не нуждающееся в едином соотношении с (якобы отсутствующей) реальностью событий, пространства и времени. От того, что постмодернистская тенденция в массмедиа отрицает необходимость следования реальности, роль этих самых СМИ во влиянии на реальность, в управлении обществом через образы не исчезает и не снижается.

Например:

Высокие технологии

Профессиональная состоятельность

Успешный бизнес

Семейные ценности

Визуальное выражение социальных культов XXI века

Средний класс

Внимание: Фотоконкурс на FINN FLARE

www.finnflare.ru

Одежда

Престиж и привлекательный образ

Самостоятельность человека

Уверенность в себе

В гармонии с собой

Призы для всех участников

Прочность и перспективы союза FINN FLARE и покупателей подтверждаются непрерывным расширением программ продаж.

— Экспансия массмедийных образцов жизни приводит к достаточно хорошо известному синдрому «безумия потребления», т. е. когда все слои пытаются дотянуться до экранных «виртуальных стандартов» (в России и других странах третьего и четвертого мира). Люди отказываются от старых стереотипов, от способов и механизмов своего существования в прошлом ради показанного через «виртуальные образы», через экспансию образцов, но недостижимого, «светлого настоящего и будущего». И при этом на слом прежней идентичности накладывается слом вообще любых траекторий развития — хотя бы потому, что пытаются интегрироваться не в культуру Запада, а в ее виртуальный, экранно-витринный, не укорененный нигде миф.

Например:

— Звук имеет форму.

Техника Vitek Austria — техника для жизни. Для хорошей жизни!

— Fujifilm Держи крепче!

Стартует новая акция!

Купите любую пленку Fujifilm, и Вы можете выиграть настоящий автомобиль!

Пленка №1 по продажам в Японии!

Наиболее семиотически активными по всем вербальным и невербальным показателям являются такие СМИ, как телевидение и Интернет. Интернет, объединяя качественные характеристики всех остальных видов средств массовой информации, отличается высокой степенью интертекстуальности, гипертекстуальностью, интерактивностью, а также вслед за телевидением отражает, порождает и развивает клиповость массового сознания на рубеже XX–XXI веков. У человека, воспринимающего мир через Интернет, возникает ценностно-смещенная картина мира, и в дальнейшем правда или ложь теряют свою оппозицию в едином потоке словоформ и картинок. Проявление метафоризации: «Так говорит Альтависта» (название поисковой системы), «Интернет открывает мир», иллюзия всевластия. Иметь становится важнее, чем быть (по Э. Фромму). Например, У мальчика было трудное детство — он воспитывался без родителей, один, в Интернете. (Календарь, 2001). Нельзя недооценивать роль радио и особенно печатных изданий, степень доступности которых на сегодняшний день остается высокой. Анализ СМИ позволяет прогнозировать общественно-политические процессы, реконструировать историю.

Для достижения поставленных целей участникам медиадискурса необходимо умело создавать яркий образ в сознании адресата (аудитории,

целевой группы, электората и т. п.), клип, стереотип восприятия человека, организации или события (например, политика, бизнесмена, артиста, учителя, компании, предприятия, общественной организации, региона, военной кампании, теракта, фестиваля, концерта и т. п.) путем метафоризации и метонимизации, использовании разговорной и жаргонной лексики, фразеологии, чтобы имидж работал на конкретное лицо или группу лиц, оказывая необходимое воздействие на адресата (например, внушение избирателю пойти и проголосовать за конкретного кандидата).

Составляя вербальное сообщение, важно правильно использовать семантику, т. е. учитывать воспринимаемое значение слов. Речь идет о разноименности, семантической изотопии, гомогетеронимии⁵ (Гак, 1998; Факторович, 1997). Одно и то же слово может иметь различные значения для разных социальных, возрастных, национальных и пр. групп. Так, например, слова «успех», «провал», «престиж»; «бизнесмен», «коммерсант», «промышленник», «производственник», «хозяйственник», «предприниматель»; «убийца», «террорист», «киллер», «снайпер», «стрелок», «исполнитель», «профессионал», «боевик», «воин», «коммандос», «наемник», «громила» и т. п. вызывают весьма различные ассоциации у людей с различным жизненным опытом.

Современный язык СМИ насыщен семантическими подменами, которые создают в сознании адресата клиповые образы (Россия — «эта страна», «эта территория», окорочка — «отравленный продукт», «ножки Буша», коммерческий директор — «жертва», депутаты — «спасители народа», война — «борьба с терроризмом», «освобождение от режима», «борьба за независимость» и т. п.). Одним из путей демонстрации приоритетов является выделение объекта (лица, события и т. п.)⁶ (Факторович, 1997) для достижения определенной цели: Чужеземные убийцы бесчинствуют на боснийской земле; Сербские патриоты освободили Краину. (Ж, 1997:43) В данных примерах проявляются ассоциативная связь «патриоты — освободили», окказиональная антонимия «патриоты — убийцы», коннотативно-оценочная связь «чужеземный», «убийца», «бесчинствовать». Яркой иллюстрацией различий реакций адресата, слушающего или читающего новости, в зависимости от вербализации информации, служат описания военных действий в Югославии: «американцы наращивают мощь своих военно-воздушных сил в Югославии»; «американцы расширяют воздушную войну в Югославии»; «американцы усиливают бомбардировки Югославии»; «американское участие в делах Югославии»; «американские миротворцы»; «американская агрессия в Югославии» и т. п. Схожие примеры, взятые из различных источников (российских, европейских, американских) можно привести о че-

ченской кампании, военной кампании в Ираке, боевых действиях в Южной Осетии и Грузии и др.

Велика роль номинации в создании нужного типа ассоциаций или элементов языкового обмана: военное министерство заменено на Министерство обороны. Для воздействия необходим подбор ситуаций для иллюстрации нужных характеристик (профессионализма, смелости, юмора и т. п.). В результате эксперимента было установлено, что при характеристике героя дети использовали определения: если плохой, то злой, трусливый, глупый, неаккуратный; а более старшие и более развитые дети: плохой, но смелый, аккуратный (на этом принципе строятся художественные американские и особенно новые российские фильмы: новый русский — бандит, вор, убийца, но добрый, человечный, заботливый, так как любит детей, жену, приносит деньги в дом, а также рекламные и избирательные кампании).

Приглушение отрицательной роли правящей элиты отражается не только в лексике, но и в грамматике. В заголовке «Полиция убивает демонстранта» — полиция стоит на первом месте, что указывает на роль деятеля. В пассивной конструкции «Демонстрант, убитый полицией» — полиция также в роли деятеля, но на первое место уже вынесен сам демонстрант. В предложении *Demonstrator killed* — «Демонстрант убит» — есть и значение «Демонстрант убил», полиция вовсе отдана имплицитная роль. Все зависит от специфики восприятия адресата.

Конфликт или противоречие есть диалектический источник развития события. Каждое событие представляет собой разрешение какого-либо конфликта или противоречия интересов, желаний, воли. Драматичность событий создают конфликт, напряженное ожидание, развязку. В последнее время наблюдается перенасыщение медиaprостранства трагическими событиями внешнего и внутреннего характера (войны: в Югославии, Ираке, Афганистане, Чечне, Израиле, Индии, Пакистане, Грузии и т. п., стихийные бедствия — пожары, паводки, наводнения, ураганы, землетрясения и т. п., авиа-, авто- и др. катастрофы, терроризм и бытовые преступления: убийства, вооруженные нападения, взрывы в метро, автотранспорте и т. д., включая боевики и фильмы ужасы, мыльные оперы, мультфильмы и детские передачи: «черпашки», «телепузики» и др., ток-шоу «Окна», «За стеклом», «Дом-2», «Дикие» игры: «Слабое звено», «За стеклом», компьютерные игры и т. п.). Массмедиа активно освещают эти темы как наиболее отвечающие всем параметрам сообщения, заслуживающего внимания максимального количества населения, облакая их в клиповую форму, порождая тем самым клиповые образы в сознании адресата. В результате создается негативный фон, вольно или невольно нагнетаемый СМИ и нарастающий

с необычайной силой. Это приводит к массовому неврологическому заболеванию населения, вызывает фобии, апатию и безразличие к происходящему, поскольку из-за многократной повторяемости и типичности факты теряют свою привлекательность для адресата, превращаются в мусорные медиапотоки, что поднимает важную проблему экологичности медиадискурса. Последствия создания и подпитки негативного пространства могут быть очень страшными, поскольку большое население не может адекватно думать и действовать.

СМИ информируют о происходящем в театральной форме, навязывая конструируемые модели адресату (информационно-аналитические программы, ток-шоу «Давай поженимся!», «Давай попробуем?», «Модный приговор», «Пусть говорят», «Культурная революция» и т. п.; телевизионные войны во Вьетнаме, Чечне, Израиле, Югославии, Ираке, Южной Осетии, Киргизии, национальные «драмы» как Уотергейт и Иран-Контрас, двойное президентство бывшего актера и т. п., президент — «отец нации», как в комедии «Отец знает все», «отец народов» в России, теракт в прямом эфире, убийства президентов, диктаторов, мирных людей (Вашингтонский снайпер, захват заложников на Дубровке, 11 сентября в Нью-Йорке, взрывы в московском метро 2004, 2010), свадьбы и похороны принцев, принцесс, звезд, стихийные бедствия и катастрофы (самолетов, спутников, космических кораблей, подводных лодок, кораблей, поездов, автобусов и т. п.), художественные фильмы, сериалы «Школа», «Глухарь», «Кармелита» и т. п.), развивая клиповость сознания. Например, Вся жизнь — теракт. А люди в нем — саперы. (Календарь, 2001). Поскольку кампания ставится принципиально для телевизионного представления, перформанс кампании использует тропы телевизионного нарратива⁷ с введением адресата в состояние транса для осуществления эффективного воздействия, внушения в определенных целях.

Итак, вышеизложенное подтверждает возможности СМИ конструировать образ реальности, влиять на все сферы человеческой деятельности в определенных интересах. Массмедиа представляют собой фильтры, которые, ввиду отсутствия возможности непосредственного восприятия адресатом окружающей действительности, в результате отбора информации и формулирования сообщений, мнений, оценок, подачи их в форме клипов, способны создавать искаженные, смещенные образы реальности.

Необходимо отметить, что медиадискурс как социокультурный продукт характеризуется социокультурной идентичностью, которая особенно активно проявляется в пограничной области массмедиального и политического дискурсов. В этой взаимосвязи реализуется идеология, формирующая обще-

ственное мнение, позволяющее исключать определенные социальные группы и отдельные лица из активной политической и культурной общественной жизни. Клиповость играет в медиадискурсе значительную роль, способствуя формированию мировоззренческих моделей поведения потребителя текстов массовой коммуникации.

¹ Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность массмедиального дискурса: О проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: Монография. — М.: ИЯ РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК. 2003. С. 656.

² Erikson M. H. *Advanced Techniques of Hypnosis and Therapy / Selected Papers of Milton H. Erickson, M. D. Haley, J.* [Editor]. — N.Y., N. Y.: Grune & Stratton Inc. 1967. P. 271. Алдер Г. НЛП в действии. — СПб.: Питер. 2001а. С. 192. Алдер Г. НЛП: Современные психотехнологии. — СПб.: Питер. 2001б. С. 160. Алдер Г. Технология НЛП. — СПб.: Питер. 2001в. С. 224. Белянин В. П. Идеологические тексты: Какие модели мира там представлены и какое психологическое воздействие они могут оказать // Современные психотехнологии в образовании, бизнесе, политике: Мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Москва, 28 февр.–2 марта 2001 г. — М.: ГП ЦРП Москва-СПб., 2001а. С. 44–47. Белянин В. П. Нежелательные побочные эффекты в рекламном тексте. Реклама призвана вызывать положительное отношение к продвигаемому продукту // Современные психотехнологии в образовании, бизнесе, политике: Мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Москва, 28 февр.–2 марта 2001 г. — М.: ГП ЦРП Москва-СПб., 2001б. С. 256–257. Бэндлер Р., Гриндер Д. Рефрейминг: Ориентация личности с помощью речевых стратегий / Перев. с англ. — Воронеж: НПО «МОДЭК». 1995. С. 256. Вагин И. О. Уроки психологической защиты. Не позволяйте собой манипулировать. — СПб.: ПИТЕР. 2001. С. 160. Деркс Л., Холландер Я. Сущность НЛП. Ключи к личностному развитию. — М.: КСП+, 2000. С. 704. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. — СПб.: Питер. 2001. С. 320. Перлз Ф. С. Внутри и вне помойного ведра / Пер. с англ. — СПб.: Изд-во «Петербург XXI век». М.: Изд. центр «Академия». 1997. С. 448. Сатир В. Как строить себя и свою семью. — М.: Педагогика-Пресс. 1992. С. 192. Третьякова Г. Н. Речевое воздействие как итог когнитивных процессов // От слова к тексту: Мат-лы докл. междунар. науч. конф., Минск, 13–14 нояб. 2000 г. в 3 ч. Ч. II. / Отв. ред. Н. П. Баранова. — Мн.: МГЛУ. 2000. С. 182–184.

³ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. — М.: Мысль. 1980. С. 326.

⁴ Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. — М.: Прогресс. 1990. С. 68–81.

⁵ Факторович А. Л. Стратегия оценочного выделения и реализация стилистического потенциала: к обоснованию проблемы // Филология — Philologia. — Краснодар: КубГУ. 1997. № 12. С. 25–26.; Гак В. Г. Языковые преобразования. — М.: Шк. «Яз. рус. культуры». 1998. С. 768.

⁶ Факторович А. Л. Стратегия оценочного выделения и реализация стилистического потенциала: к обоснованию проблемы // Филология — Philologia. — Краснодар: КубГУ. 1997. № 12. С. 25–26.

⁷ Почепцов Г. Г. Информационные войны. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер. 2000. С. 576.

КЛИПОВАЯ КУЛЬТУРА ИЛИ НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ОПИСАНИЮ МУЗЫКАЛЬНОГО КЛИПА

*Хотите донести нужную мысль — сделайте мозаику,
телевизионное поколение мыслит в мозаичных терминах,
оно получает мозаичные впечатления.*

У. Гевин¹

Клиповая культура на сегодняшний день набрала обороты и, без сомнения, является ярким аудиовизуальным способом репрезентации смысла современного человека.

По меткому замечанию Вячеслава Иванова, «одна культурная эпоха отличается от другой степенью монтажности»². Степень монтажности или, другими словами, степень клиповости в нашу эпоху зашкаливает. Появление клипа в современной культуре знаменовало собой возникновение совершенно иной парадигмы в использовании аудиовизуальных коммуникаций. Клиповая культура — это «короткая реальность», где допустима слабая связанность отдельных эпизодов между собой и множественность постоянно сменяющих друг друга взглядов на один и тот же предмет. Именно небольшой хронометраж клипа диктует особый способ компоновки материала, который в противовес логически выстроенному, т. е. причинно-следственному ходу событий, имитирующему «естественное» восприятие мира, дает возможность как бы «схватить», «уловить» смысловое целое не просто через частное, а через «хитовое частное» или «аттрактивное частное»³. Тем самым идея и соответствующая ей эмоция не требуют глубокого погружения и длительной рефлексии. Благодаря этому видеоклип органически включается в процесс формирования культуры массмедиа, в первую очередь в рекламных и развлекательных целях. Примерами массмедийного клипа могут служить споты, трейлеры и музыкальные видеоклипы.

Музыкальный видеоклип, который, говоря общими словами, «отображает» музыку или «зарисовывает» звук, является сегодня едва ли не самым распространенным аудиовизуальным форматом, синтезирующим песню и видеоряд на экране. Не удивительно, что к изучению феномена музыкального видеоклипа обращается сегодня все больше и больше исследователей. В данной статье предлагается междисциплинарный подход, ко-

торый поможет наметить возможные пути анализа и описания конкретных музыкальных клипов.

Первый подход — семиотический — определяет музыкальный клип как тип текста. Музыкальный клип имеет три составляющие: вербальный (в устной или письменной форме), музыкальный (мелодический) и иконический (изобразительный), т. е. налицо взаимодействие в едином текстовом пространстве трех гетерогенных знаковых систем. Что позволяет нам определить этот тип текста как поликодовый⁴.

Будучи сравнительно молодым жанром, видеоклип перестал быть неким «видеорядом», в рамках которого поклонники могут увидеть своих кумиров, — эта функция возложена на видеозаписи «живых» выступлений. На данный момент есть основания утверждать, что видеоклип является сложным организованным текстовым единством, в котором видеоряд, вербальный и мелодический компоненты могут находиться в различных отношениях друг с другом.

Вербальная сторона видеоклипа представлена устной песенной речью действующих лиц, а в некоторых случаях — титрами. Иконический компонент представлен видеорядом. Добавление визуального кода к традиционно содержащимся в песне вербальному и мелодическому отражает попытку полностью завладеть вниманием реципиента (известно, что зрительный канал восприятия является основным поставщиком информации), а также усложняет песенный текст путем добавления еще одного плана восприятия — зрительного, содержащего дополнительную информацию, которое обогащает смысловое содержание песни и вводит дополнительные коннотации, а иногда и вовсе меняет смысл. Например, известны случаи, когда на одну и ту же песню было снято несколько видеоклипов разными режиссерами. И хотя музыка, текст и исполнители оставались прежними, смысловой акцент клипа в целом смещался, благодаря иному видеоряду, который вступал во взаимодействие с вербально-музыкальной составляющей⁵.

Таким образом, определение музыкального клипа как поликодового типа текста дает нам возможность при анализе выявлять новые смыслообразования, которые рождаются при взаимодействии гетерогенных знаковых систем в пространстве единого музыкального клипа.

Второй подход к исследованию музыкального клипа связан с культурологическим аспектом. На сегодняшний день, когда музыкальный видеоклип стал уже явлением повседневным и обычным, можно утверждать, что он как представитель современной видеокультуры, является поставщиком своеобразных визуальных «формульных повествований».

