

О.А. МАСАЛОВА, А.И.САТТАРОВА, Л.С.ТИМОФЕЕВА

ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА: вопросы теории и методологии

Хрестоматия



КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**О.А. МАСАЛОВА
А.И. САТТАРОВА
Л.С. ТИМОФЕЕВА**

**ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ**

Хрестоматия



КАЗАНЬ

2023

УДК 130.2(075.8)

ББК 71.0я73

М31

*Печатается по рекомендации учебно-методической комиссии
Института международных отношений
Казанского (Приволжского) федерального университета
(протокол № 6 от 22 февраля 2023 г.)*

Рецензенты:

кандидат исторических наук, доцент кафедры музеологии, культурологии
и искусствоведения КазГИК **Д.Ф. Файзуллина**;

кандидат исторических наук, доцент кафедры всемирного культурного
наследия ИМО КФУ **М.И. Долакова**

Масалова О.А.

М31 Визуальная культура: вопросы теории и методологии [Электронный ресурс]: хрестоматия / О.А. Масалова, А.И. Саттарова, Л.С. Тимофеева. – Электронные текстовые данные (1 файл: 815 Кб). – Казань: Издательство Казанского университета, 2023. – 100 с. – Системные требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: <https://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/175324> – Электронный архив Научной библиотеки имени Н.И. Лобачевского КФУ. – Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-5-00130-693-1

Данный сборник текстов предназначен для студентов бакалавриата, изучающих дисциплину «Визуальная культура». В хрестоматии представлены фрагменты текстов российских и зарубежных исследователей, разрабатывающих и исследующих вопросы становления и развития визуальной культуры как системы и визуальных исследований как особого научного поля.

Хрестоматия «Визуальная культура: вопросы теории и методологии» предназначена для студентов-бакалавров, обучающихся по направлениям «Культурология» (профиль «Культура стран и регионов мира») и «Антропология и этнология».

Возможно использование материалов данного курса для освещения различных визуальных аспектов современной социокультурной ситуации в рамках различных гуманитарных дисциплин.

УДК 130.2(075.8)

ББК 71.0я73

ISBN 978-5-00130-693-1

© Масалова О.А., Саттарова А.И., Тимофеева Л.С., 2023

© Издательство Казанского университета, 2023

ВВЕДЕНИЕ

Данная хрестоматия разработана в соответствии с учебными планами бакалавриата по направлениям подготовки «Культурология», профиль «Культура стран и регионов мира» и «Антропология и этнология».

Визуальная культура как исследовательское поле и образовательная дисциплина достаточно молодое направление в гуманитарном знании. Ее появление связано с «визуальным поворотом» – новой методологией, направленной на изучение новых типов источников, созданных при помощи оптического, компьютерного и мультимедийного оборудования в определенных программных средах и на изучение нового типа потребления данного культурного продукта – «зрителя». Значимость визуальной культуры в современном мире невероятно высока. Доминирование информации, представленной при помощи широкого спектра аудиовизуальных средств, опережает знакомство человека с окружающим его миром по сравнению с традиционными способами освоения действительности.

В издании впервые представлены тексты и фрагменты монографических исследований зарубежных исследователей (Николаса Мирзоеффа, Кита Мокси, Томаса Митчелла), перевод которых на русский язык до настоящего времени отсутствовал. Также представлены исследования демонстрирующие возможные варианты интерпретации теоретического осмысления концепций визуальности (И. Инишев, Ю.А. Пацюкова, Н.А. Черняева), а также таких характеристик визуальной культуры как экранность (К.Э. Разлогов) и мультимедийность (И.Г. Елинер).

Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества»

С.184-185. Область современного социального и гуманитарно-научного знания отличается высокой степенью дифференцированности. Единство многообразных социальных и гуманитарных наук уже не обеспечивается ни тематически, ни методически. Не считая это обстоятельство чем-то негативным и, напротив, усматривая в нем позитивные признаки самостоятельного и продуктивного развития отдельных дисциплин, нам кажется весьма важным обратить внимание на общие для различных социальных и гуманитарно-научных исследований содержательные мотивы, которые в какой-то мере связывают отдельные науки не только и не столько друг с другом, сколько с дотеоретической социальной действительностью. К числу таких мотивов, как нам кажется, относится проблематика образа. Ее способность выступить в этой роли объясняется, прежде всего, очевидными изменениями в социальной и культурной сфере, наблюдаемыми в последние десятилетия. Образы и различные визуальные содержания стали поистине вездесущими, что в конечном счете привело к соответствующим переменам в функции и статусе образов. Эти изменения были описаны в первом приближении Вальтером Беньямином в его программной работе «Произведение искусства в эпоху технической воспроизводимости» (1936). Сегодня они служат одним из оснований если и не всеобщего, то по меньшей мере широкого интереса к проблематике образности. Пожалуй, редкая из дисциплин, причисляющих себя к современным социальным наукам, способна полностью игнорировать эту тему: различные типы образности (от художественной до коммерческой и от визуальной до вербальной) вплетены в самую ткань современного социума. Однако одного только изобретения средств массового производства образов и цифровых каналов их дистрибуции еще недостаточно, чтобы привести к по-настоящему качественным изменениям, отражением которых служит растущий интерес к вопросам образности и визуальности. Помимо историко-генетической, или диахронической, плоскости вопроса существует и систематическая, или синхроническая, плоскость. Образы «сами по себе», т. е. невзирая на исторические контексты и региональные различия, должны обладать теми чертами и потенциями, которые заставляют современных социальных теоретиков и исследователей культуры уделять им столь пристальное внимание и которые находят свое воплощение в различных социально-исторических типах и функциях образности.

C.185. ... Одним из сильнейших побудительных мотивов к провозглашению «иконического поворота», о котором пойдет речь в нижеследующем, было признание смысловой автономии образа. Образ, возможно, единственный объект, который в процессе своего восприятия не только потребляет «семантические ресурсы», сформированные в иных средах, например, в языковой коммуникации или телесных практиках разнообразных общественных ритуалов. Он также производит их *специфическим для него способом*. Иконический опыт, с одной стороны, представляет собой продолжение внеобразного опыта, а, с другой стороны, прерывает его течение, привнося в него содержания, спонтанно сформировавшиеся и стабилизовавшиеся в специфически образном медиуме....

C.187-189. ... *iconic turn, pictorial turn, imagic turn, visual turn.* Формула «*iconic turn*» была предложена швейцарским искусствоведом Готфридом Бёмом в 1994 г. в статье, вошедшей в изданный им сборник программных работ по современной философии образа. Бём, писавший докторскую диссертацию под руководством Гадамера, занимается по большей части обсуждением онтологических и эпистемологических вопросов, связанных с проблематикой образности. Внутренняя структура образа, его связь с материальным носителем, потенциал образа как ресурса познания – вот некоторые из основных тем, находящихся в его поле зрения. Подобная тематическая ориентация преобладает среди континентальных философов и искусствоведов, по преимуществу немецкоязычных. Формулировка «*iconic turn*» как раз и служит суммарным обозначением для таких постановок вопроса. Выражение «*pictorial turn*» ввел в оборот американский литературовед Томас Митчелл. Одноименная статья (впервые опубликована в 1992 г.) открывает сборник его программных работ, изданный во всё том же 1994 г. В фокусе теоретических интересов Митчелла находится вопрос о соотношении иконологии и идеологии, которые, с его точки зрения, взаимосвязаны и взаимнообратимы. Трактовка образа как инструмента политики репрезентаций – это то, что объединяет «*pictorial turn*» в версии Митчелла с «*visual turn*», теоретической стратегией в рамках британских «культурных исследований», исходящей из идеи «визуальной культуры» как отличительной черты текущего этапа в развитии современного западного общества. Одним из основных проponentов этой стратегии является американский медиа-теоретик Николас Мирзоев. Два эти теоретические направления в рамках исследований образности и визуальности различаются в том, как каждый из этих проектов (*pictorial turn*, с одной стороны, и *visual turn* – с другой) относится к проблеме материального носителя образа, или материального медиума. Если для Митчелла и иных сторонников проекта «*pictorial turn*» интересен сам

иконический медиум, обладающий особым модусом присутствия, оказывающим влияние на способы и эффекты восприятия образного содержания, то для теоретиков «визуальной культуры» на переднем плане их теоретического интереса находятся социальные и политические импликации образных содержаний. В этом аспекте американский «pictorial turn» и европейский «iconic turn» оказываются вполне солидарны. Американский историк искусства и теоретик визуального опыта Кит Мокси описывает соотношение теоретических позиций в этом вопросе посредством противопоставления «презентации» и «репрезентации». Сторонники pictorial / iconic turn, как он утверждает, исходят из представления, согласно которому «образ является презентацией, истоком мощи, природа которого, как объекта наделенного бытием требует, чтобы те, кто его анализирует, обращали пристальное внимание на способ, каким он воздействует своей магией на зрителя». Пропоненты visual turn, или visual culture, трактуют образ как «культурную репрезентацию», значение которой связано по большей части с содержанием образа. Тем самым выражения «iconic turn» и «pictorial turn», с одной стороны, обозначают различные теоретические линии в рамках проблематики образа. Различия затрагивают аспект генезиса (обе линии принадлежат разным интеллектуальным традициям) и аспект конечных целей (экспликация онтологической структуры, в одном случае, и политических содержаний, в другом). С другой стороны, характерный для них обеих интерес – к материальной составляющей образности делает их возможное сотрудничество весьма многообещающим.

C.197–199. Проблема «субстанциального» определения образа – и не только она – связана, прежде всего, с тем, что как предмет образ представляет собой многослойное образование, элементы которого – т. е. слои – принадлежат различным «предметным контекстам», соответственно, подчиняются различным условиям, при которых они могут быть обнаружены и, следовательно, восприняты. К числу основных принадлежат три слоя, которые мы ради удобства (и достаточно произвольно) обозначим латинскими терминами: *tabula*, *pictura* и *imago*. *Tabula* – это образ как физическая вещь, как часть внеобразного «внешнего» мира. Соответственно, участие этого слоя в характерном для образа процессе порождения смысла оказывается минимальным. Вместе с тем он крайне важен с аналитической точки зрения: он служит отправным пунктом для анализа многоуровневой динамики, специфичной для материальности иконических поверхностей. Лишь ориентируясь на него, мы сможем составить себе представление о широте спектра тех трансформаций, которые материя претерпевает в контексте «производства» и «потребления» образов. *Pictura* – это изоб-

разительная поверхность, то, что *непосредственно* участвует в формировании изображения. Это также слой, в котором материальная составляющая присутствует, но, по сравнению с кондицией материального в *tabula*, в измененном виде. Различие здесь заключается в том, что, во-первых, только часть материального содержания *tabula* входит в материальный (феноменальный) состав *pictura*. В то время как, например, произведение станковой живописи или аналоговая фотография в качестве физических объектов имеют лицевую и оборотную стороны, живописная или фотографическая поверхность (на это уже указывает сам термин) лишь лицевую. Во-вторых, та часть материальных свойств *tabula*, которая все же входит в состав *pictura*, функционирует по-другому. Если рама и полотно картины «имеют» определенную расцветку, то едва ли то же самое можно сказать об иконических элементах (цветовых пятнах, линиях и т. д.). Цвет – это не свойство иконических элементов, а скорее – среда, в которой, а главное, вместе с которой они обнаруживаются, т. е. попросту становятся зримыми. «Субстанция» иконического элемента «растворяется» в его элементарной зримости. Это обстоятельство находит свое отражение и в том, что, например, лицевая сторона картины – в отличие от рамы и тыльной стороны – «окрашивается» отнюдь не в соответствии с ее физическими контурами. Иными словами, отношения между материальными элементами изобразительной плоскости – не «метрические», а «грамматические». Цвет, по сути, здесь не наносится на поверхность, а только впервые и создает ее.

Imago – это как раз то в самом широком смысле предметное, которое обнаруживается в специфической материальной среде иконической плоскости; это – образ в узком и строгом смысле. Его материальность не столь очевидна как материальная составляющая двух других слоев. Если в первых двух случаях она в разной степени оказывается тематической, то в случае изображенного ее специфику можно обнаружить лишь посредством аналитической процедуры, в рамках которой устанавливается необходимая структурная связь между тремя перечисленными слоями. Специфику перечисленных предметных, или, если угодно, онтологических, слоев образа можно выразить при помощи понятия медиума. Каждому из предметных слоев соответствует свой тип медиальности. *Tabula*, или образ как физический объект – это медиум-носитель образа. *Pictura*, или иконическая плоскость, представляет собой медиум-посредник, а *imago*, как автономная предметная взаимосвязь, – медиум-среду.

C.205. Визуальный образ – это не использование «готовой» материальной основы в эстетических (т. е. согласно традиции, миметических) целях, а опре-

деленный итог ее формирования и (само) обнаружения. (Художественный) образ – это в известном смысле финальная точка восхождения материальной основы в область зримого.

С.208. В завершение посвятим несколько слов сфере применимости теоретических итогов набирающего темпы «иконического поворота», а также дисциплинарным контурам (если таковые отыщутся), в которые его можно было бы на сегодня вписать. Ряд относительно автономных теоретических проектов, составивших «иконический» поворот, вносят, прежде всего, заметный вклад в развитие философии образа, которая, несмотря на давно сложившееся реноме философии как в высшей степени «абстрактной науки», вполне «операционализируема». Эта операционализируемость связана в первую очередь с необходимостью постоянного принятия ряда решений касательно «онтологической» характеристики образа. Любой образ, понимаемый как нечто большее, нежели физический объект, готовит немало трудностей, связанных с определением его элементарной предметной структуры и базовых черт соответствующей этой структуре установки воспринимающего «субъекта». Такого рода рефлексия, как нам кажется, должна (в той или иной степени) сопровождать любой анализ конкретных изображений. Главное же основание возможной и происходящей время от времени в действительности «инструментализации» философии образа заключается в том, что и повседневное восприятие различных образов требует от реципиента обладания определенными компетенциями, наличие – и, соответственно, отсутствие – которых непосредственно сказывается на содержании и характере иконического опыта. Инструментализацию этого рода можно было бы назвать «трансдисциплинарной».

Кроме того, актуализированная «иконическим поворотом» философия образа вполне может оказаться весьма эффективной в контексте социально-теоретической проблематики. Вот лишь некоторые важнейшие черты образности, которые способствуют этому: транспарентность, нормативность и трансформативность. *Транспарентность*, или, вернее, «полупрозрачность» иконической плоскости, подразумевает описанную выше в общих чертах связь между материей и смыслом. Поскольку эта связь реализуется окказионально и перформативно на уровне иконической плоскости, которая не принадлежит ни сфере каузального, ни сфере психического, образ способен выступить в роли как перцептивного, так и коммуникативного посредника. Он представляет собой одну (если не единственную) из первичных форм посредничества между человеком и миром, а также индивидом и обществом. Образ – это среда, где ре-

ализуется и одновременно репрезентируется *взаимопроникновение* материального и понятийного, индивидуального и социального. Образ / иконический опыт – это своего рода «плавильный котел», в котором создаются и реконфигурируются социально значимые диспозиции чувственного и интеллектуального.

Особую роль в этой связи играют антропологические импликации проблематики образного. Например, для Вилема Флюссера и в еще большей степени для Ханса Белтинга «производство» и «потребление» образов – это процесс, имеющий антропологический фундамент. Иными словами, он укоренен в природе человека. Человек и в самом деле – единственное из известных живых существ, способное производить и воспринимать образы. «Производство образов само является символическим актом и поэтому требует от нас столь же символического способа восприятия, которое заметно отличается от повседневного восприятия наших естественных образов. Учреждающие смысл образы, занимающие в качестве артефактов свое место в любом социальном пространстве, появляются на свет как медиальные образы. Медиум-носитель предоставляет им поверхность с актуальным значением и формой восприятия».