Термин «формульное повествование» принадлежит американскому культурологу Джону Кавелти⁶ и связан с его исследованиями в области популярного или массового искусства, в частности некоторыми популярными литературными и киножанрами⁷. Формула — по Кавелти — это комбинация ряда специфических культурных штампов и более универсальных повествовательных форм (архетипов). Основные формулы служат базовыми структурными моделями не только для печатной литературной продукции, но и для телевизионных и кинопроизведений. То есть они понятны и привлекательны для огромного большинства населения в тот или иной период. Важная характеристика формульного повествования — доминирующая ориентация на отвлечение от действительности и развлечение: они создают тот идеальный мир, где оправдываются все наши ожидания. Чтобы мы могли временно забыть собственные проблемы и полностью погрузиться в воображаемый мир, нужны сильные стимулы. Поэтому формульные произведения, в противоположность миметической литературе, делают акцент на действии и сюжете, особенно с насилием и возбуждающими моментами (опасность, секс и т. д.).

Термин «формульное повествование» вполне применим к музыкальному видеоклипу как сегменту массовой или популярной культуры. С появлением профильных музыкальных каналов трансляция видеоклипов перестала быть единичной и превратилась в бесконечный гомогенный поток, где от исполнителя к исполнителю тиражируются одни и те же формулы или комплексы значений, но каждый раз в новой упаковке. Собственно определенное формульное повествование зависит от самого исполнителя — Звезды, того конкретного имиджа, который закреплен за Звездой. Внутри формулы, конечно, возможны варианты, но не настолько кардинально противоположные, чтобы поклонник Звезды, привыкший считать устоявшуюся формулу, испытал разочарование.

Таким образом, данный подход к исследованию музыкального видеоклипа дает нам возможность через «формульное повествование» описать весь комплекс значений, который несет конкретный исполнитель, т. е. его формулу, и проследить, как эта формула вписана в тот культурный сегмент, который она представляет, как она отражает этот культурный сегмент и участвует в его формировании.

Третий подход к исследованию музыкального видеоклипа связан с его эстетическим описанием. Музыкальный видеоклип — это фильм-катектор. Термин «фильм-катектор» предложил Алексей Орлов, исследуя психологические аспекты экранных произведений⁸. Понятие фильма-катектора относится к эстетике катексиса. Термин «катексис» пришел в искусствоведческую

научную мысль из области психоанализа и непосредственно связывается с воздействием произведения искусства на эмоциональную сферу человека⁹. Так при восприятии художественного произведения в процессе катарсиса мощным потоком эмоций снимается или разряжается напряжение, прятавшееся в подсознании, тогда как катексису будут соответствовать те предшествующие катартической разрядке «приманки», которые возбуждают интерес, насыщают информацией, энергетически заряжают зрителя теми мыслями, идеями и чувствами, которые хотел передать автор.

Этот процесс наиболее наглядно можно продемонстрировать на примере работы механизма эмоции в психоаналитическом его прочтении. Как известно, психоаналитическая литература полагает, что эмоция человека состоит из трех энергетических фаз или аффектов:

- 1) заряд аффекта как его энергетический компонент (протекает незосознанно);
- 2) процесс разрядки аффекта (протекает так же вне осознания);
- 3) восприятие окончательной разрядки — акт осознания эмоции.

Из приведенной выше трехчленной схемы видно, что катексис соответствует первой эмоциональной фазе — энергетической зарядке, которая напрямую связана с интенсивностью направленного аффекта и не имеет пока еще качественного разрешения. Катартическое воздействие включает в себя все три энергетические фазы, где акт осознания эмоции является преобразованным качественным состоянием¹⁰.

Все структурные элементы клипа-катектора (музыка, слово, изображение) подчинены и рассчитаны на определенные эмоциональные потрясения воспринимающего: положительные или отрицательные, в зависимости от того, разделяет ли зритель то мироощущение, которое ему предлагается. Цель клипа-катектора — провокационным образом зацепить внимание и тем самым погрузить в свое смысловое пространство. Причем происходит такая «зацепка» в точках максимальной аттрактивности, т. е. эмоциональной привлекательности или отторжения. Именно такие аттрактивные точки и оказывают эмоциональное давление на психику зрителя. Так, как аттрактивные точки будут восприниматься, например, стилистика клипового монтажа, различного рода компьютерные спецэффекты, сочетающие в себе разнообразие монтажных переходов с кадра на кадр, различные возможности видеоизменения (деформации) картинки, анимацию и обработку звука, интонационные скачки вокала. Без сомнения, мы можем говорить об аттрактивной внешности персонажей и их аттрактивном поведении, аттрактивной словесной форме, а также об аттрактивном выборе места действия. Для анализа мы отслеживаем аттрактивные точки на всех

трех структурных уровнях: вербальном, иконическом и музыкальном, выявляем их пересечения, которые являются точками максимальной аттрактивности. Таким образом, описание точек максимальной аттрактивности и будет являться тем базовым материалом, на котором можно строить своеобразный «эстетический паспорт» того или иного клипа или того или иного исполнителя (или музыкального направления).

Еще один возможный подход к описанию музыкального видеоклипа обусловлен тем фактом, что некоторые исследователи соотносят этот аудиовизуальный феномен с поэтическим текстом¹¹. Возможно, будет недостаточно точным назвать музыкальный клип полным экранным аналогом поэтической формы, однако схожие принципы построения поэтического текста и видеоклипа проследить можно. Известно, что язык понимается как система, включающая в себя относительно упорядоченный набор эквивалентов, из которых в процессе речевой практики выбирается один из потенциально возможных вариантов. Такая схема типична и для прозы. А реализация множества языковых вариантов характерна для поэзии. То есть характеристикой поэтического текста является языковая избыточность, которая реализуется через «вторичную смысловую парадигму» (по Лотману).

Основным механизмом ее построения является параллелизм¹². Так, постоянные повторения или рефрены одних и тех же смысловых мотивов (кадров) в музыкальных клипах можно соотнести с поэтическими параллелизмами. Особенно ярко этот эффект прослеживается в демонстрации персоны исполнителя. Его тело будет показано на протяжении всего клипа избыточно и в различных языковых вариантах (в разных костюмах, в разном интерьере, снятом с различных ракурсов и разными планами — от общих до деталей). Однако целостное поэтическое видение основывается не только на повторении сходных элементов, оно нуждается во «вторичной поэтической структуре», которая рождается из ритма. Ритм задает цикличность повторов, «чтобы приравнять неравное и раскрыть сходство в различном»¹³. Если учесть, что ритм в музыкальном клипе уже изначально задан мелодикой песни, данный подход к описанию клипа позволяет проследить как визуальная языковая избыточность соотнесена с музыкальным ритмом и в каких вариантах: либо четкая смена кадров под ритм, либо замедленный рефрен под скоростной ритм, либо сдержанный ритм, но частотная нарезка кадров и т. д.). Таким способом можно выявить, как формируется особый изобразительно-поэтический язык музыкального клипа.

Таким образом, музыкальный видеоклип можно рассматривать как фильм-катектор, несущий характерное «формульное повествование», который является поликодовым текстом с особым изобразительно-поэтиче-

ским строем языка. На наш взгляд, предложенный инструментарий будет полезен для исследователя, работающего в области современной видеокультуры.

¹ Организатор предвыборной компании Ричарда Никсона на пост президента США. Цит.по: Лисовский С. Ф. Политическая реклама., М.: МВЦ «Маркетинг». 2000.

² Вяч. Вс. Иванов. Монтаж как принцип построения в культуре первой половины XX в. // Монтаж. Сост. М. Б. Ямпольский, М.: Наука. 1988. С.120.

³ Собственно стиль клипового монтажа можно соотнести с известным высказыванием Юлия Цезаря: «Пришел, увидел, победил».

⁴ Исследователи выделяют три разновидности нелинейного текста: монокодовый (используются коды только одной семиотической системы), дикокодовый (включаются коды двух знаковых систем) и поликодовый текст (построенные на соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих — вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы). Подробнее об этом см.: Большаянова Л. М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. М., 198; Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. М., 2005. № 6; Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник СамГУ. 2008. № 4.

⁵ Показательным примером могут служить три видеоклипа, снятые в 1992 году разными режиссерами на песню группы U2 «One». Эта песня о необходимости пытаться понять, полюбить то, что на тебя не похоже. Фил Жоану решил задачу визуализации этой песни через бинарные оппозиции: мужчина / женщина, теплое / голубое, лицо / руки, любовь / дружба, жизнь внешняя (на сцене) / жизнь внутренняя (частная). Антон Корбийн снимает музыкантов в Берлине в женских платьях — так он реализует видеорядом тему терпимости. В версии Марка Пеллингтона визуальный ряд состоит из серии разнообразных движений и вариаций на тему единства / множественности (высвечивается слово «One» на разных языках: одно слово — много начертаний).

⁶ Кавелти Дж. Приключение, тайна и любовная история: формульные повествования как искусство и популярная культура // Новое литературное обозрение, М., 2001. № 22.

⁷ Кавелти исследовал детективы, приключения, любовные и эротические романы, т. е. те жанры, которые некоторые исследователи называют

«паралитература».

⁸ Орлов А. М. Аниматограф и его анима. Animatograph and its anima: Психогенные аспекты экранных технологий. М.: Импэто. 1995.

⁹ Термин «катексис» был введен в психоаналитическую литературу как перевод на английский язык немецкого слова *Besetzung*, которое З. Фрейд, употреблял в значении направленной психической энергии на объект, с целью полного «захвата» этого объекта.

¹⁰ В этой связи интересен тот факт, что оба слова «катарсис» и «катексис» происходят от греческих корней: «катарсис» от греческого существительного *katharsis* — очищение; «катексис» от греческого глагола *kathexo* — занимать. Термин «катарсис» играл базовую роль в философии и эстетике Античности и использовался для передачи эффекта эстетического переживания пути к гармонии, «Катексис» — это неологизм, созданный в поисках определения эстетического переживания от дисгармоничного, столь распространенного в разных видах искусства, начиная с XX века. Соответственно, отдельное понятие энергетической загрузки, «приманки» было не нужно для античной эстетики, так как эта часть — катексис — не отражала целого и очень важного для греков понятия катартического просветления.

¹¹ Самутина Н. Музыкальный видеоклип: поэзия сегодня // Неприкосновенный запас. 2001. № 6.

¹² Лотман Ю. М. Анализ поэтического текста. Л., 1972. С. 40.

¹³ Там же. С. 45.

ЭКРАННАЯ ЖИЗНЬ НЕЭКРАННОГО ИСКУССТВА

Свои размышления о пребывании классической музыки в среде масс-медиа мы хотели бы начать с одного сопоставления. Самое экранное из всех видов искусств — кино — и один из самых популярных и массовых жанров классической музыки — опера — имеют много общего, и схожи они не только по принципу синтеза искусств, но и формами бытования. Можно даже сказать, что опера в XVII–XVIII веках жила по законам современной киноиндустрии. Та же ориентация на вкусы большинства; регламентация сюжетов, типажей героев и расчет вызываемых эмоций; тот же поточный способ производства и требование коммерческого успеха. Все то же строгое следование канонам, которое раньше позволяло взаимно заменять арии из разных опер, а сегодня мы, только начав смотреть блокбастер, уже можем предположить, где будет перестрелка, а где постельная сцена. Более того, раньше посещение оперы совмещали с любовными адюльтерами, азартными играми и застольными деликатесами, а сегодня поход в кино может вписаться в романтическое свидание или шопинг, и все это под хруст попкорна. Тогда возможно и фрагментарное, «клиповое» восприятие, на которое сегодня пеняет большинство деятелей искусства родом не из XX-го, а из XVII-го века?

Относительно взаимодействия этих видов искусства надо сказать, что на протяжении XX века кино вольно или невольно влияло на развитие оперы, и теперь вокальное совершенство певца уже не могло оправдать несоответствие его внешних данных исполняемой роли. (Тот же Лучано Паваротти хотя и не вписывался в кадр фигурой, но брал фотогеничностью и обаятельным выражением лица.) Более того, как замечает В. Богатырев, сама режиссура современных постановок перестала отталиваться от партитуры и становится визуальным прочтением произведения, «рассчитанного на публику, отвыкшую слушать и слышать»¹.

Метаморфозы развития жанра непредсказуемы, и сегодня опера покоряет уже кинотеатры. Теперь большинство оперных театров мирового уровня (в том числе и российские Большой и Мариинка) проводят прямые трансляции из зала театра в залы кино. Например, нью-йоркская Метрополитен-опера планомерно воплощает лозунг «опера — в массы», и к пятому сезону с начала трансляций оперные спектакли показывают уже на 800 экранов 35 стран мира. А в 2009 году оперу дают уже в 3D-формате².

Зритель в кинотеатре думает, что он смотрит оперу, и с этим трудно поспорить. Но принципиальная разница в том, что на театральной сцене артисты идентичны созданным композитором героям, а трансляция — это узаконенное расщепление показываемого на собственно спектакль и на «закулисный» мир, и это еще вопрос — что из этого привлекает больше. Формально публика и в оперном театре, и в кинотеатрах смотрит одно и то же произведение, но на самом деле видят они разное. «Экранная» опера не столько дублирует действие, происходящее в реальности, сколько создает, по выражению критика, «интерпретацию интерпретации». Далее этот же критик следующим образом описывает свои впечатления:

«Теперь театральное волшебство уступает место скрупулезно продуманным техническим возможностям. Дюжина летающих камер покажет все: грим (он сейчас куда натуральней, чем раньше), рабочие капли пота, стекающие по лицу певца, досаду на лице певицы, «схватившей петуха». Видно сосредоточенных музыкантов в оркестровой яме и напряженное лицо дирижера.

Занавеса тоже больше не существует, это просто символ. В антракте камера уходит за кулисы — а там настоящий муравейник. К певцам подбегают ассистенты: один помогает переменить костюм, другой накладывает грим, третий спрашивает о самочувствии, а сам певец подмигивает прямо в камеру и корчит рожи»³.

Надо сказать, что такая «реалити-опера» стала следующим шагом на пути перенесения музыкального спектакля на экран. До этого камеры, снимающие действие, за исключением оптических возможностей, были равноправны со зрителем, сидящим в ложе. Например, телезрители, так же как и зрители, не видели дирижера и оркестрантов — эти музыканты, помимо звучания увертюры всегда оставались «за кадром», их слышали, но никому не приходило в голову на них смотреть, они были на правах «волшебных эльфов», которые творили чудеса (музыку), оставаясь при этом невидимыми для большинства. Конечно, по мере перемещения камеры из зрительного зала за кулисы (а также в оркестровую яму) у оперной сцены стала появляться многомерность и глубина, и для телезрителей действие стало разворачиваться уже в объемном пространстве, с наложением ракурсов, недоступных для зрителя, находящегося на одном и том же месте на протяжении всего спектакля.

Кроме того, у «реалити-оперы» на экране кинозала появляется еще одно двойное дно. И теперь мы наблюдаем не только за судьбой пуччиниевской Мими, но и за повадками оперной дивы Рене Флеминг; мы

видим не только декорационную бутафорию, но и канаты, на которых она держится, более того, в антракте мы следим за самой сменой одних декораций на другие. То есть вместе с билетом на оперу в кинотеатре мы покупаем доступ к «всевидящему оку» и на два часа становимся обладателями божественной способности проникать «за» — за привычные и видимые границы пусть и театрального, но вполне существующего мира.

Если оперное искусство само по себе зрелищно и камере уже изначально есть с чем работать, то перенос на экран симфонической музыки — это всегда поиск баланса между статичной картинкой и чрезмерной натуралистичностью, между приоритетом музыкального или визуального. В принципе операторы оркестровых трансляций умеют вовремя наводить камеру на солирующего инструменталиста, ловить выразительные жесты дирижера и давать впечатляющую панораму концертного зала. Но восприятие музыки вместе с движением объектива начинается как бы распадаться, «сыпаться» на множество появляющихся то тут, то там мелодических подголосков. Попробуем понять, почему это происходит.

Во-первых, дело в том, что ткань симфонической музыки полифонична, то есть в ней всегда звучит сразу несколько голосов. Но «картинка» не расслаивается, ей не под силу одномоментно перевести на визуальный язык все звучащие нити: оркестровые голоса живут своей жизнью, а кадр переключается и выхватывает их исключительно по отдельности. Другими словами, звуковая полифония здесь есть, а визуальной — нет. (Ровно противоположный случай с видеоклипами поп-музыки, где складывается полифония из «картинок» на мономелодию песни.)

Во-вторых, в реальности оркестр на сцене — это коллективное лицо, мы не знаем тех, кто сидит за пультами, в нашем сознании они представляются предельно обобщенно, они — музыканты. Мы их видим в такой степени, насколько это возможно из зрительного зала. Возможно, мы бы и хотели увидеть их лица вблизи, но расстояние между сценой и залом ценно именно тем, что дает нам пространство для воображения, провоцируя создавать образ музыканта самостоятельно. Поэтому люди, играющие в оркестре, — это тоже часть ауры произведения, о которой говорил Беньямин.

Так, в XVII–XVIII веках в Венеции существовали приюты для осиротевших девочек — «оспедале», где их обучали музыке. Концерты хористок были не только долгожданным событием для горожан, но и в современной терминологии стали «туристическим брендом» Венеции. Публику привлекало как певческое мастерство воспитанниц, так и слава об их непорочности и ангельской красоте. Но то была игра воображения,

пищу для которой давала решетка, скрывавшая клирос, где выступали хористки. И стоило Руссо оказаться за ограждением, вблизи исполнительниц, чтобы разочароваться до глубины души, увидев разом так много некрасивых девушек. Хотя философ нашел способ не разрушать искомой ауры красоты. «Я продолжал, — пишет он, — находить их пение восхитительным, и голоса сообщали некое призрачное очарование наружности, так что, покуда они пели, мне они по-прежнему казались красавицами — пусть наперекор очевидности»⁴.

Этот пример весьма актуален для сегодняшних трансляций симфонической музыки, и дело даже не во внешней привлекательности музыкантов. Попадая на экран, оркестранты предстают, казалось бы, персонально — по одному или группой, мы начинаем видеть их лица. Но, как ни странно, даже при максимальном приближении камеры, эти музыканты для нас все равно остаются обезличенными: это гобоист, вот ударник, а это виолончелист. Они интересны не как личности, а тем, что умеют играть на том или ином инструменте, нам важно подсмотреть не кто именно играет, а как. Тем самым камера в какой-то степени развенчивает ауру оркестрантов, и они уже не небожители, а соседи по лестничной площадке.

По большому счету, основное волшебство экрана заключается в том, что музыка — одно из самых абстрактных искусств — начинает материализоваться: мы слышим тему и видим технологию звукоизвлечения, на звук накладывается картинка. Но на самом деле нам предлагают совершенно другую картинку, не совпадающую с той, какую может вызывать сама музыка. Так, например, очень часто для того, чтобы научить детей слушать музыку, им предлагают рисовать ее. При этом важно, что у каждого ребенка будет свой образ на, казалось бы, одно и то же музыкальное произведение. Это же правило многозначности и индивидуальности представляемого музыкой образа распространяется и на взрослых. Кроме того, многомерность восприятия напрямую зависит как от способности слушателя вслушиваться, так и от уровня гениальности самого музыкального произведения.

В случае с ТВ-трансляцией наш визуальный канал занимает одна унифицированная «картинка» для всех, опять же не оставляющая простора для работы личностного воображения. Не теряем ли мы с этим какую-то часть музыкального образа? Ведь мы начинаем не столько слушать музыку, сколько смотреть, как эта музыка появляется, нам акцентируют технологию воспроизведения звуков, но очень трудно в это же время вызвать в себе иной, индивидуальный визуальный ряд, создаваемый музы-

кой и тоже являющийся частью ее целостного художественного образа.

Объектив, направленный на оркестрантов, показывает их как обычных людей, и эта обычность зачастую не вызывает желания проникнуть дальше, увидеть их мир за пределами профессиональной деятельности. Но в случае с исполнителями-звездами все обстоит ровно наоборот.

Фото известного музыканта для рядового слушателя — это, с одной стороны, способ его приближения, виртуальное преодоление ступенек между зрительным залом и сценой, присоединение звездного имени к своему собственному миру. С другой стороны, те же фотографии — это возможность моделирования иного, запредельного мира, мира богемной личности в понимании и в воображении рядовых слушателей. Ведь среди публикуемых фотографий музыкантов очень редко можно найти образы повседневности, и даже если это будет повседневностью в представлении музыканта, то для зрителя это что-то неизвестное и притягательное. Более того, больше частью этой притягательности домысливает сам зритель, кадры становятся как бы сигнальными лампочками, а маршрут и окружающий пейзаж сочиняется не исполнителем, но его публикой.

Сосредоточием индивидуальности и центром притяжения внимания публики становится лицо музыканта. Оно крупным планом выхватывается из облика исполнителя и помещается на афишу или главную страницу сайта, транслируется на экран или на гигантские видеомониторы, если речь идет о крупномасштабных событиях. Таким способом проблема минимальности визуального контакта с аудиторией, характерная для академических музыкантов, решается техническими средствами, а артист подспудно превращается в оракула, мимикой отображающего смысл исполняемой музыки. Особенным спросом пользуется видеодублирование реальности по отношению к дирижерам, потому как это одна из самых визуально притягательных музыкантских специальностей. Оказываясь, благодаря монитору, лицом к лицу с дирижером, публика как бы перемещается на места оркестрантов и начинает «читать» музыку по партитуре жестов Маэстро.

Существует представление о том, что черты лица музыканта должны быть приятными, благородными и интеллигентными. Очень сложно найти среди музыкантов неухоженные лица — небритая щетина или растрепанные волосы допускаются в исключительных случаях. Первое может позволить себе только Маэстро Гергиев (оправдание — поглощенность творчеством), а второе в качестве «спецэффекта свойскости» порой встречается у зарубежных музыкантов.

Каноны таковы, что музыканты всем своим видом должны пере-

давать возвышенность над суетой, которая считается признаком исполняемой ими музыки. Зачастую, когда исполнитель специально позирует на камеру, сознательно сосредотачиваясь на своем внешнем облике, он оказывается одновременно в двух образах. Во-первых, ему необходимо убедить зрителя, что он действительно представитель мира классической музыки, т. е. он должен своим внешним видом соответствовать типу музыканта-академиста. Во-вторых, этот же человек переходит в статус модели, т. е. максимально дистанцируется от потенциальных наблюдателей. «Взгляд модели в своей конечной инстанции всегда направлен на саму себя, на внутреннее созерцание себя и своего переживания момента. Это взгляд человека, ушедшего в «отрыв» от обыденной окружающей реальности»⁵. Из-за этой двойной «брони» позирования редко кому из музыкантов на студийных фотографиях удается оставаться «на расстоянии вытянутой руки» к аудитории. Считается, например, что этим качеством обладает всегда улыбчивый маэстро Спиваков.

Что касается эстетики тела, то ее по отношению к музыкантам классической традиции не существует. Разговор об антропометрических данных исполнителя — негласное табу в среде и музыкантов, и критиков. Это игнорирование телесного дискурса объясняется распространенным стереотипом разделения человека на бестелесную духовность и бездуховную телесность. Как рассматривает в своем исследовании И. М. Быховская, этот дуалистический подход, рассекающий человека на тело и разум, с ориентацией на их противопоставление, зачастую был приоритетным в истории европейской культуры⁶.

Академическая музыка, в свою очередь, считается всецело деятельностью духовной. А в свете сегодняшнего противопоставления классической музыки массовой культуре, с тотальным культом тела в последней, персона классического музыканта неминуемо приобретает качество бестелесности. Но из этого в целом табуированного отношения к телу есть исключение — это руки музыканта.

Казалось бы, нет ничего прозаичнее рук как части человеческого тела. Они есть у каждого и в современном восприятии тела не притягивают к себе особого внимания, для них даже нет каких-либо стандартов, которые неизбежны по отношению, например, к ногам или к груди. Чтобы испытывать к рукам интерес или находить в них красоту, надо быть или эстетом, или антропологом.

Но к рукам музыканта отношение особое, так как именно они, руки, творят музыку. Так или иначе исполнитель «трогает» музыку через руки, она рождается под кончиками его пальцев. Причем «хореография рук»

характерна как для дирижеров и инструменталистов, так и для вокалистов. Последние с помощью рук не только выражают сценические аффекты, но и как бы опираются на руки, посылая голос в пространство зала.

В одной из своих новелл Стефан Цвейг очень пронизательно наблюдает за человеческими руками, собственная жизнь которых может стать весьма захватывающим зрелищем для человека, умеющего за ними наблюдать⁷. Но чтобы какие-либо руки начали говорить сильнее и правдивее, чем лицо, им необходимо оказаться в определенных обстоятельствах. В новелле Цвейга катализатором для проявления «мимики» рук становится зеленое сукно игорного стола, а в случае с руками музыканта — это его инструмент, причем инструмент непосредственно звучащий. На любой фотографии руки действительно «живут» и становятся индивидуальным отражением только в случае реальной игры на инструменте.

Тем не менее, при всей значимости и зрелищности играющих рук музыканта они редко участвуют в его визуальной презентации. Для объяснения этого парадокса нам необходимо обратиться к вопросам коммуникации музыканта со своим инструментом. Дело в том, что, начиная действительно играть на инструменте, исполнитель вступает с ним в диалог и вольно или невольно отгораживается от стороннего взгляда, у него сразу появляется объект коммуникации, и это уже не публика, сидящая в зрительном зале или у экрана монитора, а собственно сам инструмент. А, как известно, для максимального привлечения внимания аудитории необходимо создавать иллюзию прямого обращения модели (в данном случае музыканта) с созерцающим ее человеком. В этом ракурсе изображение играющих рук как бы отсекает «третьего лишнего», а значит, и смещает цель самой презентации. Хотя в данном случае есть одно исключение — это дирижерский жест, весьма часто попадающий в кадр (ближайший пример — афиша Пасхального фестиваля с Валерием Гергиевым). Здесь эффект обращения к зрителю удастся благодаря его помещению на место оркестра, к которому на самом деле и обращается дирижер (подробнее об этом чуть ниже).

Как известно, законы рекламной фотографии (а ими и являются фотопортреты музыкантов) требуют создания максимально полного и привлекательного образа «товара». Поэтому «для получения нужного воздействия необходимо апеллировать не только к зрению, но и через специальную организацию визуального активизировать другие модальности»⁸, в нашем случае — слуховые. Цель фотографа — вызывать у зрителя «слуховую подложку», другими словами, попытаться визуализировать музыку.

Такую виртуозную задачу в художественном отношении намного проще выполнить непосредственно на концерте, уловив одухотворенное лицо музыканта или характерный жест. Но в техническом плане это оказывается довольно проблематично. Во-первых, фотограф ограничен ритуалом классического концерта, на котором вспышки фотокамер (в отличие от поп-концертов) воспринимаются не как показатель успешности солиста, а как отвлекающий (раздражающий) фактор. Во-вторых, при всем совершенстве аппаратуры фотографии «вживую» балансируют между тривиальностью и чрезмерной натуралистичностью. Фото получается или смазанным и обыденным, или — в другой крайности — отталкивает физиологией. Хотя порой через эту же реалистичность пытаются передать энергетику музыки. Так, летящие брызги пота, экспрессивный взмах рук и прилипшие ко лбу пряди волос маэстро Гергиева создают совершенно другую эстетику классической музыки — не возвышенную и отрешенную, а экстатическую и пронзающую⁹.

Жанр фотосессии намного комфортнее и для фотографов, и для их моделей, а музыкальный инструмент начинает не только идентифицировать владельца, но и играет значимую роль в его имидже.

Крайне редко в студийных фотографиях предполагается реальное звучание инструмента: в большинстве случаев происходит своего рода мистификация и симуляция присутствия музыки. Но, как ни странно, ощущение того, что инструмент является частью музыканта, не исчезает, а бывает, что и усиливается. Виолончель или скрипка переворачиваются вверх ногами, гитара «зачехляется», принимаемые позы исключают какую-либо возможность игры¹⁰, но взаимосвязь между музыкантом и его инструментом становится еще сильнее¹¹. Дело в том, что такое «панибратство» говорит в прямом смысле об отношениях с инструментом, причем исключительно близких, «родных»; инструмент воспринимается как часть персонального «я», такая часть, с которым можно быть самим собой.

Но при этом проза жизни — рутина ежедневных занятий и бесконечных творческих поисков — остается за кадром. Выхватываются и ищутся исключительно эффектные и неординарные позы. Зрителю неинтересно подглядывать за тем, как музыкант час за часом «зубрит» один и тот же пассаж. Ему, зрителю, необходима одухотворенность лица, многозначность жеста и нестандартность момента. Поэтому и возникают мотивы волос, развевающихся от «энергии музыки»¹²; инструменты переносятся в природный ландшафт (например, в тайгу, на борт плывущего корабля, в вихор морских волн или под тенистое дерево в парке)¹³.

Используемые художественные приемы напрямую зависят от «фотогеничности» инструмента. Пожалуй, первое место по этому пункту принадлежит струнной группе. Достаточно, чтобы в кадре появился гриф, дека или смычок, дабы создался необходимый антураж и специализация исполнителя была опознана. Причем струнные могут располагаться в кадре как угодно, создавая необычные ракурсы и сопоставления с личностью самого музыканта. Рояль, в свою очередь, как более громоздкий инструмент, заставляет уже самого исполнителя подстраиваться под себя. Но здесь часто используется возможность проникнуть под крышку рояля, показать демпфера, струны, колки и, таким образом, обнажить «внутренности» инструмента, в которых рождается сама музыка.

Действительно, от специализации исполнителя во многом зависит то, как выстраивается его визуальное преподнесение. Если инструменталистам для обозначения своей профессиональной принадлежности достаточно вынести на публику взаимоотношения с инструментом, то вокалистам и дирижерам сделать это намного сложнее. У них нет однозначных символов профессиональной специализации, и даже дирижерской палочки недостаточно для того, чтобы расставить необходимые точки идентификации. Поэтому вокалисты и дирижеры нашли свои способы презентации.

Вокалисты, как представители актерского цеха, видят свою нишу в создании всевозможных образов и типажей. Безусловно, самые «многогранные» и разножанровые фотоальбомы встречаются именно на персональных сайтах певцов и особенно певиц, потому как внешность наравне с голосом (а часто и со значительным перевесом) влияет на их успех у публики.

Облачение в сценический (театральный) костюм — это самый беспроблемный способ показать свою вокальную специализацию. Но привычка все время быть в маске переходит и в фотографии портретного типа, где подразумевается фокусирование непосредственно на личности исполнителя, ведь, как известно, задача фотопортрета — с помощью фотографических техник передать не тождественность физического облика, а психологическую суть человека¹⁴. Но в фотопортретах певцов и певиц редко открывается внутренний мир портретируемого, зачастую продолжается производство образов теперь уже из окружающей (повседневной) действительности. Избираются типажи бизнес-леди и бизнесменов, а в большинстве случаев «глянцевых» фотомоделей, облачающихся в дорогие наряды и принимающих незамысловатые позы.

Что это: игра с массовой модой или желание ей соответствовать?

Ответ в том, что в данном случае граница между игрой и реальностью «смазана». Певцы всегда были самыми массово востребованными музыкантами, которые импонировали самой разной публике и помогали своим присутствием «собрать кассу» камерным и симфоническим концертам. Таким образом, вокалисты находились и продолжают находиться в пограничном положении между кланом музыкантов и разноликим обществом, они как бы собирают и «отзеркаливают» стереотипы поведения и тех, и других. Поэтому, если вспомнить про тех, кто сегодня подразумевается публикой в зрительном зале, то маски «повседневности», выбираемые певцами и певицами, получают свое объяснение.

В свою очередь дирижер — это «не герой толпы, он герой героев: воплощение власти в глазах всевластных»¹⁵. Формально он не играет ни на одном инструменте, но при этом «на картинке» под его жестом подразумевается звучание музыки! Главное в визуальном образе дирижера — найти соотношение в одновременной презентации и себя как неповторимой личности, и коллектива музыкантов, которыми он управляет. Поэтому даже на фотопортрете дирижера, особенно на том, который делается «вживую», всегда домысливается играющий оркестр, те люди, на которых сквозь объектив камеры и направлен его взгляд. По сути, дирижирование — самая визуальная из всех музыкальных специализаций: это профессия мимики и жеста, которая сосредоточена на пластике тела (и это при всей табуированности телесного дискурса в среде музыкантов).

В связи с тем, что дирижер неотделим от оркестра, наблюдаются две визуальные закономерности. Первая заключается в том, что показателем востребованности и профессиональной компетенции дирижера становится количество музыкантов, выступающих с ним на одной сцене и, соответственно, попадающих в объектив камеры¹⁶. Другое наблюдение показывает, что хотя дирижер и лидер оркестра, но если он изымается из контекста коллектива и начинает индивидуально позировать на камеру, то эффект получается довольно сомнительный. Мы видим или архетип модели, погруженной в самосозерцание, или архетип «потерянного человека», с блуждающим и порой нелепым взглядом. (Особенно характерны в этом отношении снимки В. Гергиева во время светских раутов.)¹⁷ Получается, что для того, чтобы выглядеть властителем, дирижеру нужно непременно иметь под своей рукой «оркестровый люд».

И в заключение мы снова вернемся к метаморфозам жанра, инициируемым экраном. Церемония закрытия Олимпийских игр в Ванкуве-

ре во всем масштабе и пафосе показала нам новую, виртуальную форму взаимоотношений дирижера и оркестра. Можно долго рассуждать о том, почему для презентации нации на международной олимпийской арене были выбраны симфонический оркестр, оперная дива и балетные дуэты. Нам же в данном случае важен сам способ этой демонстрации, когда дирижер Валерий Гергиев, находясь в Ванкувере, управляет оркестром, играющим в это же время на Красной площади в Москве. Тем самым Маэстро теперь в прямом смысле слова оказывается вездесущ и всевластен, его фигура нависает над всем оркестром с огромного монитора, меж тем как физически рядом его не существует — он на другом континенте планеты, и при этом музыканты играют под его жест. Магическое искусство Волшебника Изумрудного города становится реальностью. Конечно, мы не можем достоверно сказать о соотношении зрелищной мистификации и реального звучания оркестра, но согласитесь, что это — заявка на проектирование совершенно иного концертного пространства.

¹ Богатырев В. Ю. Оперный театр сегодня: вектор развлекательности в режиссуре // Развлечение и искусство. Сб. статей под ред. Дукова Е. В. СПб., 2008. С. 535.

² Например, постановка моцартовского «Дон Жуана» в театре Ренна (Rennes) в Бретани (Франция), в реальном времени транслировавшаяся через спутник на экраны в Париже, Бресте и Авиньоне.

³ Ролдугина И. Опера добралась до кинотеатров. Электронный ресурс, режим доступа: http://www.openspace.ru/music_classic/events/details/630/

⁴ Подробнее об этом см.: Барбье П. Венеция Вивальди: музыка и праздники эпохи барокко. СПб., 2009.

⁵ Сальникова Е. В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы. М., 2001. С. 52.

⁶ Подробнее об этом см.: Быховская И. М. «Человек телесный» в социокультурном пространстве и времени. Очерки социальной и культурной антропологии. М., 1997.

⁷ См.: Цвейг С. Двадцать четыре часа из жизни женщины.

⁸ Нуркова В. В. Зеркало с памятью. Феномен фотографии: культурно-исторический анализ. М., 2006. С. 134.

⁹ См. следующую страницу фотоальбома В. Гергиева на его официальном сайте — <http://valery-gergiev.ru/index.php?action=gal&page=6#>.