«Экстернальные» образы – живопись, фотография, реклама – структурируют, стабилизируют и стандартизируют индивидуальные («интернальные») образы, содействуя формированию определенных форм индивидуального самосознания и социального взаимодействия, на которых в свою очередь базируются вербальные и дискурсивные коммуникативные практики. Социальная функция образов не в последнюю очередь основывается на характерном для них структурном единстве презентации, репрезентации и коммуникации, которые представляют собой не последовательность операций, а «симфонический» эффект единого акта.

Другая важная структурная черта образа, способствующая актуализации проблематики образности в социально-теоретическом контексте – это, конечно же, нормативность: внутренне присущая иконической плоскости способность переводить «метрические» отношения в «смысловые» и обратно: «смысловые» отношения проецировать в «метрические», делая их «феноменальными». В известном смысле производство и восприятие образов – это своего рода визуализация нормативности. При этом не столь важно, идет ли речь о «художественных» или «повседневных» образах. Трансформативность образа – это третья социально-теоретически значимая характеристика, состоящая в переходе от факта к действию, характерном для «сильных» образов, т. е. согласно нашей «классификации», для «образов-сред». В результате формально-онтологического анализа, предлагаемого рядом современных философских теорий, стано-

вится также ясно, что образ – это не просто один из наиболее важных факторов социальной интеграции и стабилизации, но эта и прочие его социальные функции базируются на его «агенсу», его способности выступать в роли социального актора, наделенного рядом личностных черт.

В итоге инициированные «иконическим поворотом» рефлексии могут послужить важным дополнением, например, к «сильной программе» культур социологии Джеффри Александера, исходящей из «идеи, что любое действие... в известной мере встроено в горизонт аффекта и значения». Тезис Александера об иконическом опыте как «погружении в материальность социальной жизни» может получить серьезную поддержку и разъяснение со стороны структурного и онтологического анализа образа, очерк которого мы попытались представить. То же самое можно сказать и о теории социального воображаемого от Корнелиуса Касториадиса до Чарльза Тэйлора, «фрейм-анализе» Ирвинга Гофмана, а также других социально-теоретических концепциях, отстаивающих автономию повседневного опыта и его способность влиять в том числе и на «глубинные» структуры социальной жизни. В области «культурных исследований» обращение к проблематике образа могло бы поспособствовать формированию более дифференцированного представления о визуальности, инструментах политики репрезентации и культурной критике в целом. Следует признать, что в нашей экспозиции проблематики «иконического поворота» мы ориентировались по большей части на «традиционные» типы образности: живопись, графика, фотография... Мы, конечно же, не утверждаем, что все многообразие типов образности может быть сведено к перечисленным разновидностям. Однако не «жанровые», а «структурные» характеристики служили для нас критерием при подборке «экземпляров». Более того, именно они, как нам кажется, должны стать принципиальным условием жанровой дифференциации. Чем выше степень «медиализации», которую образ допускает и обеспечивает, чем более последовательно он выполняет функцию многостороннего посредника, тем теснее его связь с социальной действительностью и тем больше оснований именовать его эмфатическим словом «искусство». Семантически и визуально перенасыщенные медиальные образы – это, конечно же, только часть «сущего». Но на их примере мы скорее можем узнать, чем – а главное, как – «является» остальное сущее. Образ – это не столько *окно*, сколько «интерфейс», *место* встречи гетерогенного пояснение со стороны структурного и онтологического анализа образа, очерк которого мы попытались представить.

То же самое можно сказать и о теории социального воображаемого от Корнелиуса Касториадиса до Чарльза Тэйлора, «фрейм-анализе» Ирвинга Гоф-

мана, а также других социально-теоретических концепциях, отстаивающих автономию повседневного опыта и его способность влиять в том числе и на «глубинные» структуры социальной жизни. В области «культурных исследований» обращение к проблематике образа могло бы поспособствовать формированию более дифференцированного представления о визуальности, инструментах политики репрезентации и культурной критике в целом. Следует признать, что в нашей экспозиции проблематики «иконического поворота» мы ориентировались по большей части на «традиционные» типы образности: живопись, графика, фотография... Мы, конечно же, не утверждаем, что все многообразие типов образности может быть сведено к перечисленным разновидностям. Однако не «жанровые», а «структурные» характеристики служили для нас критерием при подборке «экземпляров». Более того, именно они, как нам кажется, должны стать принципиальным условием жанровой дифференциации. Чем выше степень «медиализации», которую образ допускает и обеспечивает, чем более последовательно он выполняет функцию многостороннего посредника, тем теснее его связь с социальной действительностью и тем больше оснований именовать его эмфатическим словом «искусство». Семантически и визуально перенасыщенные медиальные образы – это, конечно же, только часть «сущего». Но на их примере мы скорее можем узнать, чем – а главное, как – «является» остальное сущее. Образ – это не столько *окно*, сколько «интерфейс», *место* встречи гетерогенного.

Цит. по Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества / И. Инишев // Логос. – 2012. – №1. – С.184–211.

Митчелл У.Дж.Т. Чего хотят изображения?

... В теории изображений я попытался различить три типа мета-изображения: во-первых, изображение, которое явно отражает или «удваивает» себя, как во многих картинах Сола Стейнберга, в которых воспроизводство изображения, которое мы видим, появляется повторно внутри картины. Это наиболее часто наблюдается в эффекте «mise en abime», коробки Quaker Oats, которая содержит изображение коробки Quaker Oats, которая содержит еще одну картинку коробки Quaker Oats, и так далее до бесконечности. (Технически, насколько я понимаю, термин впервые появился в связи с геральдикой, где разделение герба на все более и более уменьшающиеся секторы, содержащие другие гербы, прослеживает эволюцию генеалогии). Во-вторых, изображение, которое содержит изображение другого типа, и, таким образом, перекомпоновывает или реконструирует внутреннее изображение как «вложенное» внутри более крупного внешнего изображения. В-третьих, изображение, заключенное не внутри другого изображения, а в рассуждениях, где размышляют о ней как об образце «живописности» как таковой. Это третье значение, конечно, подразумевает, что любое изображение (простой рисунок лица, мультистабильное изображение, такое как Утка-Кролик, «Менины» Веласкеса) может стать мета-изображением, изображением, которое используется для размышления о характере образов.

Вездесущая возможность мета-изображения имеет несколько значений... Во-первых, это предполагает, что любое изображение, по крайней мере, потенциально, представляет собой своего рода вихрь или «черную дыру», которая может «засасывать» сознание смотрящего и в то же время «извергать» бесконечные размышления. Это не просто вопрос бесконечной или неопределенной пространственной глубины, которая предлагается в тот момент, когда поверхность отмечается и, таким образом, открывается как пространство для восприятия и рефлексивного мышления. Это также собственно изображение на поверхности, в бесконечности аспектов, которые могут вызвать линия, цвет или размытое стирание. По словам Уильяма Блейка, бесконечность находится в «Определенной идентичности» «ограничивающей линии», а не только в бесконечном, пустом пространстве перспективы или в пустоте немаркированного пространства, в пустоте или хаосе потенциала всплывающего образа. (Вспомните совет Леонардо художникам смотреть на случайные брызги грязи, оставленные на гипсовых стенах проезжающими телегами, и медитировать на фор-

мах фигур и пейзажей, которые появляются, глядя на них; или понятие Нельсона Гудмана о «плотности» и «полноте» аналоговых символьных систем).

...цель мета-изображения – создать критическое пространство, в котором изображения могли бы функционировать не просто как иллюстрации или «примеры» силы того или иного метода, но и как «случаи», которые в некоторой степени (обычно заранее неизвестные) могут преобразовать или разрушить предложенный им метод. Самым широким значением мета-изображения является то, что картинки сами могут быть участками теоретического размышления, а не просто пассивными объектами, ожидающими объяснения каким-то не изобразительным (или иконоборческим) способом.

... многие модернистские повествования (например, о марксизме, психоанализе или современном искусстве и философии) были проявлениями иконоборчества в фундаментальном смысле. Они были склонны рассматривать изображения как объект деструктивной критики, критических операций, которые рассеивают их силу, устраниают их из сознания и разрушают их раз и навсегда. Критика идеологии, например, постоянно изображалась как практика освобождения от ложного сознания, изображаемая как репертуар соблазнительных и ложных образов. То же самое для психоанализа и его связи с воображением и фантазией. История философии, от изгнания художника Платоном до «языкового поворота» Ричарда Рорти, решительно выступила против образа. Как выразился Витгенштейн, «картина держала нас в плену, и мы не могли выбраться из нее». Хайдеггер думал, что современность заманила человечество в ловушку «эпохи картины мира», и что философия (или поэзия) может найти выход из нее.

Цит. по Grønstad A., Vågnes Ø. What do pictures want? Interview with WJT Mitchell / A.Grønstad, Ø Vågnes // Image & Narrative, November 2006 [Электронный текст]. – URL.: <https://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>

Кит Мокси. Визуальные исследования и «иконический поворот»

Идея «присутствия» вошла в сферу гуманитарных наук и стала привычной, являясь столь же поразительной для постпросвещенческого мышления, как появление призрака Банко за столом Макбета. Мнения о том, что объекты наделены собственной жизнью – что они обладают экзистенциальным статусом, наделенным силой, – стали обычным явлением. Без сомнения, объекты (эстетические / художественные) вызывают рефлексию и несут эмоциональную нагрузку, которой не избежать. Такие объекты возвращают нас во времена и пространства, которые невозможно посетить вновь, говорят о событиях как печальных, так и радостных для памяти. Такие объекты служат монументами коллективной памяти, индексами культурных ценностей, центрами ритуальных действий, оправданиями общих или индивидуальных потребностей. Материально предъявляемая «жизнь» мира когда-то изгонялась во имя его читаемости, его рациональности, теперь она возвращается, чтобы не давать нам покоя.

Многие ученые, уставшие от «лингвистического поворота», от идеи, что опыт фильтруется посредством языка, сейчас убеждаются, что мы можем порой иметь непосредственный доступ в окружающий мир, что субъект-объектное разделение, столь долго питавшее эпистемологические усилия, больше не имеет смысла. В стремлении разобраться в обстоятельствах, в которых мы находимся, мы игнорировали или забывали «присутствие» вещи во имя ее «значения». Свои интерпретации исследователи набрасывали на объекты, стремясь их приручить, подчинить контролю через наделение значениями, которыми те могли и не обладать. Но сейчас произведения искусства, например, рассматриваются скорее, как предметы, которые соответствуют неожиданности встречи, нежели чем ожидают нашей интерпретации. Появилось новое поколение исследователей, которые уделяют внимание тому, как образы привлекают внимание и формируют реакцию, поскольку они считают, что физические свойства образов столь же важны, как и их социальные функции. В истории искусства и визуальных исследованиях термины «пикториальный» или «иконический» поворот сейчас означают именно такой подход к визуальным артефактам, когда признаются эти онтологические требования. Мы уделяем внимание тому, что не может быть прочитано, тому, что превышает возможности семиотической интерпретации, тому, что противостоит познанию на базе конвенций, тому, что никогда не может быть определено, то и тогда мы действительно вовлекаемся

в смену исследовательской парадигмы. Такая смена происходит в широкой сфере – от социальной истории до исследований культуры.

Наиболее радикально выглядят теории, провозглашающие возможность непосредственного доступа к «реальности», утверждающие, что восприятия позволяют нам «познать» мир таким образом, что это может обойти функцию языка. Литературный теоретик Ганс-Ульрих Гумбрехт утверждает, что настаивать на «чтении» мира вокруг нас, рассматривать его так, как будто он составлен из знаков, это делать себя слепым по отношению к его статусу существующего «бытия». Отвергая традиционные методы, которые хоронят окружающие объекты в превосходящих их слоях значений, он предпочитает уделять внимание способам, благодаря которым объекты действуют и определяют наши собственные подходы. Нам нужно настроиться на «интенциональность» природы, на жизнь и цели объектов, их активную роль в утонченностях опыта. Следовательно, он призывает к тому, что интерпретации должны быть настроены как на «эффект присутствия», так и на «эффект значения». Уставший от власти репрезентаций, Гумбрехт желает воздать должное своеобразной жизни объектов.

В этой статье дается краткая историография «присутствия», позволяющая заметить, что объекты «говорят» прежде, чем мы пытаемся поместить их в кластер значений. Я "изучал" эссе некоторых известных авторов для того, чтобы сделать несколько предварительных и, возможно, спорных выводов. Я утверждаю, что такие обращения к экзистенциальным статусам образов, концентрация на их природе и структуре добавляют ценностные измерения в интерпретативный подход. Визуальные исследования в Великобритании и США сегодня характеризуются доминированием интерпретативной парадигмы, в соответствии с которой образ чаще понимается как репрезентация, визуальный конструкт, который выдает идеологические подходы своих создателей, и чье содержание допускает манипуляцию ее адресатами. Напротив, если сосредоточиться на присутствии визуального объекта, на том, как он взаимодействует со зрителем способами, отличающимися от программ, для которых он был задуман и которые действительно могут повлиять на нас таким образом, как знаковые системы не могут действовать, то все это будет склонять нас к тому, чтобы рассматривать образ как презентацию.

Внимание к присутствию объекта, являющемуся чувственным благодаря его «ауре», учитывает полноту его непосредственности в пространстве и времени. Интерпретации, отражающие специфику таких встреч, остаются локальными, они будут иметь дело только с единичным качеством процесса. Анахронизм феноменологического жеста, попытка позволить историческому объекту

избежать времени, придав ему современное значение, зависит от хронологии его значения. Понимание «внешнего» визуального объекта, его разностороннего вмешательства в жизнь культуры, его жизнеспособности как репрезентации – все это не следует рассматривать, как альтернативу попыткам подойти со стороны «внутренней», с учетом способности визуального объекта действовать, с учетом его способности к эстетическому или поэтическому призыву, его статусу презентации. Я утверждаю, что оба подхода добавляют силы и сложности нашему нынешнему пониманию визуального.

Нынешний интерес к другой стороне опыта, которая приходит нам на встречу, наблюдается во многих сферах гуманитаристики. Такие философы, как Ж. Делез, Ф. Гваттари, А. Бадью (2005), утверждают, что человеческий опыт формируется онтологической множественностью, которая опережает любые попытки постулировать «Бытие» как единую, но непознаваемую сущностную базу для «реальности», на которую люди реагируют, и в то же время она противостоит редуктивному использованию лингвистической репрезентации, чтобы предложить последовательную точку зрения, «основное повествование», которое объясняет этот опыт. Эта антиэпистемологическая перспектива находит параллель в недавних размышлениях об историографии. В сравнении с Хайденом Уайтом (1974, 1987), который однажды предположил, что посредническая роль языка лишает нас доступа к прошлому и, таким образом, мешает нам как-либо его “познать”, Фрэнк Анкерсмит (2005) в настоящее время отстаивает то, что он называет «возвышенный исторический опыт», непосредственный опыт прошлого, родственной эстетическому отклику. В научных исследованиях Лорен Достон и Питер Галисон (1992), Бруно Латур (2004), Ленуар (1998) и другие пересмотрели научный проект подход?, заявив, что «факты», какими оперируют исследователи, с помощью которых разъясняют и интерпретируют мир, эти факты столь же созданы, сколь и открыты. Они отмечали, что в науке отсутствует чистое познание, и что последнее глубоко социальный, политический и культурный процесс, где невозможно сказать, где заканчивается эмпирическое, и начинается теоретическое познание, а, следовательно, влияние идеологии. Научные факты возникают не из-за того, что они «конструируются», а в результате стирания субъект-объектного разделения, когда происходит взаимодействие между человеческими и нечеловеческими формами природы. Социологи и антропологи аналогичным образом демонстрируют, что статусы объектов могут меняться. Будучи однажды созданными, объекты одного типа могут превращаться в течение времени в объекты другого типа. Арджун Аппадурай (1986) пишет о «социальной жизни вещей», способности объектов входить и выходить из различных ролей – из товара в дар и так далее – в течение

срока их существования; Николас Томас (1991) описывает, как «реконтекстуализация» объектов – их форма обмена меняет их культурный статус и значимость в ходе времени; в то время как Альфред Гелл (1998) провокационно говорит об образах «жизни» и «семьи». Отношение между объектом и субъектом – это улица с двусторонним движением, где невозможно определить, с какой стороны исходит действие. Поиск смысла в подходах, подразумеваемых в существовании объектов, заменяет попытку уловить их сущность утраченной силой языка.