¹⁰ Примеры фотографий: Максима Русанова (<http://maximrysanov.com/gallery/?album=1&gallery=1>), Дениса Шаповалова (<http://www>

denishapovalov.com/rugallery/?r50_id=5), Патрисии Копатчинской (<http://www.patkop.ch/gallery.htm>).

¹¹ Примечательно, что когда музыкальные инструменты используются исключительно в качестве эстетического атрибута, для «пикантной огранки» профессиональных моделей-манекенщиц, то даже при всем подражании жестам и позам музыкантов результат получается прямо противоположный – инструмент так и остается привнесенным атрибутом.

¹² См., например фото Патрисии Копатчинской (<http://www.patkop.ch/gallery.htm>), Жании Аубакуровой (<http://www.aubakirova.kz/index.php?id=2>).

¹³ В качестве примеров см. фотографии А. Комарова (<http://www.alexkomarov.ru/FOTO/1-1.jpg>), Д. Мацуева (http://www.mazuev.ru/images/photo/2005/12/mazuev_river.jpg), Ю. Чижика (<http://www.chizhik.ru/photo.html>).

¹⁴ Нуркова В. В. Указ. соч. С. 121.

¹⁵ Лебрехт Н. Маэстро миф. Великие дирижеры в схватке за власть. М., 2007. С. 7.

¹⁶ Эта статистика часто упоминается в портфолио дирижеров и невольно отсылает к пункту в резюме менеджеров, обязательно указывающих количество подчиненных, находившихся под их прямым руководством.

¹⁷ В качестве примера см. фотогалерею на сайте дирижера: <http://www.valery-gergiev.ru/>

ШЕКСПИР НА ЭКРАНЕ: «НЕОШЕКСПИРИЗАЦИЯ» И «НЕОШЕКСПИРИЗМ»

При всех замечаниях, которые можно сделать к контенту современного телевидения (как российского, так и мирового)¹, оно обладает огромным культурным потенциалом. Хотя художественное воздействие на телезрителя не составляет основной задачи телевидения (как остроумно отмечено, «телевидение — это новости и спорт», в научной литературе выделены две основные функции сегодняшнего телевидения — информационная и развлекательная², так что художественность выступает скорее как оформление при необходимости этих функций, а не в самостоятельном значении). Отметим две характеристики художественного аспекта телевидения как социокультурного явления.

Во-первых, телевидение в большинстве случаев выступает не как создатель художественных ценностей, а как источник информации о них. Фильм, показанный по телевидению, не есть художественное произведение, а есть информация о художественном произведении, подобно тому как иллюстрация в художественном альбоме, допустим, «Моны Лизы» Леонардо да Винчи, как бы совершенно она ни была выполнена, выступает как информация об этой картине, а не как живописное произведение великого мастера, находящееся в Лувре. Это даже не копия или подделка, так как в альбоме нет холста, красок, рамы, цель информации о подлиннике ничем не скрыта. То же можно сказать о фильме, показанном по телевидению. Как художественное произведение он выступает в кинозале, телевидение его не имитирует (кроме как в ситкомах и концертах — другого рода продукции). Аналогичное явление — показ по телевидению театрального спектакля, концерта классической музыки и т. д.

Во-вторых, телевидение все же вошло в круг искусств, создающих собственные художественные ценности, выработав такие формы (жанры), которые не могут быть использованы другими экранными искусствами, прежде всего кино (видео вряд ли выступает как самостоятельный вид). Здесь выделяются два полюса: самый краткий художественный жанр — клип и самый длительный по времени жанр — сериал. Клип Майкла Джексона, длящийся 3 минуты, сериал «Санта-Барбара», в котором 2500 серий, демонстрируют и формальную сторону собственно телевизионной художественной продукции, и ее содержательную сторону, и концепцию времени в телевизионной картине мира³.

И первая, и вторая из указанных сторон телевизионной художественности обладают значительным потенциалом воздействия на зрителя, и усилия больших групп телевизионных работников направлены на поиски такого материала, который бы усилил художественность телевидения в противовес его коммерческой развлекательности, направленности на рекламу, увеличил просветительское звучание передач (осознается как противопоставление американской модели коммерчески ориентированной американской модели).

На стыке информации о художественном произведении и создания собственно телевизионного художественного произведения оказался получивший в XX веке заметное развитие процесс, который можно определить термином «неошекспиризация». На два века раньше Европу и Америку охватил первый из подобных процессов — шекспиризация: Шекспир вышел из тени, стал популярным, в Германии, Франции появились переводы полного собрания его сочинений, его пьесы ставились и на родине, в Англии, и далеко за ее пределами, шекспировскими образами были насыщены музыка, живопись, предромантизм и романтизм⁴. В России влияние Шекспира оказалось столь мощным, что от шекспиризации (от «Гамлета» А. П. Сумарокова, написанного в 1748 г.) произошел переход к пушкинскому шекспиризму (например, в «Борисе Годунове», где нет шекспировских образов, но есть сходное с Шекспиром понимание масштабов истории и личности, иначе говоря, сходное мировидение)⁵. Постепенно и шекспиризация, и шекспиризм отошли на второй план и в Европе, и в России, сам Шекспир, освоенный культурами этих регионов, если можно так выразиться, стал представлять себя.

И вот в XX веке возрождается шекспиризм (в форме неошекспиризма⁶), расцветает и неошекспиризация. Причины для этого, видимо, разные. Неошекспиризм (как возвращение к шекспировскому мировидению) связан с грандиозными событиями новой эпохи, которые оказалось невозможным освоить в рамках существующих философий, в духе художественных достижений предыдущего века. А неошекспиризация связана с использованием арсенала вечных образов для раскрытия черт нового мира и нового человека. Особенно важно, что центром неошекспиризации стали не литература, театр, музыка, живопись, а новое искусство — кино, а за ним и телевидение. Важнейшим жанром неошекспиризации становится экранизация шекспировских произведений, превратившаяся в одну из разновидностей шекспировской индустрии⁷. С этими киноработами неразрывно связана история мирового кино. Не претендуя на полноту, мы сделали подборку сведений о 75 экранизациях⁸. Ниже они приведены в алфавит-

ном порядке, а применительно к экранизациям одного произведения — в хронологическом порядке.

А

«Антоний и Клеопатра» (Anthony and Cleopatra, англ. фильм, 1957, реж. Майкл Редгрейв — M. Redgrave).

«Антоний и Клеопатра» (Anthony and Cleopatra, амер. фильм, 1972, реж. Чарлтон Хестон [Ch. Heston, настоящие имя и фамилия Чарлз Картер], он же в главной роли).

В

«Венецианский купец» (Der Kaufmann von Venedig, нем. фильм, 1923, в гл. роли Вернер Краус — W. Krauss).

«Венецианский мавр» (сов. фильм-балет, 1961, балет. В. М. Чабукиани, с участием В. М. Чабукиани (Отелло), В. В. Цигнадзе, З. М. Кикалейшвили).

Г

«Гамлет» (Hamlet, фр. фильм начала XX в., реж. Ж. Мельес).

(«Дуэль Гамлета», 1908 — см. Д).

«Гамлет» (Hamlet, фр. фильм, 1909–1912, реж. Андре Кальмет).

«Гамлет» (Hamlet, дат. фильм, 1910, оператор А. Граткьер).

«Гамлет» (Hamlet, нем. фильм, 1920, реж. Аста Нильсен — Nielsen, она же сыграла роль Гамлета).

«Гамлет» (Hamlet, англ. фильм, 1948, реж. Лоренс Керр Оливье — Olivier, он же сыграл роль Гамлета; оператор Д. Дикинсон; гл. пр. Мкф в Венеции, пр. «Оскар»).

«Гамлет» (сов. фильм, 1964, реж. Г. М. Козинцев, композитор Д. Д. Шостакович, оператор И. Грицюс, худ. Е. Е. Еней, Г. Кропачев, С. Б. Вирсаладзе, Гамлет — И. М. Смоктуновский, Офелия — А. Вертинская, Гертруда — Э. Радзиль, Клавдий — М. Названов, Полоний — Ю. Толубеев и др.; награды: 1964 год — лучший отечественный фильм, Смоктуновский лучший актер года по опросу журнала «Советский экран»; 1964 год — Специальный приз жюри Венецианского кинофестиваля — вручен Григорию Козинцеву; 1964 год — Козинцев номинирован на приз «Золотой Лев» Венецианского кинофестиваля — Григорий Козинцев; 1965 год — Ленинская премия Козинцеву и Смоктуновскому; 1966 год — премия национального совета киноцензуры «Серебряная лама» на международном кинофестивале в Лиме; 1966 год — премия «Фемина», Бельгия).

«Гамлет» (Hamlet, англ. фильм, 1970, реж. Тони Ричардсон — T. Richardson, наст. имя Сесил Антонио).

«Гамлет» (Hamlet, амер. фильм, 1990, реж. Франко Дзефирелли, в

главной роли Мел Гибсон).

«Гамлет» (Hamlet, англ. фильм, 1996, реж. Кеннет Брана, он же в главной роли).

«Гамлет» (Hamlet, амер. фильм, 2000, реж. М. Алмерейд, в главной роли Итан Хоук).

«Гамлет» (Hamlet, англ. фильм, 2000, реж. С. Кемпбелл, он же в главной роли).

«Генрих V» (Henry V, англ. фильм, 1944, гл. пр. Мкф в Венеции, пр. «Оскар» в 1946 г.; реж. Лоренс Керр Оливье — Olivier, он же соавтор сценария и сыграл главную роль).

«Генрих VIII» (Henry VIII, англ. фильм, 1911, режиссер и продюсер У. Г. Баркер, в роли кардинала Уолси — Г. Бирбом Три).

Д

«Двенадцатая ночь» (сов. фильм, в ролях: А. Попов, Л. Касаткина, А. Ларионова, М. Яншин, Б. Фрейндлих, В. Меркулов, Г. Вицин и др.).

«Джульетта и Ромео» (Giulietta e Romeo, итал. фильм, 1907, реж. Марио Казерини — Caserini).

«Джульетта и Ромео» (Giulietta e Romeo, итал. фильм, 1953, реж. Ренато Каstellани — Castellani, пр. Мкф в Венеции, 1954).

«Джульетта и Ромео» (Juliet and Romeo, итал. фильм, 1998, реж. Джо Д'Амато, в ролях: Марк Дэвис, Стефания Сартори, Шайена, Эва Дионисио, Лука Камилетти, Макс Магнум, Сильвио Лато, Катарина Алтьери, Андреа Нобиле; эротика).

«Дуэль Гамлета» (фр. фильм, 1908, реж. Клеман Морис, в роли Гамлета Сара Бернар).

З

Замок паутины («Трон в крови», Kumoноsu jo, яп. фильм по «Макбету», 1957, пр. Мкф. в Западном Берлине; реж. Акира Куросава, в роли Васидзу — Макбета Тосиро Мифунэ)

К

«Книги Просперо» (Prospero's Books, фильм, по пьесе «Буря» Шекспира, 1991, Великобритания — Франция; реж. Гринуэй; оператор Саша Верни; художники-постановщики Бен Ван Ос и Ян Рулфс; композитор Майкл Найман; в гл. ролях Джон Гилгуд, Мишель Блан)

«Комедия ошибок» (сов. фильм, 1977, реж. Вадим Гаузнер, автор сценария Фридрих Горенштейн, композитор Вячеслав Ганелин, в ролях Михаил Козаков, Михаил Кононов, Софико Чиаурели и др.)

«Король Лир» (King Lear, англ. фильм, 1910)

«Король Лир» (сов. фильм, 1971, реж. Г. М. Козинцев, Лир — Ю. Яр-

вет, шут — О. Даль, Гонерилья — Э. Радзинь, Регана — Г. Волчек и др.).

«Король Лир» (King Lear, англ. фильм, 1971, реж. Питер Брук — P. Brook).

Л

«Любовью за любовь» (сов. фильм, 1983, по «Много шуму из ничего» Шекспира), композитор Т. Н. Хренников, операторы И. В. Гелейн, В. И. Степанов; Беатриче — Л. И. Удовиченко).

М

«Макбет» (Macbeth, итал. фильм, 1909).

«Макбет» (Macbeth, фр. фильм, 1910, производство компании Фильм д'ар — Le Film d'art).

«Макбет» (Macbeth, амер. фильм, 1948, реж. Орсон Уэллс — O. Welles, который исполнил главную роль).

«Макбет» (Macbeth, англ. фильм-опера, 1975, по опере Дж. Верди, реж. Д. Хинтер).

«Макбет» (Macbeth, другое название — англ. The Tragedy of Macbeth, англ. фильм, 1971, реж. Роман Полански, оператор Гилберт Тэйлор, музыка группы The Third Ear Band («Энтони Асквит»), в гл. ролях Джон Финч, Франческа Аннис, Мартин Шоу; награды: 1972 — Премия Национального совета кинокритиков США за лучший фильм на английском языке; 1973 — Премия «BAFTA» за лучший дизайн костюмов — Энтони Мендлсон).

«Макбет» (Macbeth, фр. фильм-опера на музыку Д. Верди, 1987, реж. Клод д'Анна).

«Много шума из ничего» (Viel Lärm um Nichts, нем. фильм (ГДР), 1964, реж. Мартин Хельберг — M. Hellberg).

«Много шума из ничего» (сов. фильм, 1973, реж. С. И. Самсонов).

«Много шума из ничего» (Much Ado About Nothing, фильм, 1993, Великобритания — США, реж. Кеннет Брана, в ролях: Кеннет Брана — Бенедикт, Эмма Томпсон — Беатриче, Ричард Брайерс — сеньор Леонато, Киану Ривз — Дон Хуан, Кейт Бекинсейл — Геро, Роберт Шон — Клаудио, Дензел Вашингтон — Дон Педро Арагонский и др.).

О

«Отелло» (Othello, итал. фильм, 1907, реж. Марио Казерини — Caserini).

«Отелло» (Othello, амер. фильм, 1908, William V. Ranous).

«Отелло» (Othello, нем. фильм, 1909, реж. Franz Porten).

«Отелло» (Othello, нем. фильм, 1918, реж. Max Mack).

«Отелло» (Othello, нем. фильм, 1922, реж. Dimitri Buchowetzki, с Эмилем Джаннингом).

«Othello» (Othello, нем. фильм, 1922, в гл. роли Вернер Краус).

«Отелло» (Othello, англ. фильм, 1946, реж. David MacKane) .

«Отелло» (The Tragedy of Othello: The Moor of Venice, фильм, 1952, США-Италия-Марокко-Франция, реж. Орсон Уэллс — O. Welles, который исполнил загл. роль, гл. пр. Мкф в Канне; O. Уэллс в 1977 г. поставил док. фильм «Снимаемая «Отелло»).

«Отелло» (сов. фильм, 1955, реж. С. И. Юткевич, Отелло — С. Бондарчук, Дездемона — И. Скобцева).

«Отелло» (Othello, англ. фильм, 1965, реж. Stuart Burge, с Лоренсом Оливье и Мэгги Смит).

«Отелло» (Othello, амер. фильм, 1980, реж. Liz White).

«Отелло» (Othello, el comando negro, фильм, 1982, Испания-Франция, реж. Max H. Boulois).

«Отелло» (Othello, фильм, 1986, Италия-США, реж. Франко Дзеффи-релли).

«Отелло» (Othello, амер. фильм, 1989, реж. Ted Lange).

«Отелло» (Othello, фильм, 1995, США-Великобритания, реж. Оливер Паркер, с Лоуренсом Фишберном и Кеннетом Брана).

O (амер. фильм, 2001, совр. переработка «Отелло» (место действия — школа), в ролях: Мехи Файфер, Джош Харнетт и Джулия Стайлз).

П

«Полуночные колокола» (др. назв.: Фальстаф, фильм, по «Генриху IV», «Генриху V», «Виндзорским проказницам» Шекспира, 1966, Испания — США, реж. Орсон Уэллс — O. Welles, который исполнил роль Фальстафа)

Р

«Ран» (Смута, Ran, яп. фильм, 1985, по мотивам «Короля Лира» Шекспира, реж. Акара Куросава)

«Ричард III» (англ. фильм, 1955, пр. Мкф в Западном Берлине, пр. Британской киноакадемии в 1956 г.; реж. Лоренс Керр Оливье — Olivier, он же автор сценария и сыграл гл. роль)

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, англ. фильм, 1908, первая экранизация Шекспира)

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, амер. фильм, 1936, реж. Джордж Кьюкор — G. Cukor, Ромео — Лесли Хоуард — L. Howard, наст. фам. Стейнер — Stainer; Джульетта — Норма Ширер — N. Shearer, наст. фам. Фишер — Fischer; в 1937 г. 4 номинации на пр. «Оскар»).

«Ромео и Джульетта» (сов. фильм-балет, 1955, балетм. Л. М. Лавровский, реж. и сц. Л. О. Арнштама Л. М. Лавровского; операторы: Борис Арецкий, Иоланда Чен, Александр Шеленков; композито-

ры: Сергей Прокофьев, Виссарион Шебалин; художник: Алексей Пархоменко (II); с участием Г. С. Улановой, Ю. Т. Жданова, А. Н. Ермолаева, С. Г. Кореня; премия за лучший лирический фильм, «За кинематографическую интерпретацию балета и выдающееся мастерство Галины Улановой» — Мкф в Канне-55; Диплом Мкф в Дурбане-55; Первая премия в группе классического балета на Мкф фильмов классического и современного танца в Бразилии-57).

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, англ. фильм, 1968, пр. «Оскар», реж. итал. Франко Дзеффирелли — F. Zeffirelli, композитор Нино Рота — N. Rota, Тибальд — Майкл Йорк — M. York).

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, англ. фильм, 1978 (BBC), реж. Алвин Ракофф; в ролях: Алан Рикман, Джон Гилгуд, Патрик Рейкерт, Ребекка Сьерр).

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, амер. фильм, 1996, реж. австрал. Баз Лурманн, Ромер — Леонардо ди Каприо, Джульетта — Клер Дейнз).