А как же история искусства? Как история искусства реагирует на попытки наделить объекты собственной жизнью, на этот призыв признать скрытое присутствие жизни в объектах? Написанная в 80-х гг. история искусства была эпистемологически ориентированной, она искала «значения» произведений искусства в контексте, где они были созданы, и где раскрывались их важные социальные функции. Феноменологические же подходы основывались на модели, созданные Мартином Хайдеггером и Морисом Мерло-Понти в 1930-1950-х годах. Жорж Диди-Юберман, возможно, является наиболее откровенным критиком подходов, в которых история искусства сводится к «значениям». В серии эссе он объясняет, почему общепризнанные теории – иконология Эрвина Панофского, социальная история Майкла Баксандаля – оказались все же неудачными в том, чтобы зафиксировать наиболее важные характеристики произведений, которые они исследовали. Наблюдая за реакцией зрителя на изображение, он считает, что его оценка определяется опытом работы.

В книге о Фра Анджелико, например, Диди-Юберман (1995 [1990]) рассматривает живопись как аллегорию духовного материального. Живопись – это средство, благодаря которому трансцендентальная правда снисходит до человека. Подобно тому, как теологи того периода добавляли комментарии к Библии для того, чтобы завершить процесс интерпретации до конца, то же самое делают и художники. Э. Панофский и М. Баксандэйл располагали произведение перед контекстом или внутри него, они подходили к объекту анализа так, как если бы он был инертным и нуждающимся в «объяснении» через отсылку к обстоятельствам, более стабильным и прозрачным – Диди-Юберман же рассматривает произведение как активный принцип, способный породить свое собственное значение. Демонстрируя научную эрудицию через владение богословскими источниками, которыми иконописец мог бы гордиться, он, тем не менее, настаивает на том, что мы не можем игнорировать тот факт, что мы встречаемся с образом сейчас. Независимо от того, в какой период он, возможно, был создан, образ с необходимостью живет в наше время.

Неудивительно, что Аби Варбург является историографическим героем Диди-Юбермана, поскольку Варбург осознавал силу образа, способного «сло-мать» время. В течение прошлого столетия рабочие концепции, такие как *Nachleben* и *Pathosformel*, сформулировали способы, которыми образы живут жизнью, которая продолжает преследовать нас еще долгое время после момента их создания (Didi-Huberman, 2002). Одно из следствий уникальной важности, которой Диди-Юберман придает такую значимость присутствию визуального артефакта, что это ставит под вопрос «историю искусства», которую привыкли рассматривать через понятие исторического развития. Если объект «ломает» время, то история искусства по необходимости становится «анахроничным» занятием. Глубина взаимопонимания, установившаяся между произведением и современным зрителем, не позволяет подчинить искусство какой-то заранее установленной исторической траектории:

Нельзя утверждать, что есть исторические объекты, принадлежащие к этому или тому времени, нужно понять, что в каждом историческом объекте все времена сталкиваются друг с другом или основывают себя пластично друг на друге, раздваиваются или даже переплетаются друг с другом (Didi-Huberman, 2003: 131).

Возобновившийся интерес к присутствию объектов – в их способности отойти от значений, приписанных им поколениями интерпретаторов – оказал большое влияние на визуальные исследования. У. Митчелл, например, назвал это «пикториальный поворот» (Mitchell, 1994). Семиотический подход к проблемам образа и изображения является редукционистским, который был характерен для 1980-х годов, поскольку здесь образы подчиняются лингвистической модели, Митчелл утверждает, что изображения должны быть рассмотрены как наделенные присутствием, а это исключается лингвистическим описанием и интерпретацией. Тесно связанные слова и образы - это порядок познания, который, тем не менее, нельзя приравнивать друг к другу. Рассматривая эту идею в публикации с характерным названием в форме вопроса «Чего же хотят изображения?», Митчелл исходит из того, что у изображений есть «жизни» и что эти жизни только частично контролируются теми, кто их породил. Мы можем создавать образы и при этом наделять их собственными чертами, включая антропоморфную силу действия. Эта вторичная жизнь образов позволяет им распространяться и воспроизводить себя. Идеи Митчелла удивительно похожи с идеями антрополога Альфреда Гелла, который рассматривает искусство как средство, с помощью которого люди аллегорически воплощают фундаментальные принципы своих социальных функций. Среди свойств, которые обычно

присваиваются произведениям искусства, – это «вторичность», способность влиять и контролировать жизни их создателей (Gell, 2005 [1992], 2006; обсуждение теорий Гелла см. в Rampley, 2005).

Важность «пикториального поворота» заключается в том, что Митчелл не сводит исследование образов к тем из них, что привилегированно включались в категорию «искусство». Произведение искусства, чей статус традиционно был гарантирован понятиями эстетической ценности, не является единственным видом визуального объекта, наделенного присутствием. Эстетический интерес – лишь одна из форм власти, которой они могут быть наделены, и Митчелл признает, что их привлекательность принимает самые разные формы. Визуальные исследования относятся к разнообразным и несовместимым семьям, к которым относятся визуальная культура, так же как изменяющаяся природа визуальности и восприятия (Mitchell, 2002).

Для Джеймса Элкинса, другого ведущего теоретика визуальных исследований, изображения, ставшие привилегированными благодаря этикетке 'искусство', составляют небольшую часть мира, по которому плывут по течению мировые культуры. Он не видит причины, почему наука должна уделять внимание этому маленькому острову, когда он окружен обширным океаном других образов:

«Я буду утверждать, что нехудожественные изображения могут быть столь неотразимыми, красноречивыми, выразительными, исторически актуальными и теоретически привлекательными, как и традиционные предметы истории искусства» (Элкинс, 1999: ix).

Элкинс рассматривает эту область как энциклопедическую по своим размерам, но в то же время методологически ориентированную на конкретную природу каждой среды изображения (Elkins, 1995; см. Также Elkins, 2007). Науки не являются дисциплинами, только использующими «информационные образы», они предоставляют большее и демонстрируют наиболее творческие изобретения. Например, очарованный тем, как ученые изобретают технологии и умело обращаются с ними, чтобы найти способы визуализировать часто невидимые явления, которые они изучают, Элкинс в своей последней книге «Визуальные практики в университете» (2007 г.) представляет антологию использования визуальных методов по всему спектру дисциплин, составляющих искусства и науки. Хотя эти образы созданы, чтобы осуществить передачу информации, они имеют характер репрезентации, однако их перцептивный статус, их влияние на наш оптический опыт будут различаться в соответствии с медиа, в котором они созданы. Таким образом, статус образа как презентации столь же важен, как информативное содержание. Таким образом, для Элкинса эти визу-

альные объекты имеют большее, чем просто репрезентативное значение, и он готов приписать им аффективную или эстетическую ценность: «Стратегии, которые ученые используют для манипулирования изображениями, вполне можно назвать эстетическими в первоначальном смысле слова, поскольку они нацелены на совершенствование и рационализацию транскрипции природы» (Elkins, 1995: 570).

Чтобы сделать эту историографическую картину еще более сложной, мне нужно теперь обратиться к событиям в Германии, которые следовали аналогичной, но определенной траектории. Любопытно, что англо-американские и немецкие представители даже не подозревают, что у них есть много общего. Готфрид Бойм исходит из экзистенциального присутствия образов – их статуса объектов, живущих собственной жизнью – введенного в отредактированный том под названием *Was ist ein Bild?* (Что такое образ?). В английском языке слово «образ» может отличаться от слова «изображение», во втором случае обычно подчеркиваются формы визуальных артефактов, которые могут ассоциироваться с эстетической ценностью, тогда как в первом случае могут и не ассоциироваться, немецкое слово «Bild» охватывает значение двух понятий. Однако Бойм не отождествляет образ и изображение. Хотя большинство его примеров действительно являются произведениями искусства, смысл его доводов, тем не менее, сводится к визуальным объектам всех видов. Обращаясь к понятию божественного имманентного присутствия в концепции религиозной иконы, концепция «иконического поворота» Г.Бойма подчеркивает чувство жизни, приписываемого визуальным объектам. Он утверждает, что традиционный взгляд, в соответствии с которым лингвистическое мыслится как доминирующее над визуальным, как более мощная форма сигнификации, этот взгляд утратил философское оправдание. Слова не являются более достоверным эпистемологическим медиумом, чем изображения. Цитируя Ф. Ницше и Л.Витгенштейна, Г.Бойм доказывает, что образы являются неотъемлемой частью всех языковых операций. Здесь передается информация в упорядоченных линейных зависимостях на основе логических принципов. Язык зависит от визуальных метафор, чтобы перемещать значения от одного класса к другому (Voehm, 1994: 13–16). Он также указывает на близость рассуждений Ж.Лакана мыслям М. Мерло-Понти, проводя параллель между первой идеей «взгляда», средствами, с помощью которых существовавшие ранее визуальные соглашения, модели видения и парадигмы визуальности, служат для обусловливания и формирования субъективности (стр. 23). Он настойчиво утверждает автономию визуального:

«То, что мы видим на картине, – так это конструкции цвета, форм и линий, которые не описывают объект, не предлагают нам знаки, но дают нам то, что можно увидеть... Следовательно, художник не переводит внутреннюю идею во внешнюю цветовую гамму, он не проецирует ее на экран холста, скорее он работает между пятен, линий и форм, сводит их вместе, реорганизует их, и является в такой же степени автором, как и медиумом собственных действий».

Два самых известных историка искусства Германии, Г. Бельтинг и Х. Бредекамп последовали за Г.Боймом в признании одушевленного статуса образов (как тех, что были признаны искусством, так и тех, которые не были таковыми названы), призывая к тому, что история искусства должна расширить параметры своей дисциплинарной деятельности, чтобы изучить весь спектр визуальных образов, характеризующих нашу культуру. Г.Бельтинг предлагает антропологические основания для изучения визуальной культуры. Во вводной главе «Medium-Bild Körper» своей книги *Bildanthropologie* (Антропология образа) он утверждает, что визуальные артефакты воплощены в медиа и одно не может изучаться отдельно от другого. Идея медиума – самая важная для его концепции образа – является метафорой человеческого тела: так же, как визуальные артефакты вписаны в медиа, так же внутренние образы вписаны в человеческое тело (Belting, 2001). Таким образом, медиум – это фигура для визуальных объектов, которые воспринимаются как нечто большее, чем простая репрезентация. Он пишет: «Образы традиционно берут начало от идеи телесного отсутствия, которое бывает временным (то есть пространственным) или, в случае смерти, вечным. Это отсутствие не означает, что образы отменяют отсутствие тел и заставляют их вернуться. Скорее они заменяют телесное отсутствие различными видами присутствия. Иконическое присутствие все еще поддерживает телесное отсутствие и превращает его в то, что следует назвать визуальным отсутствием».

По мнению Бельтинга, идея визуального объекта не может быть сведена к кодам и обозначающим системам:

Был ли прав Бодриар, когда резко отделял образы от реальности и обвинял современные образные практики в фальсификации реальности, как если бы реальность существовала полностью отдельно от образов, какие мы присваиваем ей? Возможно ли отделить образы от так называемой реальности?

Таким образом, визуальные артефакты предоставляют нам доступ к человеческому поведению, понимаемому достаточно широко, чтобы включать отсылку к эмоциональному и психическому, а также более рациональному изме-

рению опыта. Эссе *Bildanthropologie* (Антропология образа) включает в себя увлекательный рассказ о том, как изображения использовались как промежуточное звено между жизнью и смертью.

Хорст Бредекамп рассматривает *Bildwissenschaft* (наука об образах) как средство институционализации признания Г.Боймом независимости визуального. Подобно Бельтингу, это признание основывается не на утверждении эстетической ценности артефактов, а на других формах присутствия. Объект становится центром технической и философской дискуссии, которая признает его формой визуального мышления. Он утверждает, что научные представления были ошибочно определены как иллюстрации, хотя на самом деле они являются формами мысли, независимыми от языка: «Изображения – это не иллюстрации, а универсум, предлагающий семантику, созданную по его собственным законам, этот универсум необычно выразительно материализован» (Bredenkamp, 2004: 21). Научные образы подобны объектам науки, когда они становятся объектами систематического интереса, они наделяются «аурой», как это имеет место для произведений искусства. Научные образы подобны объектам науки, когда они становятся объектами систематического интереса, они наделяются «аурой», как это имеет место для произведений искусства: «Как только естественные объекты используются людьми, они переходят границы в зоне, отделяющей естественные образы от произведений искусства» (Bredenkamp, 2005: 11).

Анализируя рисунки, сделанные Чарльзом Дарвином в записях, которые привели к созданию «Происхождения видов», Бредекамп утверждает, что рисунки Дарвина являются таким же важным аспектом его мыслительного процесса, как и его сочинения. Например, набросок ветвящегося коралла имеет решающее значение для его концепции эволюции нелинейного характера. Заменяя ветвящийся коралл на ствол дерева – стандартное средство изображения идеи эволюции до своего времени – Дарвин нашел способ представить эволюцию как процесс, наделенный множеством временных рамок. Дополнительным преимуществом его выбора визуальной метафоры является то, что мертвый коралл, на котором растут живые, можно рассматривать как вымерший вид, от которого произошли живые. Образы, помимо всего прочего, имеют на себе еще и надпись «Я мыслю», такое изображение явно нацелено на то, чтобы быть заменой для языка. Бредекамп заключает: «Изображение не является чем-то производным, или иллюстративным, а является активной средой мыслительного процесса» (Bredenkamp, 2005: 24).

Интерес к «работе» картинок имеет непростительно – формалистический аспект, который переключается с подходом, ранее поддерживаемой Боймом.

При запуске нового периодического издания *Image – Worlds of Knowledge: Art Historical Yearbook for Image – Criticism* Бредекамп и Габриэль Вернер (2003) ясно выражают эту точку зрения:

Наша концепция критики изображений начинается с анализа формы, который необходим для построения изображений. Если у нас есть возможность снова сделать медиальность формальной проблемой, то совершенно невозможно объяснить визуальное содержание и его эффекты, будь они в сфере искусства, науки или политики, без обсуждения форм и их истории.

Сопоставив подход к визуальным объектам таких ученых, как Митчелл и Элкинса в англоязычном мире, а также Бойма, Белтинга и Бредекампа в немецком, видно, что оба подхода отвечают новой концепции визуального объекта, наделенной собственной силой, что контрастно отличается от других визуальных исследований. Наиболее известным представителем этой традиции является Николас Мирзоев (1999), популярные антологии которого стали для многих введением в эту область. Мирзоев рассматривает визуальные исследования в терминах анализа сообщения визуальных артефактов, а не их среды, будучи, прежде всего заинтересованным в культурных и политических функциях изображений в социальных ситуациях. В то время, как У. Митчелл и Д. Элкинс стремятся подчеркнуть физический статус объектов, природу и структуру рассматриваемых сред, то Н. Мирзоев интересуется целями, для которых они предназначены; если первые подчеркивали качество медиума – природу его способности информировать и действовать на нас, то во втором случае подчеркивается его идеологический потенциал. Основное значение, приписываемое концепции репрезентации, необходимость артикулировать культурные допущения, заложенные в нее не только ее создателем и ее получателем, но также и интерпретирующим критиком, были четко обозначены Ирит Рогофф (1998). Отвечая на критику «визуальной культуры» как интеллектуального предприятия, она пишет:

В визуальной культуре история становится историей зрителя или авторитетного дискурса, а не объектом. По необходимости этот сдвиг, в свою очередь, определяет изменение самого предмета обсуждения или анализа, сдвиг, при котором необходимость иметь его в определенном режиме и в определенное время становится частью самого обсуждения. Это сочетание ситуативного знания и саморефлексивного анализа дискурса, сопровождаемого сознательной историей наблюдающего субъекта, [это] возможность для самосознания и серьезного изучения политики, присущей каждому проекту культурной оценки.