«Ромео и Джульетта» (Romeo and Juliet, амер. фильм, 2000, с участием англ. актера Вентворта Миллера).

«Ромео и Джульетта» (рус. короткометр. фильм, 2004, реж. Андрей Свиридов; первое место на международном фестивале короткометражных фильмов «Виды любви» в Висбадене, Германия).

С

«Сон в летнюю ночь» (A midsummer night's dream, амер. фильм, 1935, реж. нем. и австр. Макс Рейнхардт — M. Reinhardt, наст. фам. Гольдман — Goldmann, сореж. нем. и амер. Вильгельм Дитерле — W. Dieterle).

«Сон в летнюю ночь» (фильм, 1999).

Т

«Тит Андроник» (амер. фильм, в гл. роли Энтони Хопкинс).

«Трон в крови» («см. «Замок паутины»).

У

«Укрощение строптивой» (The taming of the shrew, амер. фильм, 1929, Катарина — Мери Пикфорд — M. Pickford, наст. имя и фам. Гэддим Мери Смит — Smith).

«Укрощение строптивой» (сов. фильм, в ролях А. Попов, Л. Касаткина).

«Укрощение строптивой» (The taming of the shrew, фильм, 1967, Великобритания — Италия, реж. Франко Дзеффирелли — F. Zeffirelli, композитор Нино Рота — N. Rota, оператор Освальд Моррис, в гл. ролях Элизабет Тэйлор, Ричард Бертон).

Существуют и фильмы, в которых сам Шекспир выступает в виде персонажа (самый известный из них — «Влюбленный Шекспир»).

Обращает на себя внимание, что уже один из основоположников кинематографа Жорж Мельес обратился к Шекспиру, а за первые годы XX века были сняты фильмы по произведениям Шекспира в Англии и Франции, Германии и Италии, Дании и Америке. При всей наивности этих немых лент нельзя не отметить определенные достижения в разработке кинематографического языка (например, в немецких экранизациях). Некоторые режиссеры неоднократно обращались к Шекспиру — это Лоренс Оливье, Акира Куросава, Г. М. Козинцев, Франко Дзефирелли, Кеннет Брана. В экранизациях принимали участие крупнейшие артисты эпохи — Сара Бернар, Г. Бирбом Три, Лоренс Оливье, Джон Гилгуд, Орсон Уэллс, Элизабет Тейлор, Тосиро Мифунэ, И. М. Смоктуновский и др. Можно считать это ярко выраженной чертой экранизаций Шекспира.

Еще одна любопытная черта связана с тем, что шекспировские персонажи и сюжеты повсеместно рассматриваются как «вечные образы». Одно из следствий — своего рода экранная «неошекспиризация»: появление фильмов не на шекспировские тексты, но в сюжетах которых использованы шекспировские модели, что отмечено в названиях фильмов, например: «Гамлет из Мрдуши Доньей» (Predstava Hamleta u Mrduši Donjog, югосл. фильм, 1974, реж. Крсто Папич — Papic), «Гамлет из Тонго» (ганский фильм, 1965; реж. Т. Бишоп, англ. реж., это первый ганский худож. фильм). «Ромео, Джульетта и тьма» (Romeo, Julie a tma, чеш. фильм, 1960, по Я. Отченашеку, гл. пр. Мфк в Сан-Себастьяне, реж. Йиржи Вайс — Weiss). «Ромео, мой сосед», сов. азерб. фильм, 1964, реж. Шамиль Фарамаз-оглы Махмудбеков) и мн. др.

Другое проявление того же свойства — перенесение действия шекспировских пьес в иную среду (как у Куросавы — в Японию) или в современную обстановку. Необычайно ярко это сказалось в фильме База Лурманна «Ромео + Джульетта». Фильм «О» (2001) переносит историю Отелло в современную западную школу.

Телевидение широко использует достижения неошекспиризации в кино, с необычайной щедростью представляя фильмам по произведениям Шекспира всех отмеченных разновидностей свои экраны. Здесь телевидение осуществляет функцию информации о художественных произведениях кино.

Но телевидение выступило в развитии неошекспиризации и как самостоятельное искусство, создав ряд телевизионных фильмов по произведениям Шекспира.

Назовем лишь некоторые из них:

«Комедия ошибок» (The Comedy of Errors, англ. телефильм, 1978, реж. Philip Casson).

«Макбет» (Macbeth, англ. телефильм, 1979, реж. Philip Casson, с Йеном Маккеленом и Джудди Денч).

«Отелло» (Othello, англ. телефильм, 1990, реж. Trevor Nunn, в гл. роли Willard White).

«Отелло» (Othello, англ. телефильм, 2001, с Кили Хейвзом и Имонн Уолкер).

«Венецианский купец» (The Merchant of Venice, шведско-англ. телефильм, 2001, с Генри Гудменом, Дэвидом Бампером).

«Макбет» (Macbeth, англ. телефильм (BBC), 2005, реж. Mark Brozel, в ролях: James McAvoy, Keeley Hawes, Joseph Millson, и др.).

«Много шума из ничего» (Much Ado About Nothing, англ. телефильм (BBC), 2005, текст переработал David Nicholls, в ролях Sarah Parish, Damian Lewis, Tom Ellis и др.).

«Сон в летнюю ночь» (A midsummer night's dream, англ. телефильм (BBC), 2005, реж. Peter Bowker, в ролях Imelda Staunton, Bill Paterson, Sharon Small, Lennie James, Johnny Vegas).

«Укрощение строптивой» (The Taming of the Shrew, англ. телефильм (BBC), 2005, реж. Sally Wainwright, в ролях Shirley Henderson, Rufus Sewell и др.).

«Король Лир» (King Lear, англ. телефильм, 2008, реж. Trevor Nunn, в гл. роли Ian McKellen).

Некоторые из перечисленных телефильмов появились в результате реализации масштабного проекта, который был осуществлен BBC для цикла телепередач 2005 г., когда в современном виде были показаны фильмы по «Макбет»⁹, «Много шума из ничего»¹⁰, «Сон в летнюю ночь»¹¹, «Укрощение строптивой»¹². На фоне такого решения (необычайно эффективного, что давно уже было доказано в театре, например в постановке Роже Планшоном «Антония и Клеопатры», когда события трагедии разворачивались на фоне военных действий в Северной Африке времен Второй мировой войны) более традиционные по форме экранизации выглядят слишком театрално. Поэтому такой фильм, например, как «Ромео и Джульетта» (США, 1936), не мог бы сейчас попасть на телеэкран (разве что в передачах по истории кино). Франко Дзефирелли в известном смысле смог избежать упреков в устарелости его решения той же трагедии, прибегнув к параллелям с живописью итальянского Возрождения или переводя повествование в пространство без времени.

Оборотной стороной неошекспиризации в экранных искусствах стало появление немалого числа фильмов, где шекспировские сюжеты используются для прикрытия откровенного эротизма, подчас неотделимого от порнографии. Особенно не повезло в этом отношении «Ромео и Джульетте» (например, эротический фильм «Джульетта и Ромео» Джо Д'Амато).

Как видим, исследование экранизаций Шекспира имеет и искусствоведческие, и культурологические основания и перспективы. Шекспиризация, получившая такое мощное развитие в XVIII–XIX веках в литературе и театре, нашла новые, прежде не существовавшие культурные пространства в новых видах искусства — кино и телевидении. Что касается неошекспиризма в экранных искусствах, то это отдельная тема исследования. Он отмечается у крупнейших режиссеров XX века (таких, как С. Эйзенштейн и В. Пудовкин, А. Довженко и О. Уэллс, Ф. Феллини и И. Бергман, А. Куросава и С. Бондарчук). Здесь уместно применение тезаурусного анализа мировой культуры¹³, который может дать интересные результаты. Возможности телевидения по созданию телевизионных художественных произведений в этом отношении еще далеко не полностью раскрыты.

¹ См. анализ в статье: Гамалея Г. Н. В фокусе внимания — телепродукт // Наука телевидения: науч. альманах. Вып. 5. М.: ГИТР, 2008. С. 27–37.

² См.: Луков М. В. Телевидение: конструирование культуры повседневности: Дис... канд. филос. наук. М., 2006.

³ См.: Луков М. В. Телевидение как «третья реальность» и телевизионная картина мира (аспекты тезаурусного анализа) // Тезаурусный анализ мировой культуры: Сб. науч. трудов. Вып. 1. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2005. С. 56–74.

⁴ Подробно раскрыто в кн.: Луков Вл. А. Предромантизм. М.: Наука, 2006.

⁵ О шекспиризме см.: Захаров Н. В. Шекспиризм русской классической литературы: тезаурусный анализ. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2008.

⁶ См.: Луков Вл. А. От шекспиризма к неошекспиризму: развитие культурной тенденции в XX веке // Шекспировские студии XVI: Шекспир: текст и контекст: Сб. науч. трудов / Отв. ред. Н. В. Захаров, Вл. А. Луков. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. С. 7–17.

⁷ Захаров Н. В., Гайдин Б. Н. Шекспировская индустрия // <http://worldshake.ru>

⁸ Использован ряд источников, среди них: Кино: Энциклопедический словарь. М., 1986; Словарь французского кино. М., 1996; Бельский И. Лек-

ции по всеобщей истории кино: Годы беззвучия: Кн. 1 / Отв. редактор Вл. А. Луков; 3-е изд. М., 2004; То же. Кн. 2. М., 2004; Ford Ch. Dictionnaire des cinéastes contemporains de 1945 à nos jours. Verviers (Belg.), 1974.

⁹ Кадры см.: <http://www.bbc.co.uk/drama/shakespeare/macbeth>

¹⁰ Кадры см.: <http://www.bbc.co.uk/drama/shakespeare/muchadoaboutnothing>

¹¹ Кадры см.: <http://www.bbc.co.uk/drama/shakespeare/midsummernightsdream>

¹² Кадры см.: <http://www.bbc.co.uk/drama/shakespeare/tamingoftheshrew>

¹³ См.: Луков Вал. А., Луков Вл. А. Тезаурусы: Субъектная организация гуманитарного знания. М.: Изд-во Национального института бизнеса. 2008.

ЗВУК И ВИДЕОИЗОБРАЖЕНИЕ: ОПЫТ РОССИЙСКИХ ТВ-СЕРИАЛОВ. НАБЛЮДЕНИЯ НАД ПРАКТИКОЙ

В связи с постоянной потребностью заполнения телевизионной эфирной сетки, на экранах наших телевизоров получили широкое распространение низкобюджетные сериалы. Небольшие производящие фирмы, которые по ряду причин не всегда могут позволить себе оплату высококвалифицированных специалистов, профессиональных актеров и аренду высококачественного оборудования, вынуждены достаточно сильно экономить на всех этапах производства ТВ-сериала. Это связано с нестабильностью экономической системы нашей страны и не всегда ответственным подходом руководящих групп людей. Но даже при съемках на должном уровне отснятый материал не всегда бывает монтажным и может иметь не совсем логичное развитие сюжетных линий. Но с помощью последующего звукового постпродакшена возможно нивелировать и даже ликвидировать многие изъяны получившегося изображения.

Также нельзя не отметить и то, что техника (именно аппаратура: кино-, фото-, аудио-) стала занимать весьма весомые позиции в современном искусстве. Зрители привыкли к яркому изображению, громкому звуку и нарисованным персонажам. Никого сейчас не удивит обычной фотографией даже на профессиональный фотоаппарат. Зато фотография, обработанная изощренным способом в «фотошопе», вызывает всевозможные эмоции у зрителя. То же касается и видеоизображения: широкое применение графики (изменение времени суток или «вклеивание» другого изображения в телевизор на экране) стало абсолютно естественным в современном ТВ-производстве. А сериал или ТВ-фильм без компьютерной цветокоррекции, если это не специально продуманный драматургический ход режиссера, просто считается браком. Музыкальную индустрию тоже не миновала участь попасть в зависимость от техники.

Всем хорошо известна искусственная электронная музыка, которую без компьютера просто не создать, а звукорежиссеры давным-давно соперничают не в качестве записи, а качестве обработки тех или иных звуков. Звук в кино, а тем более в ТВ-сериале, без компьютера просто не обходится. Записывать фонограмму на пленку — это очень дорогостоящее и трудоемкое удовольствие, да и не каждый звукорежиссер сможет это осуществить.

На сегодняшний день звукорежиссеры имеют огромный арсенал всевозможных звуковых решений, обусловленный доступностью хорошего профессионального оборудования и многолетних наработок в этой сфере. Современные зрители, имеющие перед глазами образцы высочайшего качества в виде фильмов в формате dolby, с красочной графикой и огромной палитрой всевозможных звуков (такие как «Аватар», «Титаник», «Матрица» и т. д.), стали более критично относиться к качеству как изображения, так и звука. Производителям современных сериалов становится все труднее и труднее завоевывать и удивлять свою аудиторию.

Быстрый темп производства, постоянно «горящие сроки», монтаж, перемонтаж, нервные срывы и постоянная суета — естественная обстановка при создании современного сериала в нашей стране. Часто приходится слышать фразы от продюсеров и режиссеров, когда не все удачно получилось смонтировать, «на озвучивании исправится, на озвучивании переделаем». Как же это происходит?

Для начала немного о психологии восприятия звука.

1. В процессе слухового восприятия человек целенаправленно выбирает интересующий его звук и останавливает на нем свое внимание.

2. У человека существует только один канал для логического восприятия речевого сообщения. Две речи одновременно мы воспринимать не можем.

3. Мы способны переключать наше внимание с одного источника на другой.

4. Наше слуховое восприятие обладает механизмом латерального торможения. Когда мы слышим однообразный или часто повторяющийся звук, мы его как-бы выключаем из осознанного восприятия.

5. Каждый новый резкий звук переключает наше внимание на себя.

6. Любой звук человек пытается идентифицировать с каким-либо объектом.

7. Человек обладает способностью к психоакустическому обучению, способностью запоминать связь звуков со зрительными образами, что является чрезвычайно важным качеством для творчества в кино и на телевидении.

8. В нашем сознании никогда не бывает полного отсутствия звуков. Мы не можем себе вообразить полную тишину.

9. Восприятие звука, а тем более сложного звукового ряда, замедляет зрительное восприятие человека при одновременной их работе. И, наоборот, нацеленность человека на насыщенное зрительное восприятие может

затормозить и даже прекратить слуховое восприятие.

Я буду рассматривать сериалы с полным переозвучиванием. Обычно на звуковую студию поступает кино с так называемым «черновым звуком», записанным на съемочной площадке, который впоследствии полностью переозвучивается.

Работая над одним из сериалов, я, естественно, стала следить за развитием сюжетных линий. По сюжету молодая девушка, гордая и с сильно развитым чувством справедливости, влюбляется в молодого, красивого мужчину. Этот мужчина — преуспевающий бизнесмен, директор крупной строительной фирмы, высокий, красивый, умный, целеустремленный и обладает всеми качествами идеального мужчины, о котором мечтают большинство российских женщин, на аудиторию которых и рассчитан этот сериал. Но актер, исполняющий эту роль, из всех вышеперечисленных качеств имел только высокий рост. Пластика у него вялая, черты лица очень мягкие, голос и интонация невыразительные, к тому же картавый, да и вообще персонаж на экране совершенно не соответствовал тому образу, который изначально был задуман автором сценария и режиссером. Было принято решение о переозвучании главного действующего героя. Подобрали актера с более крепким и низким тембром голоса и более талантливого по актерским качествам. Он просто заново сыграл эту роль у микрофона. Чаще всего переозвученных персонажей в ТВ-сериале видно. Они звучат не совсем естественно и обычно получается эффект «театра у микрофона», не имеющий к изображению никакого отношения. Но в этом случае голос подошел на редкость удачно. Что же получилось в итоге? Персонаж приобрел более твердый характер, стал более уверенным в себе, приобрел мужскую харизму и обаяние. Более того, у него изменилось выражение лица. Оно стало более серьезным и даже более привлекательным. Изменилась пластика движений и походка. Но это еще не все. На одном из этапов производства, при записи синхронных шумов (шуршание одежды, взятие-постановка стаканов, шаги и т. п.), для этого персонажа специально подобрали тембр обуви и более твердый характер походки, чем придали ему дополнительную мужественность и самоуверенность. Видеоряд остался тем же. Но внешнее восприятие персонажа изменилось. Теперь главный герой действительно стал похож на мужчину, способного завоевать сердце девушки.

А вот еще один пример. На другом сериале продюсерской группе не понравился характер получившейся главной героини. Было также принято решение ее переозвучить. Провели кастинг актеров и утвердили голос. Но в процессе записи, когда было переозвучено около половины фильма, стало ясно, что голос переозвучивающей актрисы совершенно не подхо-

дит к внешности и фактуре героини на экране. Но было поздно, времени не оставалось, и пришлось дописать как есть. Характер героини, вместо самоуверенной и серьезной женщины, получился слишком легким и инфантильным из-за высокого голоса. Тогда с помощью технических средств искусственно опустили тембр голоса актрисы и характер героини тут же изменился. А за изменившимся характером пошло и изменение внешнего восприятия. Героиня значительно прибавила в весе, походка стала более уверенной, движения и пластика — грубоватыми, а характер более мужественный, что и требовалось по замыслу режиссера.

Правильным подбором голоса, корректировкой актерской игры во время озвучивания фильма или сериала можно изменять не только характер, но и отдельные черты внешности персонажей.