Привлекая внимание к роли зрителя / критика, а не к характеру рассматриваемого визуального объекта, этот подход к визуальным исследованиям утверждает то, что его или ее личность имеет значение, что каждая интерпретация отличается в зависимости от предметной позиции человека. Не предполагая, что объяснение следует из конкретной идентичности в соответствии с какой-то «существенной» или определяющей характеристикой, эти авторы предполагают, что субъективность постоянно находится в движении и что, все знания «привязаны», они никогда не фиксируются (Haraway, 1988).

Можем ли мы тогда сформулировать методологические различия, которые служат для характеристики этих различных отношений к непрерывному предпринятию визуальных исследований? В то время как «визуальные исследования», Bildwissenschaft («наука об образах») или Bildanthropologie («антропология образов») ссылаются на устоявшиеся традиции теоретической объективности, «визуальная культура» добавляет релятивизирующее измерение к проекту, идентифицируя и указывая позицию субъекта, как производителя, так и получателя изображений. Bildwissenschaft и Bildanthropologie, кажется, дают надежду на создание механизмов, с помощью которых различные средства массовой информации влияют на человеческое восприятие в целом; «Визуальная культура» уделяет меньше внимания действующим структурам конкретных СМИ, чтобы сосредоточиться на их социальной и политической функции. Много зависит от того, рассматривается ли концепция изображения в качестве «заполнителя», культурной конструкции, наполненной смыслом, приписываемым обстоятельствам, в которых она создается и принимается, или же она считается потенциально нагруженной иконическим присутствием.

Эти контрастирующие, но частично совпадающие взгляды явно зависят от разных представлений о том, что составляет «образ», идей, которые определяют, какой должен быть подход «визуальных исследований» или «визуальной культуры». В одном из них, Bildwissenschaft, Bildanthropologie и варианты визуальных исследований, теоретизированных Митчеллом и Элкинсом, изображение представляет собой презентацию, источник силы, природа которого как объекта, наделенного бытием, требует, чтобы его обозреватели обращали пристальное внимание на то, как она творит чудеса над своим зрителем. В другой, «визуальной культуре», в понимании Мирзоева и других, изображение представляет собой культурную репрезентацию, важность которой заключается как в содержании, которым она наделена, так и в ее внутренней природе. Изображение следует изучать не только само по себе, но и ради того спектра социальных эффектов, которые оно способно произвести. Некоторые теоретики, конеч-

но, не замечают разницы. Митчелла, например, интересуют как онтологические, так и политические функции образа.

Как это ни парадоксально, и визуальные исследования, вдохновленные онтологическим поворотом, и его аналог, явно связанный с наследием культурных исследований, подтверждают, что восприятие визуальных артефактов имеет значение. Тем не менее, те, кто интересуется феноменологической реакцией подчеркивают, что форма или носитель изображения определяет его сообщение в такой же степени, как и его содержание. Они склонны заключать в скобки личность получателя, чтобы продемонстрировать то, что, по их мнению, является неотъемлемыми свойствами артефакта. В их случае важен именно момент, а не то, у кого есть такой опыт. Другие, которые заинтересованы политической функцией изображений, как правило, чтобы подчеркнуть идентичность, как производители, так и получателей по их своеобразной структуре. Содержание визуального объекта, его роль в системе культурной и политической идеологии, считается более значимой, чем природа среды.

Оба подхода, однако, преувеличивают непредвиденную интерпретацию. В одном случае, путем привлечения внимания к современности опыта: конкретной встрече, которая позволяет субъекту и объекту взаимодействовать друг с другом, чтобы вызвать реакцию, которая стирает различие между ними. С другой стороны, описывая то, как различные идентичности производителя и получателя определяют и формируют образ, который служит коммуникативным мостом, посредником между ними, а также то, как личность критика влияет на интерпретацию. В первом случае, идентичность авторского голоса намеренно опущена, чтобы позволить объекту быть выслушанным; в другом – идентичность авторского голоса проявляется в акцентировании конструируемости его субъектной позиции. Бинарная оппозиция, которую я обнаружил в этих двух подходах, придерживается «иконического поворота» в противоположность открытому политическому подходу. Это механизм, который позволил мне выявить то, что отличает одну позицию от другой.

Возможно, идеи Деррида о языке и о том, как отсутствие референции составляет саму основу его способности сделать мир доступным для нас, что могут помочь нам задуматься о роли образов. Слова создают миры, которые могут или не могут соответствовать тем, в которых мы находимся. Латур (2004) и Дастон (2000), например, предполагают, что язык – это некая субстанция, которое мы размазываем по поверхности реальности, чтобы придать ей смысл, это составная часть самих вещей, к которым он относится. Язык имеет многослойность, которая, вечно искажая то, что он описывает, тем не менее,

обладает способностью создавать иные смыслы. Это все, что у нас есть: как пишет Тимоти Ленуар (1998): «как только осознается, что означаемое изначально и по существу является следом, что оно всегда находится в позиции означающего, метафизика присутствия должна признать письмо своим источником».

Некоторые из авторов, связанных с иконическим поворотом, такие как, например, Бельтинг, склонны предполагать, что функции изображения аналогичны той роли, которую приписывают языку в научных исследованиях: образы, и создают, и открывают для себя реальное одновременно. Признавая историческую специфику и случайность «эффектов реальности», картины, тем не менее, якобы предоставляют нам доступ к чему-то, что резонирует с «реальным». Однако те, кто занимается культурными исследованиями, будучи привязанными к понятию репрезентации, а не презентации, настаивают на том, чтобы иметь возможность заглядывать за края изображений, чтобы определить социальные силы, ответственные за их идеологические программы. С этой точки зрения, визуальные артефакты могут иметь только фиктивное отношение к «реальному». Этим критиков не вводит в заблуждение их предполагаемая экзистенциальная сила, поскольку они отказывают им в способности определять свою собственную интерпретируемую судьбу в интересах выявления политических обязательств тех, кто их принимает и потребляет.

Такое отношение проявляется несовместимыми и несоизмеримыми предположениями. В одном случае визуальным артефактам необходимо приписать экзистенциальную ценность, подразумевая, что они обладают статусом, наполненным смыслом; с другой стороны, необходимо принять философскую или идеологическую перспективу, которая позволяет столкнуться с очевидным хаотическим и разнообразным качеством визуальной культуры. Какими бы разными они ни казались, онтологическая и семиотическая точки зрения на визуальные объекты на самом деле могут быть согласованы. Способы, которыми объекты обращаются к нам, их одушевление, их кажущаяся независимость, происходят только из их ассоциации с нами. Настаивать на своей «второстепенной» активности – это не только средство признания их независимости, но и их зависимости от человеческой культуры. Они не могут существовать без силы, которой мы в них вкладываем. Митчелл (2005) описывает это отношение следующим образом:

К лучшему или к худшему, люди устанавливают свою коллективную идентичность, создавая вокруг себя вторую природу, состоящую из образов,

которые не просто отражают ценности, сознательно задуманные их создателями, но излучают новые формы ценности.

Недавнее признание того, что визуальные артефакты имеют «жизнь», что они не являются инертными носителями для передачи идей, а скорее объектами обладающими свободой воли, трансформирует наши представления о работе в визуальных исследованиях. «Иконический поворот» добавляет измерение присутствия в наше понимание образа, требуя анализа средств массовой информации и формы, которые добавляют богатство и текстуру установленных форм интерпретации. Рассматривается ли это научная инициатива как изучение различных медиа с особым интересом к их специфической природе (Элкинс), как анализ того, как человеческий интеллект использует образы, а не слова при построении смысла (Бредекамп), как историческая антропология, детализирующая формы жизни, которыми образы были и продолжают быть одушевленными (Бельтинг), как продолжающееся изучение способов, которыми на восприятие влияют изменения визуальности (Митчелл), или все вышперечисленное и многое другое. Хотя я обрисовал в общих чертах некоторые методологические парадигмы, ясно, что возможности бесконечны, как и сами объекты. Эти новые подходы не делают устаревшие формы анализа устаревшими. Наоборот. Различные предположения, как я пытался подчеркнуть, не обязательно приводят к несоизмеримым выводам. Анализ среды легко приводит к политическим соображениям, в то время как политический анализ может использовать «ауру» образа как часть своей риторики. «Иконический поворот» напоминает нам, что визуальные артефакты отказываются ограничиваться интерпретациями, наложенными на них в настоящем. Объекты, представляющие визуальный интерес, будут продолжать циркулировать в истории, требуя радикально иных методов анализа и порождая при этом новые захватывающие повествования.

Цит. по Moxey, Keith. *Visual Studies and the Iconic Turn* / Keith Moxey // *Journal of Visual Culture*. – Volume 7. – Issue 2. – 2008. – Pages131-262. – [Электронный текст]. – URL.: <https://doi.org/10.1177/1470412908091934> (дата обращения 16.01.2023).

Николас Мирзоефф. Что такое визуальная культура?

В наши дни ВИДЕТЬ – БОЛЬШЕ, чем вера. Вы можете купить фотографию вашего дома, сделанную с орбитального спутника, или получить магнитное изображение ваших внутренних органов. Если этот особый момент получился не совсем правильным на вашей фотографии, вы можете обработать его в цифровом виде на своем компьютере. В нью-йоркском Эмпайр-стейт-билдинге очереди на виртуальную реальность New York Ride длиннее, чем на лифты к смотровым площадкам.... С другой стороны, виртуальная реальность долгое время использовалась военными в качестве тренировочной арены, которая была применена на практике во время войны в Персидском заливе ценой огромных человеческих жизней. Это визуальная культура. Это не просто часть вашей повседневной жизни, это ваша повседневная жизнь.

Постмодернизм – это визуальная культура

Постмодернизм часто определялся как кризис модернизма, то есть как широкий комплекс идей и способов представления, начиная от всеобъемлющих убеждений в прогрессе до теорий подъема абстрактной живописи или современного романа. ... Постмодернистская реприза модернизма включает в себя все: от необдуманых классических мотивов на торговых центрах до кризиса современной живописи и повторяющейся популярности Nickelodeon (*авт.* – название компании).

... визуальная культура превратилась из полезной фразы для людей, работающих в области истории искусства, кинематографии и медиа, социологии и других аспектов визуального искусства, в модное, если не противоречивое, новое средство выполнения междисциплинарной работы, идущее по стопам таких областей, как культурология, квир-теория и афроамериканские исследования. Причина, по которой чаще всего повышается наглядность, заключается в том, что человеческий опыт стал более зрительным и визуализированным, чем когда-либо прежде. Во многих отношениях люди в промышленно развитых и постиндустриальных обществах в настоящее время живут в визуальных культурах в такой степени, что кажется, что они отделяют настоящее от прошлого. Популярная журналистика постоянно отмечает цифровые изображения в кино, появление пост-фотографии и развитие медицинской визуализации, не говоря уже о бесконечной волне комментариев, посвященных Интернету. Эта глобализация визуальных средств, взятых вместе, требует новых средств интерпретации. В то же время эта трансформация постмодернистского настоящего также требует переписывания исторических объяснений модернизма и современности, чтобы учесть визуальный поворот».

Это, однако, не означает, что можно провести простую разделительную линию между прошлым (модерном) и настоящим (постмодернистским). Как утверждал Джеффри Батчен, «угроза исчезновения границ и оппозиций (постмодерн), как предполагается, представляет собой не что-то особенное для конкретной технологии или постмодернистского дискурса, а, скорее, является одним из фундаментальных условий самой современности» (Батчен 1996: 28). В таком понимании визуальная культура имеет историю, которую необходимо исследовать и определять, как в современный, так и в постмодернистский период. Однако многие современные употребления этого термина страдают от нечёткости, что делает его не более чем модным словом. Для некоторых критиков визуальная культура является просто "историей образов", обрабатываемой семиотическим понятием репрезентативности (Bryson, Holly and Moxey 1994: xvi). Это определение создаёт такой объём материала, что ни один человек или даже коллектив никогда не смог бы охватить эту область. Для других – это средство создания визуальной культурой новой «социальной теории визуальности» в социологии (Jenks 1995: 1).

Этот подход кажется открытым для обвинения в том, что визуальному изображению даётся искусственная независимость от других органов чувств, которая мало влияет на реальный опыт. В этом томе визуальная культура используется в гораздо более интерактивном смысле, концентрируясь на определяющей роли визуальной культуры в более широкой культуре, к которой она принадлежит. Такая история визуальной культуры прольёт свет на те моменты, когда зрительное восприятие оспаривается, обсуждается и трансформируется как постоянно сложное место социального взаимодействия и определения с точки зрения классовой, гендерной, сексуальной и расовой идентичности. Это безусловно междисциплинарный предмет, в том смысле, в каком его назвал Роланд Бартес: "Для того, чтобы заниматься междисциплинарной работой, недостаточно взять "предмет" (тему) и выстроить вокруг него две или три науки. Междисциплинарное исследование заключается в создании нового объекта, который никому не принадлежит". Как недавно утверждал один критик в области коммуникационных исследований, эта работа влечёт за собой «более высокий уровень неопределённости, риска и произвола», чем это часто использовалось до сих пор (McNair 1995: xi). Поскольку визуальная культура все ещё находится в стадии становления, а не как чётко определённая существующая область, эта работа стремится помочь в своём определении визуальной культуры, а не представлять её как данность.

Визуализация

Визуальная культура зависит не от изображений, а от этой современной тенденции изображать или визуализировать существование. Такая визуализация делает современный период принципиальным образом отличным от представлений древнего и средневекового мира человека, в котором мир понимался как книга. Более того, картины рассматривались не как представления, искусственные конструкции, стремящиеся подражать объекту, а как сказочность, имеющую отношение к этому объекту. Для византийской церкви икона была образом святого, которого она представляла, и многие средневековые реликвии черпали свою силу из того, что являлись частью святого или божественного тела. Сила таких икон была недавно продемонстрирована, когда итальянские пожарные рискнули своей жизнью, чтобы спасти Туринскую плащаницу, которая, как считается, несёт на себе отпечаток лика Христа.

В то же время, современный период создает бесчисленные репродукции своих образов, которые стали неотличимы друг от друга в эпоху, которую Вальтер Беньямин, как известно, назвал «веком механического воспроизведения». Такая визуализация, максимально распространенная, теперь стала почти обязательной.

Эта история имеет множество истоков: от визуализации экономики в восемнадцатом веке до развития диагностического средневекового взгляда и подъёма фотографии как основного средства определения реальности в начале девятнадцатого века. Она оказала некоторые из самых драматических эффектов в медицине, где всё, от деятельности мозга до сердцебиения в настоящее время трансформируется в визуальный паттерн с помощью сложных технологий. Как показывает этот пример, визуализация не заменяет лингвистический дискурс, а делает его более понятным, быстрым и эффективным.

Одной из ключевых задач визуальной культуры является понимание того, как эти сложные картины сочетаются друг с другом. Они создаются не из одного носителя или в одном месте, как это было бы у чрезмерно точных групп академического сообщества. Визуальная культура отвлекает наше внимание от структурированных, формальных условий просмотра, таких как кино и художественная галерея, на центральную роль визуального опыта в повседневной жизни. В настоящее время как внутри, так и между всеми различными визуальными субдисциплинами существуют разные представления о просмотре и наблюдении. Разумеется, имеет смысл проводить различия. Наше отношение варьируется в зависимости от того, собираемся ли мы смотреть фильм, смотреть телевизор или посещать художественную выставку. Тем не менее, большая

часть нашего визуального опыта складывается вне этих формально структурированных моментов взгляда. Как отмечает Ирит Рогофф в своём эссе, картину можно заметить на обложке книги или в рекламе; телевидение потребляется как часть домашней жизни, а не как единственная деятельность зрителя; и фильмы можно будет смотреть на видео, в самолёте или по кабелю так же, как и в обычном кинотеатре. Подобно тому, как культурологические исследования пытаются понять, каким образом люди создают смысл из потребления массовой культуры, так и визуальная культура ставит во главу угла повседневный опыт визуального восприятия, начиная от снимка и заканчивая видеоматрицей и даже художественной выставкой-блокбастером.

Визуальная культура – неизбежно историческое явление, основанное на признании того, что визуальный образ нестабилен, но меняет своё отношение к внешней реальности в определённые моменты современности. Как утверждал философ Жан-Франсуа Лиотар: "Современность, где бы она ни возникала, не происходит без разрушения веры, без открытия отсутствия реальности в реальности - открытия, связанного с взаимодействием с другими реальностями" (Lyotard 1993: 9). По мере того, как один способ представления реальности теряет почву, его место занимает другой, но первый не исчезает.

Повседневная жизнь

Представления о картине мира больше не подходят для анализа этой изменившейся и продолжающейся меняться ситуации. Необычайное количество образов не может объединиться в одну картину для созерцания интеллектуалом. Визуальная культура стремится найти пути работы в этой новой (виртуальной) реальности, чтобы найти точки соприкосновения в кризисе информации и визуальной перегрузки в повседневной жизни. Чтобы адаптировать фразу Мишеля де Серто, визуальная культура, таким образом, является тактикой, а не стратегией, поскольку "место тактики принадлежит другому" (de Certeau 1984: xix). Тактика осуществляется на глазах у врага, общества контроля, в котором мы живем (там же: 37). Хотя некоторые могут считать военную подоплеку тактики нецелесообразной, можно также утверждать, что в продолжающихся культурных войнах тактика необходима для того, чтобы избежать поражения. Точно так же, как ранние исследования повседневной жизни были направлены на то, чтобы определить, каким образом потребитель создавал для себя различные значения из массовой культуры, так и визуальная культура будет исследовать амбивалентности пересечения и места сопротивления в постмодернистской повседневной жизни с точки зрения потребителя.

Постмодернистское разрушение реальности совершается в повседневной жизни, а не в студиях авангарда. Подобно тому, как ситуационисты собирали из газет примеры причудливых событий, которые проходят в реальности, так и мы теперь можем наблюдать коллапс реальности в повседневной жизни из визуальных средств массовой информации. В начале 1980-х годов такие постмодернистские фотографы, как Шерри Левин и Ричард Принс, пытались поставить под сомнение подлинность фотографии, присваивая себе фотографии, сделанные другими людьми. Это отстранение фотографии от претензий на то, чтобы представлять правду, в настоящее время является основой популярной культуры в бульварных журналах, таких как *Weekly World News*, а также в более уважаемых публикациях. Фотография работает в такой среде, что адвокат O.J. Simpson мог с полным основанием отклонить фотографию, на которой изображен его клиент в эксклюзивных туфлях, которые убийца носил как подделку, только чтобы превзойти ее, когда были обнаружены ещё тридцать фотографий. Одна фотография сама по себе больше не показывает правду. Точно так же, некоторые из наиболее популярных телесериалов вообще не имеют никакого сходства с реальностью. Мыльные оперы строят параллельную вселенную, в которой возвращение давно потерянного брата-близнеца едва ли является поводом для комментариев, и смерть персонажа не должна восприниматься как какое-либо свидетельство того, что он не вернется на следующей неделе.

Мыльная опера – это чистое телевидение, если адаптировать фразу Альфреда Хичкока, из-за ее нереалистичной постановки, а не вопреки ей. Мыльная опера также является, пожалуй, самым международным визуальным форматом, вызывающим всеобщее внимание в таких разных странах, как Россия, Мексика, Австралия и Бразилия. Реальность ежедневно уничтожается в часовых слотах, пересекающих земной шар.

Cum.no Mirzoeff N. Introduction: What is visual culture? / N.Mirzoeff // Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. - London: Routledge, 1999 – Pp.1-25.

**Пацюкова Ю. А., Черняева Н. А. «Право смотреть»
и «право быть видимым»: конфликты визуального**

С.41-44. Николас Мирзоев анализирует визуальное в контексте властных отношений в обществе. Для него право смотреть – это фундаментальное право человека, сродни праву на реальность. Право смотреть несводимо к простому акту зрения: смотрение предполагает видение другого, обмен взглядами без попытки уклониться от чужого взгляда – «дружбу, солидарность или любовь». Право смотреть базируется на индивидуальной автономии, на праве человека на субъектность, на само существование. Но, как показал в своих работах Мишель Фуко, в обществе, основанном на социальном неравенстве, власть узурпирует право на взгляд, превращая его в мощный механизм подавления и нормализации. Тема визуального как инструмента властного принуждения и нормализации присутствует у Фуко на протяжении всей его научной карьеры, начиная с ранних работ о рождении клинического взгляда до классического анализа паноптикона в «Надзирать и наказывать: рождение тюрьмы». Поэтому для рядового субъекта акт смотрения зачастую затруднен, так как он наталкивается на сложившиеся в данном обществе режимы визуального, которые канализируют взгляд, регулируют его определенным образом, закрывая от него какие-то куски реальности. Классическая фраза полицейского «Проходите, здесь не на что смотреть!» выражает суть режимов визуального: не столько запрет и цензура, сколько присвоенное властью исключительное право на взгляд. По мнению Мирзоева, режимы визуального в данном обществе создаются с помощью трех основных стратегий: классификация, разделение и эстетизация. Классификация осуществляется с помощью называния, определения и категоризации; видимому и воспринимаемому дается наименование, оно помещается в классификационную схему, будь то таксономии животных и растений, классификации народностей или карты территорий. Визуальность разделяет тех, кого она таким образом классифицировала, чтобы предотвратить их солидарное действие как политических субъектов. Практики социальной сегрегации невозможны без визуальной сегрегации. Отказ Розы Паркс переместиться в заднюю часть автобуса был отказом оставаться в зоне невидимого, требованием зримого присутствия в социальном пространстве. Наконец, классифицируя и разделяя, визуальность производит эстетически привлекательный и потому оправданный порядок вещей...

Режимы визуальности меняются исторически. Эпоха модерности знает, по мнению Мирзоева, три сменяющих друг друга «комплекса визуальности»:

плантационный, имперский и военно-промышленный. «Комплексом» он называет совокупность институтов и практик, создающих определенную конфигурацию зон видимого и невидимого, специфическое распределение права на визуальное, свои типы классификации, распределения и эстетизации реальности. «Плантационный комплекс» возникает из практик надзора за рабами на плантации. Статус раба, по мнению Мирзоева, содержит в себе два фундаментальных ограничения: возможности передвижения и права смотреть. Геродот утверждал, что скифы ослепляли своих рабов, чтобы предотвратить побег. В XVII–XVIII вв. архетипическая связь рабства и слепоты поддерживается тем, что рабам запрещено прямо или открыто смотреть на господина. Такой открытый взгляд приравнивается к преступлению, и возникает даже специальный юридический термин для его обозначения: *reckless eyeballing* («нагло тарашиться»). Прямой взгляд на белого человека воспринимался как угроза, так как он был чреват насилием, в том числе сексуальным. Даже в XX в., а именно в 1951 г., чернокожий фермер был осужден за «слишком откровенный» взгляд на белую женщину в Северной Каролине. Другим ограничением права на взгляд для рабов в «плантационном комплексе» был закрепленный в уголовном кодексе запрет «воображать смерть белого человека». Здесь ограничение права на визуальность предстает как запрет на ментальное видение, на воображение иного порядка вещей. «Имперская визуальность», согласно Мирзоеву, создается практиками управления колониями, где полюсы видимого и невидимого располагаются по оси «цивилизация» (свет, ясность) и «примитивное состояние» (тьма). Цивилизованность метрополии при этом маркируется как состояние упорядоченности и потому – как эстетически привлекательное, в то время как колонии трактуются как хаос, как отсутствие цивилизации и выводятся за пределы «эстетического». Следуя логике Жака Рансьера, для которого «политика опирается на то, что видишь и что можно об этом сказать, на того, кто наделен компетенцией видеть и способностью сказать...», Мирзоев подчеркивает, что плантационный и имперский комплексы визуальности производят огромные массы людей, исключенных из сферы политического и, как следствие, из сферы видимого. «Платон, – пишет он, – называл шесть категорий людей, не наделенных властью; подавляющее большинство тех, кто остался за бортом, тех, для кого нет места, кто не имеет значения. В этом случае право смотреть глубоко зависит от права быть видимым». Имперский комплекс соединяет эстетику власти и эстетику тела, понятую в своем первичном значении – как возможность поддержания тела, обеспечение его существования, как «политику еды». Быть видимым в имперском комплексе означает иметь средства

для поддержания жизни, пресловутые «сорок акров и мула». Современный «военно-промышленный комплекс» визуальности является интенсификацией существовавших со времен как минимум XVIII в. техник визуализации войны. Военные карты, используемые полководцами прошлого, трансформируются сегодня в 3D-изображения вражеской территории, составленной на основе цифровых образов, полученных со спутников, приборов ночного видения, беспилотных летательных аппаратов, цифровых камер видеонаблюдения и т. д. Это новая форма визуальности, которую Мирзоев называет «постперспективной» визуальностью или «поствизуальностью». Постперспективизм объясняется флюидностью генерируемой картины, составленной из фрагментов отдельных видеотрансляций, полученных от разных устройств, между которыми наблюдатель свободно перемещается, приближая и удаляя изображение, а также отсутствием у наблюдателя фиксированной позиции в пространстве. Поствизуальность больше не связывает того, кто смотрит, и объект взгляда. Огромный объем производимых компьютерной съемкой изображений почти никто и никогда не отсматривает, и они нужны, по мнению Мирзоева, чтобы «сделать процесс наблюдения видимым». Поствизуальность, производимая военным аппаратом государств, настолько чревата насилием, что Мирзоев называет ее «некрополитикой»: одни и те же технологии позволяют следить за противником и наносить удары с воздуха. Физическое насилие и символическое насилие существуют параллельно: созданный несколько лет назад в США беспилотный летательный аппарат для участия в антитеррористических операциях, получил название «взгляд Горгоны», вызывая ассоциации со смертоносным взглядом Медузы Горгоны, обращавшим все живое в камень. «Взгляд Горгоны» производил съемку с двенадцати камер сразу, обеспечивая американских военных суперзрением и одновременно символически ослепляя противников. Возможен ли в условиях существования комплексов визуального взгляд, не чреватый насилием и подавлением? Мирзоев говорит о контрвизуальности, которая создается признанием права каждого человека на взгляд. Контрвизуальность может пониматься как способность вообразить иной порядок вещей, «на схватывание того, что существует, но не должно быть, и на то, что должно быть, но пока еще только становится». Контрвизуальность реалистична, но она не имеет ничего общего с мимезисом или реализмом в искусстве. Так, примером контрвизуальности может быть «Герника» Пикассо. Известно, что, когда в феврале 2003 г. госсекретарь США Колин Пауэлл выступал на специальном заседании Совета Безопасности ООН, доказывая необходимость военного вторжения в Ирак, огромный гобелен с Герникой, украшающий зал, был завешан голубой тканью

и флагами стран-участниц, якобы чтобы «обеспечить более эффектный фон для телевизионных камер». Контраст между призывом к военным действиям в речи Пауэлла и трагическими образами бомбардировки деревни басков во время гражданской войны в Испании, которые создал Пикассо, был слишком силен, чтобы быть показанным по телевидению. Контрвизуальность возможна как такая визуальность, которая противится исключению, сегрегации, милитаризации. «В условиях, когда каждый из нас – подозреваемый, пока не доказал обратное, необходимо работать над утверждением постоянства повседневной жизни, которая не требует милитаризации». Осознавая если не утопичность, то сложность создания «новой повседневности», Мирзоев видит ее контуры в простом обмене взглядами между людьми, в котором «мое право смотреть встречает твое желание быть видимым, и оно взаимно». Иными словами, желание и готовность увидеть другого, встретиться глазами, признавая друг в друге равных и автономных субъектов, является, согласно Мирзоеву, желательной, но трудноосуществимой моделью социальности, чья реализация затруднена существующими в современной культуре «комплексами визуальности».

Цит. по Пацюкова Ю.А., Черняева Н.А. «Право смотреть» и «право быть видимым»: конфликты визуального / Ю.А. Пацюкова, Н.А. Черняева // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. – 2016 год, №2(152). – С.40–48.

Джеймс Элкинс. Шесть способов сделать визуальные исследования серьезной научной дисциплиной

С.349. ... Зародившись в начале 1990-х, они (авт. – *визуальные исследования*) изначально содержали в себе большой потенциал, обещая стать тем пространством, где можно будет заниматься исследованием визуальных образов из всех сфер жизни и науки, помимо собственно искусства. Якобы постепенно вымирающая история искусства оказалась под прицелом суровой критики, и новое междисциплинарное направление должно было пробить себе дорогу локализуясь между искусствоведением, антропологией, теорией кино, исследованиями медиа, литературоведением, и театроведением. Визуальные исследования должны стать трансдисциплинарными, недисциплинарными и субдисциплинарными. Телевидение, кино, видео, реклама и фотография могли изучаться под одной крышей. Эрвин Панофский, Джордж Кублер, Мейер Шапиро и Эрнст Гомбрих должны были уступить место Вальтеру Беньямину, Жаку Лакану, Мишелю Фуко и Ролану Барту. Более того, визуальные исследования должны были перерасти в серьезную политическую критику, в анализ «посредников», должны были внести свой вклад в осмысление проблемы «взгляда» (*gaze*), постколониальной теории, в подлинно международном масштабе, выходя далеко за рамки мира искусства и границ гуманитаристики.

С.350... Полнейший хаос в изучении визуальной культуры является хорошим знаком силы и новизны новой исследовательской парадигмы. Китайские открытки с изображением диковинных черепах, американский *Girl Place*, медийное освещение смерти леди Ди – кто бы мог представить себе подобное тематическое разнообразие еще несколько лет назад?

1. Дело об одежде от Келвина Кляйна:

можно ли назвать визуальные исследования марксистскими?

С.352. Британская школа культурных исследований изначально была марксистской, и в широком смысле то же самое можно сказать и об исследованиях визуальной культуры. Ведь, несмотря на то что, как правило, самого Маркса не упоминают, зачастую целевая установка анализа визуальной культуры заключается в разоблачении того, что он называл «ложным сознанием», обличив идеологию, при помощи которой определенная капиталистическая практика производит впечатление совершенно естественной. Исследования визуальной культуры могли бы обнаружить, например, потребительские группы, созданию которых способствует и к которым апеллирует какой-либо про-

изводитель образов. Или вскрыть смыслы, которые исподволь внушает обществу и индивиду та или иная практика производства образов. Результатом качественного анализа является новое осмысление намерений, скрытых за кулисами производства образа, так же, как и осмысление видов неосознанности, необходимой для воздействия и привлечения зрителей, которым предназначен тот или иной образ. В марксистской терминологии окончательный результат есть разоблачение и демонстрация того факта, что составляющие «естественности» являются частью явления, которое Маркс называл «фантасмагорией консьюмеризма», созданием фетишистских объектов или изменением потребительской стоимости на стоимость меновую».

Современные исследователи визуальной культуры редко прибегают непосредственно к терминологии Маркса. С тех пор, как я начал обращать внимание на ссылки на Маркса в публикациях о визуальной культуре, я обнаружил таких всего пару. Однако ведущие немарксистские традиции «изобличающей» критики, такие как психоаналитический анализ бессознательных идей, кантианская критика скрытых условий понимания (или трансцендентальные условия возможности опыта), оказывают, по моему мнению, куда меньшее влияние на современные визуальные исследования. Марксистскую критику, в которой Маркс удерживается на изрядной дистанции от текстов, едва ли можно назвать бесспорно эффективной установкой для большинства исследований визуальной культуры, особенно в тех случаях, когда они касаются современных форм потребления.