Динамика развития действия (экшн) чаще всего достигается многоплановой съемкой и достаточно быстрым монтажом. В частности, в сценах гонок и перестрелок. В идеале это красочные эффектные планы, динамичный монтаж, яркая, динамично развивающаяся музыка и хорошее шумовое оформление. Но в сериалах, к сожалению, не всегда получается обеспечить такого рода съемки. Работа композиторов тоже иногда бывает весьма сомнительной, и от музыки не всегда приходится ждать динамичного развития. Экшн, в итоге получается медленным, затянутым, скучным и не держит внимание зрителей. Частично эту ситуацию можно устранить при работе с шумами. А именно к звукам обычных автомобильных моторов добавляют звуки гоночных автомобилей, причем в фазе набора оборотов, имеющих характерный рев и узнаваемость (когда автомобиль набирает скорость). При этом важно подобрать разные тембры автомобильных моторов, чтобы они легко различались на слух. С помощью громкости четко отбивается крупность планов. Скрежет шин об асфальт и визг колес на поворотах создают ощущение очень быстрой скорости едущих автомобилей в кадре (при этом они могут двигаться гораздо медленней). Таким образом, изображение начинает казаться более динамичным, ярким и, что немаловажно, быстрым.

То же самое касается и сцен с перестрелками. В сериалах в большинстве случаев на съемках они выглядят так: в кадре 2–3 главных героя с пистолетами, в лучшем случае стреляющими холостыми патронами, в худшем — словами «бух» режиссера по рации. Ну и несколько человек массовки, которые при очередной команде помощника режиссера падают от очередной автоматной очереди. Но и после монтажа мы получаем не совсем убедительную сцену перестрелки. Но и в этой ситуации есть возможность придать сцене дополнительную динамику развития. Помимо выстрелов в синхроне (непосредственно на экране) добавляются выстрелы за кадром.

Немаловажный элемент и рикошетом падение пуль на пол. Такого рода нюансы практически незаметны и звучат абсолютно естественно, несмотря на то, что они не заявлены в кадре. Но субъективно темп и динамика происходящего события за счет более мелкого дробления эпизода звуком становятся более живыми и интригующими, невзирая на относительно вялый монтаж. Монтаж как бы происходит в звуке.

Глубина кадра, изменение места действия

Не только в сериалах, но и в кино места съемок на природе и в павильоне снимаются совершенно в разных местах, хотя по сценарию место действия одно. К примеру, в еще одном сериале, на котором мне довелось поработать, главная героиня уезжает на несколько серий жить в Англию. Понятно, что вывезти целую съемочную группу в Англию очень дорого, поэтому ключевые сцены снимались в Лондоне на самых узнаваемых улицах, ну а остальные — в Чехии, где выбрали натуру, похожую по архитектуре. Правда, возникли проблемы с автомобилями из-за правостороннего английского движения. Приходилось где переворачивать изображение в зеркальном отражении, а где приклеивать руль и заставлять настоящего водителя пригибаться, чтобы не попадать в кадр. Чешская массовка, чешская природа, чешская атмосфера города. Конечно же, монтаж изображения сровнял места действий. Но с помощью звука удалось создать беспрекословную иллюзию Англии из Чехии. Чешские актеры заговорили на английском языке, где-то вдалеке время от времени бил Биг-Бен, а по улицам города ездили трамваи с характерным английским звонком. И так же многие узнаваемые звуки, присущие колориту одного города, были наложены на изображение другого города. Таким образом, небольшой чешский городок превратился в окраину Лондона.

С помощью закадровых шумов можно расширить пространство кадра. Это дальние звуки всевозможных боев в военных фильмах, это пролетающие самолеты или проезжающие поезда, указывающие на четкое местоположение, это звуки спортивных автомобилей за окном кабинета автошколы, снятого в соседнем офисе.

В ТВ-сериалах встречается саунд-дизайн. Саунд-дизайн — это специально созданные с помощью технических средств искусственные звуки. Саунд-дизайн — звуковое оформление. Это отдельная индустрия, которая разрабатывает основную звуковую концепцию искусственных звуков индивидуально к фильму. Чаще всего это фильмы фантастических или приключенческих жанров, триллеры и фильмы ужасов. Всевозможные космические корабли, внеземные животные, роботы и прочее. Но

и в других жанрах саунд-дизайн широко применяется для большего достижения напряжения или, наоборот, для создания комического эффекта. Такого рода специалистов в нашей стране очень мало, трудятся они обычно над полнометражными фильмами и до уровня бытовых сериалов не опускаются.

В основном в наших сериалах встречаются элементы саунд-дизайна. Существуют звуковые библиотеки искусственных звуков. Их не так много, и многие звуки оттуда всем хорошо известны. Это всевозможные звуковые отбивки к разным ТВ-передачам и документальным фильмам. В сериалах искусственные звуки тоже получили широкое распространение. Прежде всего это эпизоды снов, воспоминаний или галлюцинаций, где важно подчеркнуть ненастоящую реальность. Саунд-дизайн можно встретить в сценах, где важно создать психологическое напряжение. Кто-то за кем-то следит, прячется, крадется.

Один из примеров — сериал «СОС» («Спасите наши души»). Действие происходит в 1942 году на Таймыре. Молодой лейтенант замечает шпиона в плаще и начинает за ним погоню. Безлюдные улицы, шахты, полуразбитые дома и покосившиеся заборы, между которыми можно спрятаться. Помимо ритмичной музыки, в паузах звучит низкочастотный нарастающий звук, создающий напряжение и передающий нам эмоциональное состояние героя. Лейтенант то и дело спотыкается, останаливается и озирается по сторонам. И все те моменты, где герою мерещится этот зловещий плащ, подкреплены четкими звуковыми акцентами, заставляя зрителя пугаться и вздрагивать вместе с лейтенантом. В эпизодах с призраками, духами и привидениями специальным образом обрабатываются голоса и создается загадочная атмосфера, которой не бывает в природе. В динамичных сценах так же часто можно встретить саунд-дизайнерские решения. В частности, в сценах с драками, где дополнительными искусственными звуками подчеркиваются все короткие движения ударов, что придает дополнительную яркость эпизоду.

В целом кино само диктует свое звуковое оформление. Звуковой постпродакшн — это один из завершающих этапов в кинопроизводстве. Это трудоемкий, кропотливый и ответственный творческий процесс. Немые кадры начинают оживать, наполняются внутренним содержанием. Выстраивается драматургия. Окончательно формируются образы героев, создается общая атмосфера, которая переходит от эпизода к эпизоду и действует на восприятие зрителя. Расставляются музыкальные и шумовые акценты на ключевых словах или действиях. Создается напряжение, которое держит

зрителя во внимании. С помощью шумов и музыки раскрывается внутренний мир героев, их чувства и характер. Как только картина смонтирована, она обретает свою самостоятельную жизнь. И задача звукорежиссеров — помочь этой жизни развиваться дальше, ибо звуковой постпродакшн — второе рождение кино.

ИСКУССТВО И ДИЗАЙН В КОМПЬЮТЕРНЫХ ВИДЕОИГРАХ

В настоящее время компьютерные игры — часть жизни нескольких поколений молодых и уже не очень молодых людей, так же как книги, музыка, кино, театр, искусство. Поэтому не удивительно, что в последние годы все чаще феномен компьютерных игр претендует на статус нового вида искусства, рожденного современной цифровой эпохой. Все чаще вопросы индустрии видеоигр поднимаются в прессе, на телевидении и в других средствах массовой информации. Периодически устраиваются конференции, посвященные современному состоянию индустрии компьютерных игр, защищаются научные диссертации, авторы которых пытаются рассмотреть видеоигры как новый вид искусства.

Индустрия компьютерных игр — это сверхприбыльный многомиллионный бизнес. Компьютерные игры не сильно пострадали от мирового экономического кризиса 2009 года. Это вполне объяснимо. Дело в том, что именно в кризис население, стремясь отвлечься от повседневных проблем, особенно активно ищет, где и как развлечься. Разумеется, в подобных условиях недорогие и доступные компьютерные «стрелялки» и «бродилки» особенно востребованы.

Статистика поражает. За 2008 год участники рынка смогли заработать более двадцати двух миллиардов долларов, в том числе 11 миллиардов долларов за продажу PC-игр. Это значительно превышает доходы, которые получила за этот же период кино- и музыкальная индустрия. Согласно исследованиям, проведенным PCGA (The PC Gaming Alliance), доход от продаж PC-игр за 2009 год увеличился на 3 процента, что в сумме принесло 13,1 миллиардов долларов (за 2009 год)¹. Правда, несмотря на данное повышение, количество проданных игр в упаковках в процентном соотношении упало на 20% (в сравнении с 2008 годом). В большинстве своем эта тенденция пришлась на территорию Европы и США, в то время как в Азии продажи игр в упаковках только увеличились.

По сообщениям издания The New York Times французские парламентарии еще четыре года назад (в 2006 году) предложили признать компьютерные игры сферой искусства, а министр культуры Франции Рено Доннедьё де Вабр (Renaud Donnedieu de Vabres) безапелляционно признал компьютерные игры искусством и пообещал государственную поддержку

их создателям². В Германии компьютерные игры тоже признали искусством. Популярные видеоигры WarCraft, Stalker, Call of Duty, Monkey Island теперь считаются в Германии художественным достоянием, а их разработчики отныне входят в состав Немецкого совета по вопросам культуры³.

Мне хотелось бы разобраться в правомерности определения видеоигр как искусства, рассмотреть возможности компьютерной игры как художественной формы, уточнить, могут ли компьютерные игры рассматриваться как самостоятельные произведения искусства? И если да, то по каким критериям их оценивать?

Прежде чем говорить о компьютерных играх в контексте искусства, имеет смысл сначала уточнить, что собственно понимается под термином искусство, а уже затем решать, причислять тот или иной продукт к искусству или нет. Вся проблема в том, что единого определения искусства нет и не было, на протяжении всей истории велись споры об этом.

В общем случае искусство — это способ передачи людям идей, эстетической информации посредством художественных образов. Художественные образы затрагивают чувственные каналы восприятия информации, и за счет этого данные идеи понимаются значительно глубже, чем при прямой вербальной передаче. Таким образом, прочно проникая в сознание, эти идеи влияют на мировоззрение людей, заставляют их взглянуть на некоторые вещи по-новому, стимулируют формирование более сложной картины мира.

Для воздействия на чувства и эмоции художниками применяются так называемые выразительные средства. Например, в музыке это звуковой ряд, в живописи — запечатленный на полотне образ, в кино — скрепленная сюжетом последовательность образов и звуков. В компьютерной игре на роль такого выразительного средства претендует сам игровой мир, так называемый геймплей, который объединяет внешние качества, т. е. графику и звук, с внутренними — сюжетом и игровой механикой.

Традиционно искусство принято разделять на высокое «изящное» искусство и прикладное искусство, то есть дизайн. Первое, как считалось, создает не реальность, но образы реальности. Прикладное же искусство создает сами формы реальных вещей, при этом стремясь делать эти формы как можно искуснее. В дизайне приоритетным считается мастерство, современность, соответствие моде, стилю и объективные качества дизайнерских товаров.

Различие между высоким искусством и дизайном заключается в том, что дизайн стремится сделать вещи, которые востребованы в самой реаль-

ности, создает окружение реальности, в то время как искусство избрало для себя другой путь и сделало своей темой непрозрачность, автономность образов и, как следствие, неспособность этих образов адекватно воспроизводить реальность. В результате само конструирование художественных образов стало предметом художественной рефлексии вне зависимости от того, насколько эти образы способны воспроизводить реальность. Поэтому, когда искусство использует те же образы реальности, оно обычно относится к ним с критических, деконструктивистских позиций. Цель этих образов — от «фантастических», «нереалистичных» через сюрреалистические вплоть до абстрактных - тематизировать разрыв между искусством и реальностью⁴.

Итак, предположим, феномен компьютерных игр претендует на статус нового вида искусства, рожденного цифровой эпохой. Для начала следует определить, что собственно в современных компьютерных играх можно причислить к искусству?

Мне видится как минимум три направления для рассуждения о художественных качествах видеоигр: во-первых, компьютерная игра может рассматриваться как таковая, как объект, со своей визуальной графикой, анимацией, программной механикой, программными кодами и пр. То есть здесь мы будем рассматривать внешнюю форму компьютерной видеоигры и пытаться понять степень художественности этой формы. Во-вторых, степень художественности можно попытаться отыскать в геймплее, то есть сам процесс игры можно попытаться рассмотреть как осуществление некоей художественной деятельности. Здесь необходимо разобраться, насколько такие современные понятия, как интерактивность⁵, иммерсивность⁶, могут быть использованы автором, художником для создания собственно художественных образов. Необходимо понять, совместимы ли вообще художественный образ и компьютерная игра, есть ли место художественным образам в видеоиграх? И в-третьих, видеоигра может быть рассмотрена как экспериментальная форма создания некоего нового искусства будущего, которое еще не выработало свой художественный язык, но стремится к этому.

Для начала рассмотрим видеоигру как объект, как конкретный продукт, представленный его создателями.

Рассмотрение визуального и графического оформления компьютерной игры (далее — КИ) как искусства не выдерживает никакой критики. В лучшем случае здесь можно говорить о мастерстве дизайнеров графики. Графика — это своего рода строительная материя виртуальных миров КИ. Но для игрока любое изображение в игре — это прежде всего объект для взаимодействия, а не визуальный художественный образ для глубокого

эмоционально-эстетического проникновения. Игры созданы для того, чтобы в них играть. Любой человек, который хоть раз играл в КИ, знает, что в процессе игры получать удовольствие от созерцания текстур и графики довольно проблематично, поскольку все внимание необходимо концентрировать на собственных действиях, на координации собственных действий и на динамике самой игры. В противном случае игрок просто проигрывает, и процесс игры для него будет закончен. Более того, как показывает опыт, превосходное качество изображения и интересный геймплей не всегда непосредственно связаны между собой. Так, например, есть очень захватывающие игры с довольно слабой по качеству графикой.

Так же сложно причислить к искусству мастерское владение техникой программирования разработчиков КИ и совершенство технического исполнения программного кода КИ. Действительно, на сегодняшний день индустрия компьютерных игр — это высокотехнологичный и трудоемкий процесс. Конечно, идеальная отладка, безупречный баланс требуемых компонентов, крайняя детализация и проработка тонкостей конкретной КИ — тоже своего рода мастерство. Но эта своего рода искусство может рассматриваться лишь как техническое мастерство, но непосредственно к художественной ценности компьютерной игры это вряд ли может быть отнесено.

В компьютерных играх весьма широко пространство для самовыражения, творчества разработчиков. Компьютерные игры сочетают в себе элементы из многих существующих видов искусства: литературы, музыки, скульптуры, а также компьютерную графику, анимацию и прочее. Эффектные видеоролики в видеоигре Half-Life — пример режиссерского, кинематографического искусства, сыгранного 3D-моделями; интересные сюжеты в RPG-играх⁷ — литературное творчество, экранизированное в игре так же, как в театре или кино.

Однако содержание в КИ фрагментов разных видов искусств автоматически не делает искусством саму игру (геймплей), они просто существуют параллельно. Игра — это деятельность, решение некой игровой задачи в рамках заданных условий. Здесь важна сама природа игры как вида активной деятельности. Если причислять популярные компьютерные игры к искусству, то нужно причислить к нему шахматы, футбол и пр.

Как показывает практика, компьютерная игра может стать удобным пространством для презентации и демонстрации искусства уже существующих жанров и форм. Число пользователей, зарегистрировавшихся в многопользовательской Интернет-игре «Second Life» составляет более 13 миллионов и продолжает расти. Ежедневно регистрируются 12–15 тысяч новых

пользовательских аккаунтов⁸. В этой компьютерной вселенной уже неоднократно проводились разнообразные культурные мероприятия. Например, в конце июня 2007 года там прошел музыкальный фестиваль. Кроме того, в Second Life имеются разнообразные художественные галереи и музеи, включая даже виртуальный аналог французского «Лувра». В «Second Life» прошла премьера известного мюзикла «Чикаго», поставленного по пьесе Морин Даллас Уоткинс⁹. Здесь в режиме реального времени выступают прославленные музыканты и оркестры.

Однако демонстрация искусства в игровом виртуальном пространстве одновременно не делает сами игры искусством, а лишь своеобразной площадкой, с которой в наше время становится уместно распространение и популяризация традиционных форм и видов искусства.

Подбирая материал для конференции, я натолкнулся на одну примечательную диссертацию на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. Работа выполнена на кафедре режиссуры мультимедиа Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов в 2008г. Диссертация носит название: «Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XX–XXI веков»¹⁰.

В данной работе компьютерная игра рассматривается «как жанр художественного творчества», а также «как явление художественной культуры», ибо она, по мнению диссертанта, «отвечает всем основным требованиям художественного произведения». Особенно обратил на себя внимание тезис, согласно которому «Специфика компьютерной игры как вида искусства заключается в том, что через виртуальный управляемый персонаж зритель участвует в драматическом действии, лежащем в основе игры, и тем самым художественно осваивает мир». В качестве примеров такого «художественного освоения» мира приводятся такие популярные видеоигры, как: Max Payne, The Chronicles of Riddick и др. Утверждается, что основными художественно-выразительными средствами компьютерных игр являются свойственная им интерактивность (возможность физически взаимодействовать игрокам между собой и с компьютерной программой) и иммерсивность (способность КИ погружать игрока в виртуальный мир).

Действительно, характерной чертой компьютерных игр является так называемая интерактивность, позволяющая реализовать большую степень вариативности и расширяющая возможности игрока в компьютерной игре до позиции супергероя, т. е. участника, обладающего значительными правами и возможностями внутри игрового мира, способному самому выбирать те или иные варианты развития сюжета, те или иные средства для игры и пр.

Но, как известно, все имеет свою обратную сторону. Еще в прошлом веке опыты художников контемпорари-арт¹¹ показали, что чем больше степеней свободы зрителя в самостоятельном выборе вариантов прочтения, восприятия работы художника, тем дальше от замысла художника получается результат и тем сложнее использовать имеющийся потенциал для выражения авторских идей. То же самое касается и КИ.

Проблема интерактивности в КИ в том, что сам по себе аспект участия нам пока ничего не дал. Все, что можно отнести к какой-либо образности или содержательности в играх, создано либо текстом, либо сюжетной цепочкой событий, либо дизайном.