Но мое внимание в большей степени привлекает не то, что марксистская установка не признана в современных исследованиях визуальной культуры, а то, что она умозрительна. Марксистская критика может иметь смысл только в случае, если она направлена, как это было в собственных работах Маркса, скорее на классовое сознание, чем сознание индивида, сознание отдельного потребителя или даже определенной группы, соотнесенной с определенным продуктом. И вся сила марксистского анализа утрачивается, когда крупномасштабные категории, лежащие в основе марксистского проекта (класс, труд, стоимость), применяются в мелком масштабе, который предлагают исследования визуальной культуры (отдельное рекламное изображение, снимок, журнал).

В качестве примера рассмотрим дело об одежде от Келвина Кляйна: визуально-культурный анализ моды, проведенный на занятии, на котором я однажды присутствовал. Оно началось с напоминания, которое сделала аудитории преподаватель, что рекламное агентство, производящее рекламную продукцию, пытается вызвать желание у ее потребителей. Обычный потребитель

отдает себе отчет в собственном желании товара, но не обязательно осознает методы, при помощи которых это желание ему внушается. Фактически, как и сказала преподаватель, можно показать, что желание искусственно конструируется посредством всевозможных визуальных намеков и ассоциаций, и конструируется оно таким образом, что потребитель думает только о товаре. Для потребителя товар предстает магическим, «фетишистским» объектом, наполненным едва знакомыми ему смыслами.

Затем преподаватель показала рекламное изображение продукции Келвина Кляйна, допуская, что оно заинтересует, в большей или меньшей степени, большую часть аудитории. (Надо ли говорить, что подобный эксперимент можно варьировать в зависимости от слушателей: в консервативной и состоятельной аудитории будет лучше выбрать рекламу марки Hermès, а в провинциальной – лучшим выбором будет the Gap.) Затем преподаватель показала, каким образом реклама марки «Келвин Кляйн» производит желание купить что-нибудь от Келвина Кляйна, манипулируя уже имеющимися у студентов желаниями. Модель на рекламном изображении выглядела на двадцать с небольшим и, вопреки неизменной догме мира моды, не была анорексичной. Она была одета в свитер и брюки, разумеется, от Келвина Кляйна. Однако эта девушка производила впечатление не очень веселой, что наверняка привлекало студентов, привыкших к обычной фальшивости моделей. В губе у нее было кольцо, расположенное немного не в центре (что выглядело бы слишком в стиле панк). Причем оно не было ни слишком большим, ни слишком маленьким (что выглядело бы или слишком угрожающим, или слишком провинциальным). Она сутулилась, но не больше, чем каждый из нас в конце проведенного на ногах рабочего дня. В общем, она была симпатичной и вызывала желание походить на нее, а может быть, даже обладать ее одеждой. В общем, в случае удачной работы с этим заданием преподаватель имела возможность продемонстрировать, что желание, возникшее, по крайней мере, у некоторых студентов, вызвано именно хитроумными рекламными приемами, а не прекрасной одеждой от Келвина Кляйна.

Исходя из марксистской перспективы, проблема здесь заключается в том, что подобные рассуждения не слишком глубоки. Ведь в результате студенты стали относиться критически всего лишь к одному типу буржуазного потребителя, причем к тому, к которому принадлежали они сами до начала урока. Но ведь они по-прежнему продолжают попадаться на удочку других рекламных изображений модной одежды и все еще вожделеют множество других брендов. Так что визуальная культура в качестве учебной дисциплины все-

го лишь едва сместила студентов внутри пространства буржуазии, а это не вполне отвечает разоблачению капиталистической фантазмагии, которое замыслил Маркс. Я не имею в виду, что данный урок провалился потому, что провалился как марксистский – ведь самого Маркса, как правило, не упоминают, так что нет причин для того, чтобы судить урок по его стандартам. Здесь я имею в виду несовершенство самой внутренней логики этого урока, которая демонстрирует стратегию разоблачения без объяснения того, почему надлежит завершить анализ после разбора одного примера. Эта логика работает на разоблачение неосознаваемых потребителями визуальных значений, постулируя, таким образом, раскрытие их истинной сущности как желаемую цель. Однако ничто в этой логике не объясняет, почему подобный анализ, представляющий собой разоблачение, единственная цель которого состоит в изменении классового сознания, не используется повсеместно.

Что делает эту историю «исключительно интересным случаем» (как сказал бы Шерлок Холмс), так это то, что студенты могли бы понять эффективность анализа визуальной культуры, просто рассмотрев одежду своего преподавателя. Когда я присутствовал на описанном мной выше разборе рекламного изображения, преподаватель была одета в простое платье, футболку и жакет с минимальным количеством украшений. Одежда была не от Армани, но вроде того. Совершенно ясно, что реклама Келвина Кляйна больше не имела влияния на этого преподавателя, ведь она попала в ловушку Армани. И любой студент мог убедиться: исследования визуальной культуры работают с разоблачением только отдельных случаев производства образов, не помогая потребителю ни на йоту выбраться из лап рекламы. А ведь урок мог иметь и другое продолжение: преподаватель могла бы спросить студентов о том, отражает ли их собственная одежда, по их мнению, те желания и образы, которые они хотели бы выразить. Подобный разговор мог включать и обсуждение предпочтений самого преподавателя. Эта дискуссия могла бы даже рассмотреть рекламу как часть сферы маркетинга и дистрибуции, вовлекая аудиторию в обсуждение экономических аспектов дизайна. Подобные занятия могли бы быть очень интересными, особенно если понять то, что с определенного момента мы часто предпочитаем не знать о том, как наши желания сконструированы. Мы могли бы сделать критику визуальной культуры куда более серьезной, сложной и острой, поставив вопрос об ограниченности методологии, подобной той, что была приведена в примере с рекламой одежды от Келвина Кляйна. Слишком часто критика визуальной культуры ограничивается демонстрацией какого-нибудь одного типа сконструированных желаний: в серии разрозненных исследований она может

продвинуться от Келвина Кляйна через Армани к Гэпу. Но она не задается вопросом о том, при помощи каких доводов можно предостеречь исследователей от попыток продолжать в том же направлении. Другими словами, она не задается вопросом об оптимальном дистанцировании от капитализма.

Это момент, где критика визуальной культуры Розалинды Краусс попадает в самую точку. Она говорит, что «развитая культура... непрерывно подготавливает своих субъектов к жизни на следующей, более изощренной ступени развития капитала». Визуальная культура проделывает это посредством обучения производству и потреблению коммерческих образов. В то же время представление о том, что производимые ею чуть более рефлектирующие потребители являются «подрывными элементами», уже не принимается в расчет. Визуальная культура понимает себя как революционное течение, но «является ли эта революция на самом деле мятежом или она... обслуживает еще более технологизированную структуру знания и помогает акклиматизироваться субъектам этого знания к чуждым (все в большей мере) условиям познания... это вопрос, на который мы должны продолжать пытаться найти ответ».

2. Дело о бедной школьной учительнице: когда визуальные исследования являются самоочевидными

Адорно обозначил эту проблему за несколько десятилетий до того, как визуальная культура стала предметом академического интереса. В своем эссе, названном «Как смотреть телевидение», он рассказывает о «необычайно легкой комедии», в которой низкооплачиваемая школьная учительница пытается одолжить деньги у своих друзей. В конце концов она облагается «бесконечными штрафами, которые берет с нее карикатурный персонаж, изображающий напыщенного и авторитарного директора школы».

«Очевидно, – говорит Адорно, – что это шоу всего лишь “несерьезная забава” и оно не пытается “продать” какую-то идею». Однако в нем присутствует «скрытый смысл» (Адорно дает это выражение в кавычках, чтобы показать, что на самом деле этот смысл не скрыт), ведь зрителей приглашают оценить персонажей фильма «без предупреждения, что в нем присутствует некая изначальная установка». Адорно говорит, что сценарий фильма содержит в себе следующий «скрытый смысл»:

«Если вы настолько же остроумны, добродушны, сообразительны и милы, как и [учительница], не беспокойтесь о том, что у вас нищенская заработная плата. Вы можете справиться со своей фрустрацией при помощи юмора,

а ваши превосходные остроумие и одаренность возвысят вас не только над материальными.

Следовательно, сценарий – это «хитроумное» средство, призванное помочь зрителям «достигнуть компромисса между тем, что является общепринятым объектом презрения для интеллектуалов, и тем, что является в такой же степени традиционным объектом уважения для “культуры”». Современный анализ, проводимый в рамках культурных исследований, мог бы на этом и завершиться, возможно, лишь с добавлением дополнительного замечания о том, что сценарий основан на отрицании признания в нем наличия «скрытого смысла», даже если он (скрытый смысл) необходим для самого нарратива. (Это – постструктуралистское или деконструктивистское утверждение, нацеленное на встроенные в сам текст или в сам сценарий разрывы.) Однако Адорно продолжает: «Конечно, – пишет он, – скрытое послание не может быть рассмотрено как бессознательное в строгом психологическом смысле, но, скорее, как “ненавязчивое”». Оно сокрыто только благодаря «легковесности» интонации сценария, который советует зрителям не думать о таких тяжелых проблемах, какими являются нравственные нормы и смыслы. Некоторые зрители могут и не подозревать о подобном сообщении, которое тем не менее может ими управляться, даже не будучи выражено вербально. Но зрители *могли бы* догадаться о наличии подобного сообщения, потому что его смысл в действительности не скрыт. (В терминах «первой топографии» Фрейда, «скрытый смысл» этого фильма является скорее *предсознательным*, нежели бессознательным: он может быть донесен до разума, но, как правило, разум им не обладает.) То же самое справедливо и в отношении сценаристов и продюсеров подобных шоу. Они могут не задумываться о сообщениях (*messages*) и нравственных нормах, распространению которых содействуют, хотя могут очень хорошо понимать, что происходит. Но обычно они лишь «ворча» следуют строгим правилам телевизионной драмы. Кое-кто знает, кое-кто нет, но все *могли бы*.

Адорно отнюдь не единственный, кто задал подобный вопрос. Похожая тема обсуждалась в рамках исследований рекламы, где проблема заключалась в различении – если только в этом – между информирующими и убеждающими рекламными сообщениями. Водораздел здесь провести невозможно, потому что информация изменяет поведение в такой же степени, как и убеждение, и никто не нуждается в том, чтобы осознавать абсолютно все.

Это аспект, который часто упускается исследованиями современной визуальной культуры: насколько сокрыт этот скрытый смысл, который раскрывают гуманитарные науки? Он сокрыт от кого, когда и каким образом? Обна-

руживается кем, когда и зачем? Я часто сталкиваюсь с предположением, что операция реконструкции скрытого смысла является частью надлежащей интерпретации. Но, на мой взгляд, утверждение, что, если идеологическое значение телевизионных драм не просто *не* вполне очевидно, а, наоборот, умышленно не впускается в сознание, значит, оно действует «ненавязчиво», – весьма сомнительно. Предсознательная идея могла бы стать осознанной по желанию зрителей телевизионной программы, без помощи исследований визуальной культуры. Развлекательный диалог в фильме о бедной школьной учительнице не сработал бы, если бы «скрытый смысл» был размещен прямо перед зрителями, как проецируемый текст в опере. Все это ставит перед визуальными исследованиями две задачи: определить, когда «скрытый смысл» сокрыт настолько, что его реконструкция будет иметь ценность, и описать *тип понимания*, степень ненавязчивости, которые характеризуют «скрытый смысл» во всех предлагаемых случаях.

Вот пример интерпретации, которая не так очевидна.

Это, на мой взгляд, одна из самых блестящих сентенций Адорно:

«Если астролог настоятельно советует своим читателям в определенный день вести автомобиль с максимальной осторожностью, чтобы наверняка не причинить ущерб ни себе, ни кому-то еще, то его читатели тем не менее будут травмированы уже тем безумным предположением, что совет, справедливый для каждого дня и потому совершенно идиотский, все равно нуждается в одобрении звезд».

Обратите внимание, Адорно не говорит, что опасны сами «идиотские» идеи: что действительно причиняет вред, так это «помрачение сознания», следствием допущения подобных идей. В сентенции Адорно обозначил три типа ущерба: физический ущерб от автомобильной аварии; ущерб, нанесенный душевной жизни или логике; и ущерб, нанесенный мышлению вследствие безумия или помрачения сознания. Однако даже люди, не всерьез читающие гороскопы, не вполне это понимают. Они отдают себе отчет, что гороскопы не научны и не заслуживают доверия, но все же наслаждаются подобным чтением. Любитель гороскопов находит большое удовольствие в неожиданных совпадениях, которые тем не менее не являются подлинными с научной точки зрения. Гороскопы – это всего лишь вид безобидного удовольствия, намекающий на то, что вселенная пронизана невидимыми линиями и связями, и дающий временное облегчение в скучном мире подлинных причин и следствий. Писатели, начиная Миланом Кундерой (который однажды написал гороскоп) и заканчивая Робом Брешны (астролог-постмодернист), полностью отдают се-

бе отчет в иронии и мимолетном удовольствии своего увлечения. Они и не догадываются, по мнению Адорно, это то, что «помрачение сознания», в которое они сами себя погружают, причиняет им вред. Конечно, это более чем гениальное прозрение, это поистине ценное замечание, но обратите внимание, что, является оно правдивым или нет (а в случаях Кундеры и Брежневы оно может и не быть таковым), оно не имеет под собой системной теории вне общего исследовательского интереса, унаследованного от Маркса и Фрейда. А именно интереса к бессознательным или непознаваемым значениям, лежащим за обыденными действиями. Этой пронизательности Адорно нельзя обучить, и непонятно, как применить ее к другому объекту. Именно поэтому ее невозможно с легкостью применить в качестве бесспорного метода, в качестве части дисциплины, подобной визуальным или культурным исследованиям. Поэтому то, чем исследования визуальной культуры занимаются чаще, касается обнаружения предсознательных значений.

Подводя некий итог, хотелось бы отметить, что весьма неожиданным предстает то обстоятельство, когда некоторые люди, утверждающие, будто бы мы обладаем визуальной грамотностью, намного превосходящей таковую во все предшествующие периоды истории (я вернусь к этому в следующей главе), пишут тем не менее университетские учебники, предназначенные для обучения этой самой грамотности. Мне хотелось бы знать, сколько первокурсников нуждается в обучении пониманию видео Родни Кинга или медийных репортажей о смерти Дианы. Сколько популярных образов требуют тотального декодирования? Реклама уже достигла той точки, когда она сама высмеивает себя и свои собственные условности, практически не оставляя работы визуальным исследованиям, за исключением, пожалуй, легких поддразниваний на уровне самоосознания и предсознательных аллюзий.

3. Дело о сноске на Бенямина: вопросы цитирования Бенямина, Фуко и Варбурга

В последнее десятилетие XX в. Бенямин предстал как святой покровитель визуальных исследований, цитируемый повсеместно от методологии историографии до философии кукол. Правда, временами он выступает весьма ненадежной опорой для этого нового поля, развивающегося в направлениях, которые бы удивили и встревожили его. То же самое можно сказать и о нескольких других центральных фигурах, в особенности о Фуко и о теоретике, влияние которого стремительно растет в области истории искусства, – Аби Варбурге.