Пока что большинство видеоигр основывается на экшене¹². Наверное, это самый простой и красивый способ реализовать интерактивность. А экшн не самым лучшим образом сочетается с глубиной содержания. Игра требует интерактивности, и уже под нее должен подстраиваться сюжет. Как правило, в видеоиграх этот вопрос решают следующим образом: либо оставляют сюжет за рамками геймплея, либо уменьшают содержательную часть до минимума, как во многих шутерах¹³.

Но здесь возникает еще и вопрос о сущности адресата игры. Общеизвестно утверждение Бахтина относительно того, что для настоящего произведения искусства (для его восприятия) необходима позиция вненаходимости¹⁴. Чистое вживание несостоятельно, оно должно выступать в единстве с объективацией, т. е. отделением другого индивида от себя и взглядом на него извне как на объект. Согласно этому игрок должен держаться за свою созерцательную ипостась.

Но одно из главных условий КИ — это иммерсивность, или погружение игрока в виртуальный мир и в собственную роль в этом мире, т. е. игрок и главный герой игры — это одно и то же лицо. Здесь происходит полное поглощение игровым миром сознания и разума игрока. Эта новая роль, без сомнения, беспрецедентна. В этом вживлении есть что-то почти сакральное. Но не сводит ли это на нет художественность игры? Если говорить о КИ как об искусстве, необходимо, чтобы игрок не «тонул» в персонаже, а вернулся к объективации, тем самым восстановив позицию вненаходимости.

Чтобы стать искусством, явлением художественным, компьютерная игра должна иметь глубокое содержание, а не просто эффектную графику и звук. Художественная ценность КИ может заключаться в том, что заложенное автором содержание должно выражаться через новаторскую форму КИ — графику, звук, механику игры и пр.

Получается, что сама видеоигра в своем современном состоянии со-

противляется тому, чтобы стать искусством. Собственно выразительные средства игры сопротивляются тому, чтобы нагружать их сложным содержанием.

Несколько лет назад появилось и стало активно обсуждаться новое направление в игровом дизайне — авторский игровой дизайн. Поводом для дебатов послужила статья геймдизайнера Петра Прохоренко «Авторский геймдизайн»¹⁵, которая призывала разработчиков и издателей продвигать так называемые авторские проекты. Под «авторским» подразумевался игровой проект, нацеленный не на удовлетворение в развлечении как можно большего числа потребителей, а на донесение до игроков определенной авторской идеи с минимальными искажениями.

Жанр «авторских игр» декларируется как своеобразная творческая лаборатория, над которой не висит дамоклов меч продаж и рейтингов. Здесь ценится экспериментальность, необычность, новаторство игр с авторскими идеями. Так, например, в авторской игре *The Graveyard*, жанр которой разработчики — бельгийская компания *Tale of Tales* — определяют как картину, которую игроку предстоит исследовать. Игрок управляет старушкой, решившей посетить кладбище. Старушка доходит по прямой дорожке до скамейки у часовни, садится и вспоминает всех родственников и друзей. Потом она встает и идет обратно.

В играх такого рода нет ни целей, ни задач. Когда игроку передается управление персонажем, он поневоле начинает пытаться вникать в то, что происходит в игре, даже сопереживать. Он доводит старушку до скамейки, чувствуя, что ей надо присесть и отдохнуть, а затем несколько минут внимательно слушает кладбищенскую песню, заложенную авторами в игру, и рассматривает покрытое морщинами лицо главной героини.

Вся игра занимает около десяти минут. Пробную версию интерактивно переживания *The Graveyard* компания *Tale of Tales* раздает на своем сайте бесплатно. Желающие испытать более глубокие чувства могут заплатить пять долларов и скачать полную версию. Тогда у старушки, уставшей от жизни, появится шанс тихо умереть, сидя на лавочке у часовни.

The Graveyard — не единственная игра такого рода. Другим ярким представителем подобного направления является *Passage*, жанр которой ее автор Джейсон Ропер (*Jason Rohrer*) определяет как *memento mori game*. Игровой сеанс в *Passage*, название которой означает «Путешествие» и одновременно намекает на выражение *to pass away* (что означает «умереть» по-английски), занимает всего около пяти минут. За это время проходит вся жизнь главного героя. В игре маленький человечек путешествует слева направо по смутно различимому лабиринту. В самом начале перед ним нет препятствий, невда-

леке ждет любовь всей его жизни, и только где-то у горизонта маячат возможные жизненные трудности.

Чем дальше идет герой вместе со своей любимой, тем ближе он подходит к правому краю. Время, отведенное ему на жизнь, сокращается. Пара стареет. У него появляются залысины, у нее - седина в волосах. Спустя всего несколько минут они оба оказываются у правого края экрана, и спутница жизни главного героя умирает. Он к тому времени уже стар, дряхл и успевает пройти совсем немного, прежде чем сам превратится в пиктограммку-надгробие.

Ограниченная интерактивность Passage действует на игрока, так как со временем он обнаруживает не сразу заметные возможности. Например, двигаться по жизни можно не только слева направо, но и сверху вниз. Таким образом можно обходить препятствия в лабиринте жизни, но прожить подольше не получится. Более того, есть варианты: можно сознательно прожить всю жизнь холостяком, избежав в самом начале встречи со своей любовью. Но избежать смерти не получится ни у женатых, ни у холостяков. И, конечно, самое страшное в игре — невозможность идти против течения времени, вернуться и все исправить¹⁶.

Недавно Рорер выпустил новую игру – Gravitation. По словам автора, эта игра о меланхолии и творческом процессе. Она сделана в минималистичной манере и в какой-то мере тоже поднимает вопросы о том, как следует прожить жизнь. В течение восьми минут главному герою приходится делать выбор между тем, чтобы поиграть с ребенком в мяч или заняться собственными идеями. Цель игры нарочно не определена. Если чрезмерно увлечься мячом, то внутренний огонь героя бесполезно прогорит и потухнет. Если же постоянно подкармливать огонь, то через некоторое время исчезнет ребенок, а мяч окажется брошен.

Подобные попытки авторского геймдизайна предпринимаются и в России. Это, например, экспериментальные игры «Мор. Утопия» разработанная компанией Ice-Pick Lodge и изданная компанией «Бука», медитативный, кинематографичный «Тургор» — игра в жанре survival adventure и ряд других экспериментальных проектов.

Экспериментальные видеоигры сильно отличаются от обычных. В них, как правило, не очень хорошая графика, нет конкретной цели, не требуется никого убивать и не важно, чего достиг игрок. Персонажу дается ровно столько свободы, чтобы донести мысль автора. Вместе с тем играть в них постоянно массовому пользователю вряд ли придется по душе. Здесь кроется ключевая проблема подобных игр: если пользователь не готов разбираться в тяжеловесном символизме подобных игр, не готов увидеть в

изображениях и текстурах несомненно заложенные там метафоры и смыслы, экспериментальные игры могут показаться претенциозной глупостью, нагромождением невнятных абстракций и аттракционом бессмысленных действий.

Суммируя все сказанное, можно сделать выводы, что к уровню искусства видеоигра приблизится только тогда, когда она будет не хаотическими действиями игроков, а точно спланированным, организованным пространством для выражения авторского замысла. При этом предметом возможного «искусства» в видеоиграх скорее всего может стать основная их составляющая — игровой процесс, геймплей. А все остальное — приятный саундтрек, сюжет и т. д. — не более чем дополнительные компоненты. Художник должен научиться управлять действиями игроков, организовывать эти действия. Действия игроков должны быть организованы таким образом, чтобы результат их способствовал выражению мыслей, идей, смыслов. Если в кинематографе мы имеем дело с монтажом изображений, то в авторском геймдизайне — с организацией художником человеческих действий в виртуальном пространстве игры.

В современных КИ пока нет главного — наполнения подлинным смыслом, серьезным контентом, способным вдохнуть жизнь в технологии, полигоны и текстуры. Искусство КИ начнется с первых попыток представить виртуальный мир художественными средствами, с чего, собственно, и начинается подлинное творчество. Через действия игроков игра должна провоцировать диалог человека с миром духовных ценностей.

Сейчас большая часть популярных видеоигр позиционируются как продукт, т. е. как средство удовлетворения определенных потребностей, причем отнюдь не эстетических / этических, но таких, как релаксация, развлечение и т. п. Будущим художникам компьютерных игр предстоит решить, как реализовать коммуникацию посредством КИ, решить проблему адресата. Нужна позиция «внезаходимости», иначе мы рискуем оставить все приобретенное нами за экраном. Настоящее искусство КИ появится тогда, когда авторы смогут найти новые возможности фиксировать свои чувства и идеи в новой, оригинальной и значимой для обычного пользователя форме.

Насколько мне известно, в индустрии компьютерных видеоигр ничего подобного на сегодняшний момент пока еще не появилось.

¹ По материалам PC Gaming Alliance. <http://www.pcgamingalliance.org/imwp/download.asp?ContentID=17372>

PC Gaming Alliance (PCGA) – некоммерческая организация, в которую входят различные разработчики и издатели игрового программного обеспечения со всего мира, а также производители компьютеров.

² По информации с сайта газеты The New York Times <http://www.nytimes.com/2006/11/06/business/worldbusiness/06game.html?>

³ По сообщениям информационного агентства «ЛИГАБизнесИнформ». <http://biz.liga.net/news/E0808589.html>

⁴ Борис Гройс. Искусство в эпоху биополитики. BioMediale: Современное общество и геномная культура. / Сост. и общая ред. Д. Булатова. Калининград: КФ ГЦСИ, Янтарный сказ, 2004.

⁵ Культуролог и философ Н. Б. Маньковская определяет интерактивность (от англ. interactivity — взаимодействие) как: «...неклассический тип взаимодействия реципиента с артефактом... Интерактивность заменяет мысленную интерпретацию художественного объекта реальным воздействием, материально трансформирующим его. Принцип обратной связи, режим реального времени, чувственный, поведенческий контакт с иллюзорной квазиреальностью формируют новый тип эстетического сознания... переориентируют реципиента с позиции интерпретатора на роль интерартиста, сотворца, реально влияющего на становление произведения; роли художника и публики смешиваются». Маньковская Н. Б. Лексикон неклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. / Под ред. В. В. Бычкова. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН). 2003.

⁶ Иммерсивность (от англ. Immersion, «погружение»). Понятие «иммерсивность» пришло в современный русский язык из лексики компьютерных игр, им обозначается эффект «присутствия» — комплекс ощущений человека, находящегося в искусственно созданном трехмерном мире, в котором он может менять точку обзора, приближать и удалять объекты и т. п. См. Ryan M.-L. Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media. 2001. The Johns Hopkins University Press.

⁷ RPG (Role-playing game) — жанр компьютерных игр, основанный на элементах игрового процесса традиционных настольных ролевых игр. В ролевой видеоигре игрок управляет одним персонажем или группой персонажей, каждый из которых описан набором численных характеристик, отвечающих его свойствам и умениям. Эти характеристики подвержены изменениям; одной из целей игрока является повышение возможностей игровых персонажей за счет улучшения их числовых параметров, обычно называемое «повышением уровня» и производимое чаще всего за счет набора специальных очков опыта. Игровой процесс, как правило, строится на обследовании игрового мира, боях с разного рода противниками и выпол-

нении заданий-квестов, вознаграждающихся тем или иным образом.

⁸ По информации <http://ru.wikipedia.org/wiki/SecondLife>

⁹ <http://secondrussia.ru/theme/2239>

¹⁰ Автореферат диссертации можно скачать на сайте кафедры режиссуры мультимедиа Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюз. <http://www.gup.ru/uni/science/aspirant/aref/arefugay.doc>

¹¹ Современное искусство (англ. contemporary art, иногда в качестве синонима используют определение «актуальное искусство») — термин, которым в искусствознании и художественной критике принято обозначать искусство второй половины XX века, следующего постмодернистской линии эволюции культуры, в отличии, например, от искусства, продолжавшего стилистические традиции предшествующих эпох, как , например, реализм, импрессионизм, экспрессионизм, сюрреализм, абстракционизм и т. д.

¹² Action (транслит. — «экшен» или «экшн»; перевод с англ. — «действие») — жанр компьютерных игр, в которых успех игрока в большой степени зависит от его скорости реакции и способности быстро принимать тактические решения. Действие таких игр развивается очень динамично и требует напряжения внимания и быстрой реакции на происходящие в игре события.

¹³ Шутер (англ. shooter — русск. стрелялка) — жанр компьютерных игр, в котором обязательным условием ставится уничтожение всех нападающих компьютерных персонажей.

¹⁴ Бахтин М.М. Автор и герой в эстетической деятельности. М.: Искусство, 1979. С. 7-180.

¹⁵ <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=3584>

¹⁶ Александр Амзин. О жизни и о смерти. <http://lenta.ru/articles/2008/03/25/graveyard/>

Е. Дуков

НОМО NOVUS: ИНТЕРИОРИЗАЦИЯ МЕДИА

Свой Дом человек воспринимает как место отдыха — такова социальная норма, за два века ставшая основной в развитых странах. Не закажи военные компьютера, это сделал бы Дом. «Персональный компьютер» — точное название: он персонален, даже используясь несколькими людьми. И здесь — проблемы Дома и его обитателей. Возможно, в компьютере люди, населяющие Дом, ищут решение своей индивидуальной жизни.

Ключевые слова: Дом, человек, отдых, компьютер, проблемы, индивидуальная жизнь.

Г. Гамалея

АНОМИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТЕЛЕПРОСТРАНСТВА:

СМЕНА ОПТИКИ

Телевидение четверть века приучало отечественного зрителя к грубому насилию, речевой агрессии, площадной брани, «народному юмору с фанерным смехом», к бесконечным низкопробным концертам мастеров телевизионного так называемого искусства. Но человек, утративший власть над техническим прогрессом, став его придатком, обречен не жить, а выживать. Отечественное телевидение делает робкие шаги, переформатируя канал «Россия». Время покажет, каков будет новый заказ президентской администрации и правительства.

Ключевые слова: телевидение, зритель, насилие, агрессия, технический прогресс, канал «Россия», заказ.

И. Мальковская

ЗЕРКАЛО И ЭКРАН:

КУЛЬТУРА РАЗЛИЧИЯ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО СХОДСТВА

Коммуникация формирует социально-культурную «ткань» человеческого бытия. Процесс разрыва коммуникативного и коммуникационного деформирует и социально-культурное пространство жизни человека, и самого человека. «Зеркало» и «экран» выступают метафорами происходящего разрыва между внутренним и внешним, и значимость бытия другого «до меня» является ключевым условием развития человека между системой

и жизненным миром, коммуникативным и коммуникационным, между «зеркалом» и «экраном».

Ключевые слова: коммуникативное, коммуникационное, социально-культурное пространство, человек, бытие другого, «зеркало», «экран».

Е. Сальникова

МЕЖДУ ГЛИНОЙ И ИНТЕРНЕТОМ

Речь идет о хрупкости и отсутствии гарантий бессмертия нашей цивилизации. Отдельная книга или старинный папирус продолжают существовать, когда прекратится производство книг или папирусов. Восприятие их даны с кодексом, свитком, глиняной табличкой. Но отсутствие электричества для электронной культуры обозначит конец света. Компьютер и Интернет как ничто другое в современном мире зависимы от цивилизационной целостности, от сохранности и дееспособности нашей цивилизации.

Ключевые слова: хрупкость, цивилизация, электричество, электронная культура, конец света.

С. Телегин

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ МИФОВ

Родители позволяют ребенку ползать вокруг телевизора — он заменил их в качестве воспитателя. Словом, телевизор почти буквально разрушает голову маленького человека. Таково место и роль телевидения в современной культуре. Телевидение создает, воспроизводит мифы, влияя на сознание и поступки людей. Человек воспринимает реальность превращенной в миф. Можно выключить телевизор. Однако выключенный экран — это «Черный квадрат» Малевича, иной миф — Ничто.

Ключевые слова: человек, телевизор, культура, миф, выключенный экран, Ничто.

Г. Закарян

ТЕЛЕСЕРИАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИНДИВИДА

Автор анализирует механизмы воздействия современных СМИ, и особенно телевидения — телесериала, на сознательное и бессознательное зрителя, прослеживая различие между элитарной и массовой культурой.

Внимание зрителя сконцентрировано на защите от рекламных и информационных программ, и сам формат сериала внешне неагрессивен, хотя по силе воздействия на зрителя и свободу выбора его невозможно сравнить ни с одним типом телевизионного контента.

Ключевые слова: телевидение, телесериал, зритель, сознательное, бессознательное, воздействие.

И. Кулакова

КОМПЬЮТЕР: НОВЫЕ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ ТЕКСТОВ И КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ ОБРАЗОВ

Автор объясняет, как новые медиа и экранная культура меняют сложившиеся культурные практики и каковы опасности и новые возможности при работе на компьютере и в Интернете. Возможно, визуальная культура, так бурно развивающаяся на наших глазах, призвана компенсировать очевидные потери, пришедшие с концом «чернильной эпохи». Главная надежда на ту часть общества, которая, по-новому утверждая свою идентичность, демонстрирует преемственность традиций отечественной культуры.

Ключевые слова: новые медиа, культурные практики, компьютер, Интернет, потери, «чернильная эпоха», идентичность, преемственность.

Ю. Стракович

ФРАГМЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: УГРОЗА ИЛИ БЛАГО?

Цифровая революция вторгается в глубинные основания вчерашнего мира, провоцирует совершенно новые стратегии поведения людей, новый способ их мышления и формируют новую политическую, социальную, культурную реальность. Важнейшая трансформация подобного рода — демассификация, фрагментация культуры. Однако, пусть и довольно серьезные, трансформации, происходящие под влиянием цифровой революции, вряд ли способны превратить в набор разрозненных атомов человечество, пронесшее свой объединяющий культурный опыт через века.

Ключевые слова: цифровая революция, стратегии поведения, культура, трансформация, демассификация, фрагментация.