Стандартный довод мог бы быть таким: стиль и даже замысел цитируемого текста еще не делает его использование для каких-либо новых задач обоснованным. И в обычной ситуации я бы с этим согласился. Но несоответствие стилевых особенностей и целей текстов становится критическим и едва ли не пародийным, когда Беньямина цитируют для подкрепления постмодернистских исследований культуры потребления. В некоторых из новых дисциплин поздний капитализм представляется явлением веселым и даже головокружительным, а консьюмеристский спектакль упоминается с удовольствием. Беньямин же полагал совершенно иное. Он не был настолько же непримирим, как Адорно, когда занялся исследованиями массовой культуры, но он никогда не мог бы помыслить торговый центр (shopping mall) как повод для беззаботных игр среди продуктов производства позднего капитализма. (Что как раз было весьма странным для монументальной работы «Руководство по шопингу Гарвардской школы дизайна», которая начинается с рассказа о торговых центрах, прототипы которых были одними из первых объектов исследований Беньямина, и заканчивается прославлением практически всего капиталистического). Беньямин был бескомпромиссно меланхоличен, он был поглощен своей работой и погружен в печаль, которую она порождала. А его бесконечный проект был для него еще и поводом остаться в живых (это предположение принадлежит Стенли Кавеллу). Как бы Беньямин был смущен сейчас и как бы он хотел говорить вместо этого об уровнях сновидения, фантасмагории и иллюзии. Хотя очень легко оставить в стороне его интонацию, цитируя отдельные пассажи, я не думаю, что возможно удерживать беньяминовскую меланхолию бесконечно долго.

Сочинение Беньямина пропитано метафорами сна, которые подкрепляют его центральную концепцию о нашем медленном пробуждении от буржуазного забытья. Сон также означает беспокойство, осторожность, тревогу и постоянную надежду на внезапный «шок» или «вспышку» озарения. (Эти тропы могли бы поблекнуть, если бы Беньямин был жив, так как он последовал совету Адорно и убрал образы сновидений из своей автобиографии редакции 1939 г.) Как отмечают авторы комментариев к его текстам, беньяминовские мотивы сновидений взяли кое-что у сюрреализма и кое-что у тропов просвещения каббалы. Отмечается и психическая жизнь его текстов:

«Беньямин был в такой же мере подавлен и угнетен новым капитализмом, как и очарован им. Такое настроение, такое ощущение изоляции совершенно отсутствуют в современных гуманитарных исследованиях, которые ухитряются привнести постмодернистскую радость в этот спектакль, даже

усердно цитируя Бенямина. Конечно, можно толковать работы Бенямина так широко, чтобы говорить с их помощью о виртуальной реальности и постмодернистском потреблении, однако слишком редко это делается со всей серьезностью, сомнением насчет спекулятивности собственных утверждений или внезапными выпадами, которые отличают его авторский стиль. Как заметил в своем пронизательном эссе «Handling Shocks» Ричард Шифф: «Вместо того чтобы трактовать произведение искусства как результат последовательного развития культуры и общества, [Беньямин] сосредотачивается на парадигматической дискретности, на весьма специфическом случае негативации – а именно на опыте “шока”». Бенямин придерживался такой чужеродной интерпретативной стратегии, если вообще подобные изыскания внезапных «шоков» могут быть названы стратегией».

Беньямин отыскивал подобные моменты пробуждения в фильмах, в которых они могли осуществляться за счет шока от рваного, быстрого монтажа, крупных планов или за счет эффектов расширения и сжатия времени. Но самая известная его работа, посвященная исследованию этой темы, – анализ пассажей, парижских остекленных универсальных магазинов. В них обычные предметы вдруг внезапно наседали на него, сокрушая непроницаемые панцири, скрывающие их среди привычных предметов городской жизни. Подобные эпифании, конечно, случаются и сегодня, но они весьма редко становятся объектом изучения для современных работ по визуальной культуре. А если такое и случается, то подобные исследования не воспринимаются уже как сигналы, призванные пробудить дремлющую буржуазию.

Все это вынуждает меня обозначить несколько причин, по которым необходимо быть предельно осторожным при цитировании Бенямина в современных исследованиях. Его замысел значительно отличался от нашего, а настроение его работ абсолютно чуждо нашему состоянию бескомпромиссного счастья. Вдобавок к этому ведущие понятия Бенямина зачастую неоднозначны или непроницаемы и именно поэтому не поддаются простому цитированию. Я убежден в том, что «аура» – чрезвычайно сложный и многосоставной концепт, требующий некоего полурелигиозного вчувствованного понимания. Концепт, связанный с такими явлениями XIX в., которые Бенямин не хотел бы реанимировать. В современном же научном письме, как мне кажется, ссылка на ауру – всего лишь завуалированный способ сказать о трансцендентной ценности, причем в текстах, которые в целом отвергают как трансцендентное значение, так и ностальгию по нему. Цитирование «произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости» иногда является лишь един-

ственным допустимым способом контрабанды затянувшейся ностальгии по позднеромантическим концептам.

Беньяминовский концепт «диалектического образа» еще более нагружен. Частично это определено тем, как Беньямин понимал «внезапную» приостановку исторического мышления, а частично – возможностью возобновления подобного мышления, как это детально продемонстрировала Сюзан Бак-Морс. В некоторых нынешних текстах диалектический образ служит в качестве кода для чего-то намного более упрощенного: он обозначает «ключевой образ» или попросту «сильный, убедительный образ». Даже беньяминовская «бессознательная оптика» приспособливается для различных целей. И, как в случае работы «Оптическое бессознательное» Розалинд Краусс, совершенно преднамеренно.

Все вышеперечисленное, и я отдаю себе в этом отчет, не говорит о том, что визуальная культура должна отказаться от Беньямина. Более того, все это не является и аргументом, направленным против использования того типа цитирования, которому учил нас Деррида, – цитирования, которое порождает свой собственный контекст, расходясь с замыслом автора оригинального текста. Это довод *ad hominem* для всех исследователей, чувствующих необходимость процитировать Беньямина в поддержку собственной идеи: я лишь хочу привлечь внимание к увеличивающемуся разрыву между меланхолией и неудовлетворением Беньямина, с таким трудом работавшим с собственными жесткими концептами, и всеми теми многочисленными работами, привлекающими его для поддержки.

На мой взгляд, подобное рассуждение может быть проведено и в отношении других часто цитируемых авторов, таких как Фуко или Варбург. У Фредрика Джеймисона есть провокационное рассуждение о фукианской концепции визуальности, к которому стоит здесь обратиться. Джеймисон помещает Фуко на вторую из трех стадий развития теории взгляда, точкой отсчета данной теории полагая концепцию Сартра, изложенную в «Бытии и Ничто». Подобная точка зрения проблематизирует роль концепции Фуко для визуальной культуры. Фукианское восприятие «взгляда» или «пристального взгляда» (*look or gaze*), по мнению Джеймисона, является «моментом его бюрократизации». На этой стадии «абсолютная уязвимость по отношению к взгляду и его контролю» достигает «той точки, с которой наличие индивидуального акта смотрения больше не обязательно». Джеймисон проводит удивительную параллель с романами Роб-Грийе, в которых «визуальные образы раскрывают только лишь бесформенную изнанку, маркирующую их как симптомы, которые всегда должны оставаться неопределимыми». В романах, подобных «Рев-

ности», «проявляется нечто похожее на невроз навязчивых состояний, бессмысленные неконтролируемые желания, напоминающие исступление трудоголика, в которых отсутствующий субъект отчаянно пытается развлечь себя самого при помощи механического повторения». Затем следует третья стадия развития теории взгляда – постмодернистская технологическая эйфория, тот «подлинный час общества образов», в котором паранойя, бюрократия и невроз полностью искоренены. (Я хотел бы обратить внимание на эту третью стадию как полную противоположность беньяминовской позиции сомнения). Именно это, по моему мнению, необходимо рассматривать как точку отсчета для эффективного критического разбора вышеупомянутого настойчивого интереса к Фуко. Концепт «бюрократического взгляда» прекрасно подходит для тем уязвимости, надзора и скрытого контроля. Однако он не слишком хорошо работает как с постмодернистским увлечением процессами вглядывания, рассматривания и пребывания под взглядом, так и с более ранними трактовками взгляда, от Сартра до Лакана, которые, кстати, также еще широко в ходу в исследованиях визуальной культуры. Современные исследования визуальной культуры привлекают Фуко для подтверждения любой из джеймисоновских «стадий». Более того, имя Фуко легитимирует само понятие эры или «порядка» визуальности, как, например, в концепции трех стадий Джеймисона или в теории «скопического порядка» Мартина Джея и др. Поэтому уточнение и детальная разработка смысла понятия «бюрократический взгляд» помогут определить ограничения фукианских теорий паноптизма и надзора, а также защитить их от использования в качестве общих моделей взаимоотношения между взглядом и властью.

Последний пример взят мной из истории искусства (что, несомненно, облегчает задачу аргументации его использования при рассуждении о визуальной культуре). Речь пойдет об Аби Варбурге. В течение последних десяти лет он является главным героем растущего числа монографий, лучшая из которых – работа Жоржа Диди-Юбермана «Уцелевший образ». Среди достоинств Варбурга, привлекательных для истории искусства, – его личное увлечение образами и их философией, а также его нестандартные методологические подходы. Он настолько остро чувствовал десемантизацию образов, происходящую с течением времени, настолько был очарован призраками и реинкарнациями старых смыслов, что вдыхал новую жизнь в некоторые из них, не ограничивая свой выбор лишь древнегреческими и ренессансными. К этой эмоциональной составляющей авторского метода Диди-Юберман отнесся с такой предупредительностью и наблюдательностью, которая не была присуща авторам преды-

дущих работ о Варбурге, в том числе и Э. Гомбриху. «Уцелевший образ» полон догадок и рассуждений о посмертной жизни образов, о природе их появления, о вопросах их трансформации и вытеснения. И над всем этим царит главное увлечение Варбурга, то, что он называл «формулы патоса» (*pathos formulas, Pathosformeln*). По существу, «Уцелевший образ» – это наиболее глубокое и содержательное исследование, посвященное исторической жизни образов. Однако оно ограничено, как, собственно, и круг интересов Варбурга, только чрезвычайно экспрессивными, пробуждающими воспоминания, исполненными пафоса образами. И вот здесь я бы хотел сказать о «Pathosformeln» Варбурга то же, что говорил выше о Беньямине: проблема заключается не в самой концепции Варбурга, кстати, непревзойденной, а в непрерывно расширяющемся диапазоне ее применения.

Какие-то из идей Беньямина, Фуко, Варбурга неуместны в современных исследованиях, какие-то, наоборот, могут быть применены слишком широко. Однако некоторые из них, как, например, замысел Беньямина написать историю как образ и посредством образов, просто невозможно использовать в современных исследованиях. Так, Сюзан Бак-Морс использовала подборки иллюстраций для того, чтобы воссоздать исторический смысл: она проделала это в конце «Диалектики видения», а затем в работе «Мир мечты и катастрофа». Мне неизвестны сколько-нибудь серьезные критические разборы этих попыток, но у подборки иллюстраций в «Диалектике видения» есть, на мой взгляд, то самое слабое качество, которым обладает любая группа изображений, сопровождаемая минимальным текстом. Такая подборка может быть настолько по-разному истолкована, что пропадает желание обсуждать ее. (Подобная проблема может преследовать и бессловесную книгу художника). Изображения в «Мире мечты и катастрофы» встроены в пространственный текст, но и они вызывают желание скорее истолковать их как знаки ностальгии по провалившейся модернистской утопии. Я думаю, что они трактовались бы аналогично, даже если бы были напечатаны в обычном фотожурнале. Кроме этих проблем, поднятых экспериментами Бак-Морс, существует еще важное обстоятельство, которое заключается в том, как сказал Макс Пенски, что «если “Пассажи” (*Passagen*) рассматривали *вещи* как тексты, то позже нарочито марксистский «Труд о пассажах» (*Passagenwerk*) имел дело уже с *текстами* как вещами».

Варбург также предпринял попытку рассказать историю посредством образов. Его знаменитый последний проект «Мнемозина» – попытка схематически представить свою теорию при помощи открыток и изображений, закрепленных на черных ширмах, – конечно, отличается от проекта Беньямина, но

только лишь своей неповторимостью (в буквальном смысле), и не предлагает модели для истории искусства.

Я надеюсь, что всего сказанного вполне достаточно, чтобы понять смысл моих рассуждений, хотя они могли бы быть намного пространнее. Встретить имена Бенямина, Фуко или Варбурга в первой же паре сносок в эссе, посвященном визуальной культуре, или разбросанными среди примечаний в книге – обычное дело. Как любое новое поле исследований, естественную потребность в фундаментальных текстах и идеях. Однако и теоретики, и критики оказывают сами себе медвежью услугу, используя подобные тексты для подкрепления своих работ. Это особенно важно, если направление этих новых исследований расходится с постулатами их же источников. Большинство исследований, проводимых в рамках визуальных исследований, могут достигнуть поставленных целей без обращения к «диалектическому образу» Бенямина, паноптикуму Фуко, «формам патоса» Варбурга, «объекту *a*» Лакана, иконе-индексу-символу Пирса или пунктуму Барта. Не всегда какая-то идея становится понятнее или сильнее лишь за счет ее сцепки с каким-либо из подобных концептов.

Речь идет здесь не о профессиональном языке, и я ни в коем случае не предлагаю новой исследовательской парадигме оставить попытки найти общий язык с наиболее интересными авторами прошлого. Без постоянного диалога с наиболее плодотворными авторами и концепциями визуальная теория рисковала бы остаться поверхностной и, что еще хуже, могла бы оторваться от своей собственной истории, втягиваясь в процесс постоянного переизобретения банальных идей, что и так характеризует многие современные работы об искусстве. Я же предлагаю нечто совершенно другое: моя дидактика призывает к независимости. Всеми средствами соперничайте с наиболее значительными авторами смежных дисциплин, а когда придет время писать, рассмотрите возможность написать работу, не прибегая к их помощи. Зачастую самую основательную и прочную связь с историческими объектами и событиями, что прекрасно осознавали и Бенямин, и Фуко, и Варбург, обеспечивает нечаянно обнаруженное сходство, скрытое подобие или вообще применение абсолютно невежественного подхода. Так зачем же распылять свой собственный голос между сносок, если то, что вы хотите сказать, знаете только вы?

4. Дело о невостребованном наследстве: в поисках более далекой истории дисциплины

Авторство выражения «визуальная культура» обычно приписывают Майклу Бэксандаллу. Эта генеалогия, совершающая скачок от Бэксандалла к настоящему, является типичным амнезическим жестом визуальных исследований. Ведь Бэксандалл сам одним из первых указал бы на то, что идея создания истории визуальных практик значительно глубже уходит в прошлое. De facto у генеалогического древа визуальной культуры есть ствол «Фуко», или даже «Фуко и Беньямин», а корни этого древа уходят к Марксу. Полная же генеалогия еще шире. И осознание этого факта может сделать визуальные исследования более разносторонними и исторически рефлексивными.

История визуальных культурных исследований начинается в XV в. одновременно с возникновением увлечения древностями, которое разделяли люди, интересовавшиеся всем разнообразием реликтов прошлого – одеждой, городскими пространствами, монетами, медалями, камнями и военным снаряжением. В XVII в. владельцам кабинетов чудес было необходимо поддерживать многообразие своих экспонатов, они собирали культурные артефакты, и их цели не были так уж далеки от целей того, что позднее назвали археологией и антропологией. И хотя эти *Wunderkammern* (кабинеты чудес) весьма хорошо изучены, интерес современных исследователей привлекают в большей степени образы самих коллекций, а также их немногие сохранившиеся экспонаты. Если бы история визуальных культурных исследований была более доскональной, то она не оставила бы без внимания ту тщательную работу, которая была проделана коллекционерами на основании собственных идей о собираемых ими предметах и артефактах. Сейчас эти труды коллекционеров (некоторое из которых переведены, но большинство из них так и осталось на латыни) изучают ради получения сведений, способных пролить свет на процесс возникновения современных музеев, а также ради обнаружения того сохранившегося в них понимания чуда, которое такие художники, как Дэвид Уилсон (из Музея технологий юрского периода), пытаются реконструировать. Однако эти сочинения могут быть исследованы более широко, с пользой для разработки современных концепций культуры, артефакта, искусства и визуальности.