В. Кузьмина

СТРАННЫЙ УРОЖАЙ, ХРАМ ШАМБЛЫ И СВ. АЛЬБЕРТ ХОФМАНН: ПСИХОДЕЛИЯ В ЦИФРОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Автор показывает особенности психоделического направления

в искусстве. Законы интернет-пространства позволяют посетителям сайтов сохранять максимальную анонимность и минимум цензуры. Цифровая технология позволяет тиражировать психоделические приемы (фрактальные узоры, оптические иллюзии, синтетические звуки); создавать 3D-изображения и голограммы, интерактивные картины и флэш-ролики. Принт удачной работы используется для создания брендовой одежды и аксессуаров, флайеров, граффити, образцов бодиарта и татуировок.

Ключевые слова: искусство, психоделия, интернет-пространство, приемы, цифровая технология, тиражирование, принт.

О. Жукова

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ: ПРОИЗВОДСТВО ПОВСЕДНЕВНОСТИ

Что принципиально нового телевидение вносит в жизнь современного человека на уровне повседневности? Эта повседневность имеет иную организационную структуру жизненного цикла. Человек вовлекается в информационный поток, а интериоризация его содержания происходит уже в процессе произвольного общения. Профессиональные, познавательные, поисковые, иные стратегии жизненной активности человека становятся избирательными, что удерживает пространство индивидуальной свободы. Иначе претензия медиа на производство повседневности станет неизбежной реальностью.

Ключевые слова: коммуникация, телевидение, повседневность, информационный поток, интериоризация, избирательность, индивидуальная свобода.

И. Багратион-Мухранели СМИ И МИФЫ О КAVKAZE

Основываясь на передаче грузинского телеканала «Имеди» от 14 марта 2010 года о вторжении российских войск в Грузию, автор старается рассмотреть русско-грузинские отношения исторически, но замечает, что сегодня качество и характер тбилисского телевидения, успешных в зрелищно-развлекательных передачах, где проявляются самобытность грузинской культуры, остаются разноплановыми. Телевидение Грузии ищет способы найти разного зрителя. Хочется надеяться, что оно достигнет серьезного уровня передач.

Ключевые слова: Россия, Грузия, история, русско-грузинские отношения, телеканал «Имеди», самобытность, грузинская культура.

О. Леонтович

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРСЕМИОТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Проблема «верности» экранизации литературного произведения оригиналу по-прежнему остается дискуссионной. Одно из возможных решений — интерсемиотический перевод, серия интерпретаций, которые, в свою очередь, также становятся объектом интерпретации.. Автор определяет способы переозначивания культурных смыслов: как осуществляется перевод с естественного языка на кинематографический; как этот перевод работает в контексте межкультурной коммуникации; как при этом ведут себя культурные значения и смыслы.

Ключевые слова: экранизация, интерсемиотический перевод, интерпретация, объект интерпретации, переозначивание, культурные смыслы, межкультурная коммуникация.

Л. Марданян-Закарян

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И МОДА УЛИЦ: МОСКВА, 2010

Статья о соотношении телевидения и моды. Сегодня зрители каналов не только смотрят телевизор, но увиденное часто переносят в личную жизнь. Общество потребления жаждет новинок — телевидение приковывает внимание их избытком. Телевидение настолько интегрировалось в систему моды, что трудно представить событие, которое не покажут по телевизору. Сегодня цель — освещение моды, но в будущем телевидение должно не просто не просто освещать, но просвещать.

Ключевые слова: телевидение, мода, зрители, личная жизнь, общество потребления, избыток, освещение моды, просвещение.

Е. Николаева

СКВОЗЬ ПИКСЕЛИ К ОБРАЗАМ И ОБРАТНО: ПИКСЕЛЬ-АРТ ПО РАЗНЫМ СТОРОНАМ ЭКРАНА

Автор видит угрозу культуре со стороны пиксель-арт. Метапиксельные структуры вышли за пределы персональных компьютеров на огромные экраны мегаполисов. Пиксельные картинки врываются в физическое и ментальное пространство современной культуры. Разъятые на пиксели образы украшают бескрайние урбанистические ландшафты и камерные гостиные. Подобно беспощадным завоевателям пиксели захватывают территорию традиционной культуры как в виртуальной, так и в «реальной» реальности.

Ключевые слова: пиксель-арт, метапиксельные структуры, пиксельные картинки, захват, традиционная культура, реальность.

О. Сергеева

**МИР СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ОПЫТ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭТНОГРАФИИ
НА МАТЕРИАЛЕ ВКОНТАКТЕ.RU**

Автор считает актуальной социальную регулируемость онлайн-поведения, видение виртуального не как отрицания, а как продолжения социального. Чтобы понять коллективные отношения, воссозданные в Интернете, их важно рассматривать через медийные особенности компьютерной технологии: каким образом развитие средств коммуникации определяет развитие групп, как осмыслить влияние онлайн-среды на нашу повседневность? Взаимосвязь реальной социальности и социальности виртуальной исследуется на материале российской социальной сети ВКонтакте.

Ключевые слова: Интернет, онлайн-поведение, виртуальная этнография, коллективные отношения, коммуникация, повседневность, реальная социальность, виртуальная социальность, ВКонтакте.

Е. Ермакова

РЕЖИССУРА КАК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КАРКАС ФИЛЬМА

Опираясь на произведения современного кинематографа, автор определяет режиссуру как эмоциональный каркас фильма. Аудиовизуальная среда, сегодня — основной художественный материал кинематографистов, сформировала новый жанр — мультимедийный фильм. Новые приемы построения перенимает телевидение, а новые формы экранного искусства (компьютерные технологии, достижения стереокино), вносят в основной принцип аудиовизуального построения новые зрелищные, психологические, социальные и мировоззренческие аспекты.

Ключевые слова: режиссура, эмоциональный каркас, аудиовизуальная среда, мультимедийный фильм, стереокино, мировоззренческие аспекты.

А. Верижников

**ЖАЖДА ПРОСТОТЫ: ИНТЕРНЕТ, КОМИКС-КИНЕМАТОГРАФ
И POWERPOINT КАК ВОЗВРАЩЕНИЕ К КУЛЬТУРЕ ПЕТРОГЛИФОВ**

Современные высокотехнологичные медийные ресурсы — Интернет

или презентационная программа PowerPoint должны были способствовать рафинированности и продвинутости человеческого общения. На деле же они ведут к наиболее архаичным формам коммуникации. А голливудский комикс, претендующий стать единственной формой кинематографа, подпитывает Интернет своими мемами-петроглифами навязывает взрослым людям рамки мышления не умеющих читать и писать дошкольников.

Ключевые слова: Интернет, PowerPoint, петроглифы, архаичные формы коммуникации, комикс, мемы, дошкольники.

А. Зиннурова

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МУЗЫКИ В ЭКРАННЫХ ИСКУССТВАХ

Автор различает музыку как вид искусства и музыку в экранных искусствах: это — фундаментальные семиотические различия. В музыкальном искусстве знак существует как единство означаемого и означающего в целостном, конечном музыкальном произведении. Наличие языка как знаковой системы, реализованной в музыкальном произведении, не существует. Музыка экранных искусств — язык и способна реализовывать различные знаки, выходя на новый уровень с позиции семиотического взгляда.

Ключевые слова: музыка, экранные искусства, язык, знак, семиотический взгляд, композиция, зрительный аспект.

Ю. Дружкин

И НА ТЕНИСТОЙ УЛИЦЕ Я ПОСТОЮ В ТЕНИ

На примере песен, радио- и телепередач, фотографий, фильмов, Интернета автор рассматривает проблему «теневого сюжета», отчуждающего экранный имидж от живого человека. Это — особые, информационные среды. У них свои законы. Их необходимо учитывать, с ними необходимо считаться, к ним нужно гибко приспосабливаться, по мере необходимости бороться, по мере возможности побеждать. И всегда быть готовым к встрече с тенью.

Ключевые слова: человек, тень, информационные среды, экранный имидж, тенеобразование.

И. Яковенко

РОССИЙСКОЕ КИНО НА ПОРОГЕ ПЕРЕМЕН:
ФИЛЬМЫ В ЖАНРЕ ХОРРОР

Касаясь жанра «хорор», автор считает, что одна из важнейших функций культуры — преодоление универсального базового страха человечества: страха хаоса, осознания собственной конечности, что преодоление страха происходит посредством его «называния». Неудача некоторых отечественных фильмов ужасов («Ведьма», «Юленька», «С.С.Д.») означает, что российский хоррор делает свои первые шаги, поэтому неудачи на первых порах — дело вполне естественное. Другой вопрос — это перспективность этого жанра в России.

Ключевые слова: страх, ужас, культура, «называние», хорор, отечественные фильмы, перспективность жанра.

В. Колотаев

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ СЕРИАЛ «ВСПОМНИ, ЧТО БУДЕТ»:
ЗНАНИЕ БУДУЩЕГО КАК УГРОЗА НАСТОЯЩЕМУ

Автор анализирует американский телесериал FlashForward (2009) и заключает, что любой внешний враг — проекция внутреннего врага. Фантазируя, представляя в подробностях последствия какой-нибудь беды, мы способствуем воплощению реальной катастрофы. Фильмы-катастрофы эксплуатируют коллективные страхи перед неопределенностью, проигрывая худшие варианты развития непредсказуемых событий. «FF» пугает самим знанием о будущем, показывая, что иногда оно разрушительно для настоящего.

Ключевые слова: фильм-катастрофа, внешний враг, внутренний враг, последствия беды, реальная катастрофа, знание о будущем.

М. Халилюлин

ОБРАЗ ВОЙНЫ КАК НОВОГО МОНСТРА
В ЯПОНСКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ

На примере нескольких фильмов и анимэ («Акира», «Могучий Атом — космический герой», «Королевская битва») автор показывает, что образ войны не исчезает из японской культуры, а в последние десятилетия становится ключевым для понимания изменений японского общества. Он переосмысливается по двум направлениям: угроза, идущая извне; угроза, идущая изнутри: члены семьи, друзья, герой могут стать источником угрозы

для будущего человечества.

Ключевые слова: японская культура, фильмы, анимэ, образ войны, изменения общества, угроза.

Е. Маевский

ЯПОНСКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДЕТЕКТИВНОГО СЕРИАЛА

Просматривая японские телесериалы, автор наблюдал особенности японского характера. образы и сюжеты японского криминального «телемыла» сплошь и рядом противоречат устоявшемуся общему мнению о сдержанности японцев. В криминальных фильмах драматическое напряжение поиска, погони и поимки в кульминационный момент сплошь и рядом разрешается слезами. Японские финалы не столь жестоки, но они не в пример истеричнее американских.

Ключевые слова: японские телесериалы, японский характер, крими, слезы, обязанность благодетелю.

М. Желтухина

О КЛИПОВОСТИ МАССОВОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Автор отмечает клиповость массовой медиакультуры, вербальное и невербальное влияние на сознательные и подсознательные мыслительные процессы человека, его чувства, волю. Навязывается стереотипичность клипового восприятия действительности в выпусках новостей, аналитических передачах, токшоу, рекламах, кинофильмах. Чем примитивнее созданные клиповые образы, тем эффективнее воздействие на структуры сознания человека. Словом, СМИ способны конструировать образ реальности, влиять на все сферы человеческой деятельности в определенных интересах.

Ключевые слова: медиакультура, клиповость, влияние, мышление, СМИ, образ реальности, интересы.

Т. Шеметова

КЛИПОВАЯ КУЛЬТУРА, ИЛИ НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ОПИСАНИЮ МУЗЫКАЛЬНОГО КЛИПА

Клиповая культура — яркий аудиовизуальный способ репрезентации смысла современного человека. Музыкальный видеоклип «отображает» музыку или «зарисовывает» звук, сегодня — это самый распространенный

аудиовизуальный формат, синтезирующий песню и видеоряд на экране. Для понимания его автор определяет четыре подхода: семиотический (тип текста), культурологический, эстетический (описание) и как поэтический текст. Это — фильм-катектор с «формульным повествованием», поликодовый текст с особым изобразительно-поэтическим строем языка.

Ключевые слова: клиповая культура, музыкальный видеоклип, аудиовизуальный формат, фильм-катектор, поликодовый текст.

Д. Журкова
ЭКРАННАЯ ЖИЗНЬ
НЕЭКРАННОГО ИСКУССТВА

Кинематограф и опера имеют много общего не только по принципу синтеза искусств, но и формами бытования. В современных же постановках режиссура перестает отталкиваться от партитуры и становится визуальным прочтением произведения, рассчитанного на публику, отвыкшую слушать и слышать. Перенос на экран симфонической музыки — всегда поиск баланса между приоритетом музыкального или визуального. Но это и — заявка на проектирование иного концертного пространства.

Ключевые слова: кинематограф, опера, симфоническая музыка, баланс, музыкальное, визуальное, концертное пространство.

Вл. А. Луков
ШЕКСПИР НА ЭКРАНЕ:

«НЕОШЕКСПИРИЗАЦИЯ» И «НЕОШЕКСПИРИЗМ»

Автор затрагивает две темы: особенности телевидения как социокультурного явления и проблему неошекспиризма (возвращение к шекспировскому мировидению) и неошекспиризации — использование вечных образов для других целей. С одной стороны, исследование экранизаций Шекспира имеет и искусствоведческие, и культурологические основания и перспективы. С другой — возможности телевидения по созданию телевизионных художественных произведений в этом отношении еще далеко не полностью раскрыты.

Ключевые слова: телевидение, социокультурное явление, неошекспиризм, неошекспиризация, вечные образы.

В. Мочалова

**ЗВУК И ВИДЕОИЗОБРАЖЕНИЕ: ОПЫТ РОССИЙСКИХ ТВ-СЕРИАЛОВ.
НАБЛЮДЕНИЯ НАД ПРАКТИКОЙ**

В связи с постоянной потребностью заполнения телевизионной эфирной сетки, на экранах наших телевизоров получили широкое распространение низкобюджетные сериалы. Внимание автора сосредоточено на сериалах с полным переозвучиванием. В целом кино само диктует свое звуковое оформление, шумами и музыкой раскрывается внутренний мир героев. Один из завершающих этапов — звуковой постпродакшн, трудоемкий, кропотливый и ответственный творческий процесс, второе рождение экранного произведения.

Ключевые слова: эфирная сетка, низкобюджетные сериалы, полное переозвучивание, шумы, музыка, звуковой постпродакшн.

А. Деникин

ИСКУССТВО И ДИЗАЙН В КОМПЬЮТЕРНЫХ ВИДЕОИГРАХ

Сегодня компьютерные игры (КИ) — часть жизни нескольких поколений людей. Не удивительно, что феномен компьютерных игр претендует на статус искусства, рожденного современной цифровой эпохой. Автор считает, что в современных КИ нет главного — подлинного смысла, способного вдохнуть жизнь в технологии, полигоны и текстуры. Искусство КИ начнется с попыток представить виртуальный мир художественными средствами. Игра должна провоцировать диалог человека с миром духовных ценностей.

Ключевые слова: компьютерные игры, искусство, цифровая эпоха, смысл, технологии, виртуальный мир, духовные ценности.

Багратион-Мухранели И. Л. — кандидат филологических наук, доцент МГППУ.

Верижников А. А. — доктор социологических наук, директор по маркетингу компании IPSOS Russia, Москва.

Гамалея Г. Н. — кандидат искусствоведения, профессор ГИТРа им. М. А. Литовчина.

Деникин А. А. — кандидат культурологии, доцент ГИТРа им. М. А. Литовчина.

Дружкин Ю. С. — кандидат философских наук, старший научный сотрудник ГИИ.

Дуков Е. В. — доктор философских наук, профессор, зав.отделом массовых жанров ГИИ.

Ермакова Е. Ю. — кандидат искусствоведения, доцент МГППУ.

Желтухина М. Р. — доктор филологических наук, профессор Института иностранных языков Волгоградского государственного педагогического университета, директор центра коммуникативных технологий.

Жукова О. А. — доктор философских наук, профессор Столичной финансово-гуманитарной академии.

Журкова Д. А. — аспирантка ГИИ.

Закарян Г. А. — аспирант ГИТР им. М. А. Литовчина.

Зиннурова А. К. — менеджер Центра менеджмента качества подготовки специалистов, Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения.

Колотаев В. А. — доктор филологических наук, профессор РГГУ.

Кузьмина В. А. — кандидат культурологии, старший научный сотрудник ГИИ.

Кулакова И. П. — кандидат исторических наук, доцент Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова и Учебно-научного центра визуальной антропологии и эгоистории РГГУ.

Леонтович О. А. — доктор филологических наук, профессор Волгоградского государственного педагогического университета.

Луков Вл. А. — доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, директор Центра теории и истории культуры Московского гуманитарного университета.

Маевский Е. В. — доктор культурологии, профессор ИСАА.

Мальковская И. А. — кандидат философских наук, доцент Российского университета дружбы народов.

Мардоян-Закарян Л. А. — аспирантка ГИИ, режиссер телеканала «Подмосковье».

Мочалова В. В. — аспирант ГИТРа им. М. А. Литовчина.

Николаева Е. В. — кандидат культурологии, доцент Московского государственного университета дизайна и технологии.

Сальникова Е. В. — кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник ГИИ.

Сергеева О. В. — кандидат социологических наук, доцент, Волгоградский государственный университет.

Стракович Ю. В. — научный сотрудник, ГИИ.

Телегин С. М. — доктор филологических наук, профессор, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина.

Халилюлин М. Н. — бизнес-специалист отдела индустриальных проектов ООО «Мицуи энд Ко. Москоу».

Шеметова Т. Н. — кандидат культурологии, ГИТР им. М. А. Литовчина.

Яковенко И. В. — аспирант ГИТРа им. М. А. Литовчина.

Научное издание

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ №7

Научный журнал

Выпускающий редактор — Г. Н. Гамалея
Научный редактор — Е. В. Дуков
Компьютерная верстка — В. Д. Эвалльё
Корректор — Н. Б. Балясникова

Ответственный за печать
И. Л. Вагин

Подписано в печать 13.12.10
Усл. печ. л. 22.0. Тираж 200 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