Леопольд фон Ранке, известный историк XIX в., предстает для визуальных исследований весьма неоднозначной фигурой. Ранке интересовался визуальными аспектами культуры (наряду с другими, преимущественно литературными и историческими ее элементами), но в то же время он постоянно подчеркивал значение для историков работы с архивными документами и точны-

ми фактами. Подобное отношение к архивам является еще одной особенностью визуальных исследований, которая отсылает к Беньямину (вследствие проведенных им лет во Французской национальной библиотеке в Париже). Но, как прекрасно осознавал сам Беньямин, это стремление уходило корнями в немецкую историографию XIX в. Для визуальных исследований же проблема заключается в том, что Ранке относился к своим архивным находкам как к неоспоримым фактам. Современное критическое отношение к этой позитивистской установке, заключающееся в том, что так называемые факты необходимо дешифровать и интерпретировать, что факты сами по себе являются частью дискурса достоверности, Беньямин предугадал и развил в одном своем наблюдении, которое не часто принимается во внимание современными визуальными исследованиями. Беньямин называл представление о том, что факты демонстрируют события «такими, какими они действительно были», – «сильнейшим наркотиком [девятнадцатого] столетия». Факты все еще остаются наркотиком, хотя в соответствии с логикой развития аддикции наше отношение к этому сильнодействующему средству куда опаснее. Теперь мы как к наркотику относимся к тому, что факты могут быть импортированы в метанарративы. И на фоне нашего должного отношения к многообразному наследию, хранящемуся в архивах, и нашего определенного чувства истории эти факты продолжают функционировать в метанарративах, как сказал бы Беньямин, уже как снотворное.

Под влиянием Ранке историки XIX в., такие как Буркхардт, принялись за изучение всей совокупности наследия прошлых культур. Так, например, несмотря на отсутствие иллюстраций, буркхардтовские реконструкции ренессансной Флоренции невероятно наглядны. Он даже описывал некоторые аспекты повседневной частной жизни (любовь к подобному занятию часто приписывается историкам и антропологам XX в.), включая такие объекты, как «погребальные обычаи и манеры приема пищи», мужские рейтузы, косметика, обивка мебели, парфюмерия и ювелирное искусство. Буркхардта считают отцом-основателем культурных исследований, однако его наследие является предметом споров и вообще не так уж однозначно. В 1893 г. он заявляет, что история искусства, в отличие от культурной истории, должна иметь дело с «задачами» (*Aufgaben*). Однако до сих пор широко обсуждается, что именно он имел под этим в виду. Так что не совсем ясно, имеет ли смысл называть Буркхардта прямым предшественником исследований визуальной культуры.

Исторические исследования визуальных практик продолжили в XX в. такие историки, как Марио Прац, который написал широкомасштабную исто-

рию интерьерного декора и сделал необычайно подробное описание своей собственной римской квартиры – комната за комнатой, предмет за предметом. Коллекционеры и историки искусства начала XX в. работали со всеми видами искусства «малых» форм – монетами и наградами знаками, геральдикой и оружием, иконами и гербовыми щитами, геологическими и анатомическими иллюстрациями, ботаническими зарисовками и рисунками микроскопических препаратов, а также с разнородными образами от хирургических до «иппологических». Эрвин Панофский был хорошо знаком с литературой такого рода, хотя по большей части подобной литературой пренебрегали вследствие ее узкой направленности и нудных интерпретаций. Насколько я понимаю, исследователям *fin-de-siècle*, жившим в эпоху модерна, увлеченным такими темами, как садовый дизайн XVIII в. или медальоны периода упадка Римской империи, как и современным исследователям визуальной культуры, само изобразительное искусство попросту было не интересно в отличие от вопросов условий его производства и восприятия. Так что очень важно и не переоценивать новизну нового исследовательского поля, и не делать слишком поспешных выводов об односторонности знаточества.

Почему бы не расширить список теоретиков, которым мы располагаем, включив в него Ранке и Буркхардта, Марио Праца или Германа Броха, Вальдемара Деонна или Анри Франкфора, Элиаса Канетти или Роберта Музиля, Фернандо Пессоа или Людвиг Холя, Жоржа Диди-Юбермана или Юбера Дамиса? Почему бы не написать работу, опираясь на Джанбаттиста Вико или даже Джордано Бруно (Джойс это сделал)? Почему не воспользоваться теоретическими намеками сестры Хуаны Инес дела Крус, а не Люс Иригарей? Почему бы не познакомиться с более далекими, глубокими корнями изучения визуальной культуры? Ведь так много интереснейших теорий образа, проигнорированных визуальными исследованиями: трактовка Лейбницем пространственных образов как смутных, неадекватных идей, юмовское различение впечатлений и идей, идеи Лукреция об эманациях, медитации Экхарта о внутреннем образе Бога, классификация образов и их связь с Богом св. Иоанна Дамаскина. Материала достаточно для того, чтобы освоить дюжину новых текстов.

Надо признать, что, опираясь на Бенямина или Фуко, исследователь культуры получит больше шансов сказать нечто, что покажется более убедительным его читателю: напишите исследование телевидения, используя Вико, и ваш текст, вероятно, произведет впечатление значительно менее аргументированного. С другой стороны, может так получиться, что Вико работал с темами, которые связаны с современными исследованиями куда больше, чем Бе-

ньямин или Фуко: и в этом случае было бы более логично и продуктивно попытаться работать, начав с Вико.

Визуальные исследования опираются на относительно небольшое число теоретиков. Список, составленный Сюзан Бак-Морс, не лучше и не хуже других: Барт, Беньямин, Фуко, Лакан... и многие другие, начиная с Жана Бодрийара и Поля Вирилио, и есть здесь, конечно, призраки Маркса. В визуальных исследованиях циркулируют работы целого ряда теоретиков, однако сам метод, на основе которого созданы самые продуктивные работы, это, по сути, очень консервативный вид иконографии, унаследованный от Панофского. Чтобы максимально обогатить данную дисциплину, этот список необходимо расширить в нескольких направлениях. Можно внести в него неканонические тексты уже перечисленных в нем авторов: например, странную работу Барта о Жюле Мишле или место из «Аркад» Беньямина, которое содержит критику, *avant la lettre*, самих визуальных исследований как научной дисциплины. А в качестве следующего шага визуальная культура могла бы двинуться навстречу неизвестному – и кто знает? Тогда в течение нескольких лет мог бы появиться анализ ЕвроПарка Диснея, сделанный на основе Джанбаттисто Вико, без единой ссылки на теоретиков XX в.

5. Дело об орнитологе из Новой Гвинеи: могут ли визуальные исследования быть поистине мультикультурными?

В 1998 г. я организовывал одну из панелей на конференции Ассоциации колледжей искусства, для которой просил подготовить доклады о книгах по истории искусства, опубликованных не на Западе. Требования предполагали, что докладчики сделают сообщения об учебниках по истории искусства, написанных в Индии, Китае или юго-восточной Азии. Моя идея заключалась в том, чтобы взглянуть на концепцию «западности» ключевых нарративов истории искусства, сравнив их с «историями», написанными за пределами Запада. На мой запрос было подано всего три заявки, причем две из них не были «незападными»: один из докладчиков хотел подготовить сообщение об использовании западных учебников в китайских школах, а второй хотел поговорить о текстах по истории искусства, написанных в Польше в начале XX в. Организаторы конференции, как я понимаю, предложили ряду людей хоть как-то заполнить мою панель, однако вместо этого я решил вообще отказаться от ее проведения. Среди авторов огромного потока статей по мультикультурализму и постколониальной теории (только на той конференции подобных работ насчитывалось около пятидесяти), по-видимому, лишь несколько, а возможно,

и всего один – а именно тот, кто подал заявку на мою панель, – читали западные книги по истории искусства. Подобное отсутствие интереса к этой теме говорит об отсутствии интереса самой дисциплины к написанному за пределами Запада, чего не скажешь о ее быстро развивающемся увлечении высказываться *с западной позиции* о западном искусстве либо обращаясь к западному искусству.

С каждым годом визуальные исследования расширяют сферу своих интересов к «не-западному» и постколониальному, наращивая исследования по темам, когда-то полностью заброшенным или известным только антропологам. Расширяющийся тематический диапазон является одним из критериев легитимации мультикультурной направленности, однако у визуальных исследований есть возможность стать мультикультурными в более глубоком и радикальном смысле.

Эти новые исследования применяют западную методологию к западному материалу, создавая тексты в соответствии с западными же нормами научной практики. Более радикальная практика, которую можно себе представить, была бы более лояльна в отношении использования как западной методологии, так и западных нарративных форм. Такие исследования могли бы преодолеть совершенно новые культурные границы. Это вовсе не означает, что настоящий мультикультурный подход подразумевает смесь языков или культур или применение какой-либо философской теории Другого, как предлагают некоторые авторы. Я имею в виду нечто куда более приземленное и определенное. Стандартный мультикультуралистский текст, созданный в рамках визуальных исследований, все еще зависит от всем известных западных методологий: психоанализа, марксизма, культурной критики Беньямина, фуколдианской археологии и критического анализа дисциплинарных систем, антропологических теорий лиминальности и постколониальных теорий, инспирированных такими авторами, как Эдвард Саид или Хоми Бхабха. Но не от методологий, почерпнутых в местных, региональных работах. Кроме того, типичный текст по визуальному анализу полностью принадлежит западной научной традиции, под чем я понимаю (в банальном смысле) то, что подобный текст следует западным регламентированным правилам нарратива истории искусства, также как и правилам описания, анализа, цитирования и аргументации. В противном случае, и это именно то, что я имею в виду под «банальным», текст не сможет найти издателя. Предмет изучения подобного текста может быть западным, и его автор наверняка обратится к колониализму или постколониализму, но методология и само исследование должны остаться западными.

Все вышеизложенное может прозвучать как естественное и обязательное условие. Но если наша цель состоит в усилении исследовательской чувствительности к понятиям колониализма, мультикультурализма и концепту западности, то как же нам *не стремиться* к идеалу текста, в котором западные и незападные методологии использовались бы как по отдельности, так и вместе? Писать такие тексты, в которых осознание научного аппарата, нарративных форм и сама структура могли бы представлять альтернативу западным или вообще быть незападными? В одной из своих работ я уже рассуждал о том, что какая-нибудь научная работа рискует вообще выпасть из рассмотрения как исследование по истории, если ее автор, следуя этому совету слишком рьяно, будет использовать незападные методологии и напишет работу не на западный манер. Подобный текст скорее может произвести впечатление эксперимента, прожекта или просто какого-то нелегитимного на Западе документа. Однако это еще не аргумент для того, чтобы оставить попытки писать подобные тексты.

Опираясь на это, можно обозначить три критерия для подлинной мультикультурной деятельности визуальных исследований. Во-первых, необходимо наличие значительного числа исследователей, заинтересованных в изучении незападных объектов. Это как раз самое легко выполнимое условие, несмотря на то что «незападные» темы все еще остаются в меньшинстве. Последовательная мультикультурная деятельность также должна быть лояльна в отношении текстов, которые придерживаются еще двух важных принципов, реализуя «незападность» не только в отношении предмета изучения, но и на уровне использования базовых теорий, а также на уровне самой формы письма. К этому списку я хочу добавить четвертый критерий: та мультикультурная практика, которую я себе представляю, должна осознанно избегать банальностей всех методов интерпретации, стремясь к комплексности и гибридности.

Позвольте мне высказать общее, может быть, несколько расплывчатое, предложение: большинство исследований в области гуманитарных наук ориентируются на комплексность и неоднозначность в качестве своих приоритетных методологических принципов. Большинство текстов описывают культурные локализации, практики, идентичности и объекты как гибридные, смешанные, неоднородные, маргинальные, смещенные, дезориентированные, креольские, пиджин, транскультурные, лиминальные, мета-, пара-, квази- или еще каким-нибудь образом сложные и неоднозначные. Удовольствие от подобных текстов производится благодаря той самой исследовательской фокусировке на гибридности, смешанности и других видах нередуцируемых затруднений,

также, как и посредством любых других представлений о культурных локализациях, практиках и т.п., что и составляет номинальные темы таких текстов.

В той мере, в какой это утверждение справедливо, общая риторическая стратегия современной гуманитарной науки должна наглядно продемонстрировать уровень непредвиденной сложности или степень неоднозначности, которые не могут быть сведены к упрощенной схеме. В сфере политики, культурных исследований и визуальной культуры внимание к сложности и неопределенности выражается в приоритетном интересе к гибридности. Мультикультурализм и постколониальная теория работают в заведомо неопределимом промежуточном поле между общепризнанными концепциями и ношении теории, в неопределимом межкультурном поле. (Это отражено в названии книги Хоми Бхабхи 1994 г. «The Location of Culture».) Нынешнее поколение исследователей создает тексты, исследующие сумеречные пространства между колониализмом и постколониализмом, между национальной идентичностью и глобализмом, между искусством и этнографией, между дихотомией полов, между личностью и коллективом, между отсутствием трансцендентности и верой в нее, между идеей и действием (как в концепции *difference* у Деррида), между останками субъекта философии и его экономией разложения, между индивидом и обществом (Жан-Люк Нанси), между многообразием медиа и единством искусств (опять Нанси), между структурой и хаотичностью, между теологией и негативной теологией, между формой и содержанием, человеческим и животным (опять Деррида), чувством и смыслом, значением и его отсутствием. Этот список, порожденный в рамках западной метафизики базовыми дихотомиями западной философии (с ее выводом о собственной невозможности) с целью найти какое-то единое разрешение, достижимое в рамках этих же дихотомий, выглядит бесконечным. Отсюда и характерные удовольствие и дискомфорт от этой неясной промежуточной зоны между четко определенными концептами или даже между ее названием и ближайшим соседним.

Если существует аналитическое ограничение для подобных исследовательских интересов, то оно коренится в допущении, что достаточно лишь продемонстрировать то, что я здесь называю гибридностью. Основная идея заключается в том, чтобы прокладывать новый путь от уже известных состояний и дихотомий, которые трактуются как относительно «чистые», к достаточно интересным и сложным неоднородным состояниям. Понятие «гибридность» становится основным инструментом анализа и используется для описания любой ситуации. Анализ считается завершенным тогда, когда он достигает в описании такой степени гибридности или неоднозначности, в которой они не могут быть

редуцированы к начальному состоянию или исходным дихотомиям (в соответствии с логикой и смыслом текста). В терминах, заданных самим текстом, это заново описываемое состояние является одновременно неопределимым и не поддающимся упрощению.

На мой взгляд, подобная логика работы универсальна, она подходит как для художественной концепции, так и для диссертации. Одно из следствий, которое из нее вытекает, заключается в том, что акцент на впервые описываемом состоянии совместно с уникальностью каждого текста может значительно затруднить сравнение двух разных гибридных состояний, проводимое с целью прийти к более широкому пониманию их отличительных особенностей и сходства. Работа Хоми Бхабхи наиболее показательна как раз в отношении темы гибридности. Его доводы могут апеллировать к многочисленным теоретическим моделям, которые он подгоняет к общей логической последовательности, при этом делая их абсолютно непригодными для дальнейшей их редукции или использования для еще более вольных сопоставлений.

Я говорю все это для того, чтобы намекнуть на то, что, несмотря на кажущееся изобилие литературы, существуют лишь ограниченные и неупорядоченные методологические источники для теоретизирования о пересечении культурных границ. Ресурсы кажутся необъятными, но они основаны на небольшом количестве стратегий деконструкции бинарностей и размывания границ. Поиск новых замысловатых и не поддающихся упрощению форм гибридности – это всецело западное порождение, подкрепляемое постструктурализмом и постколониальными исследованиями. И потому более радикальный мультикультурализм нуждается в попытках поиска других интерпретационных стратегий.

«Западность» самой теории может быть обнаружена в опубликованной дискуссии Деррида и Фуко. Изданная через десять лет после смерти Фуко, последняя часть полемики вскрывает, что проблематика разума и рациональности, понимаемая как широчайший горизонт, в рамках которого могут существовать вопросы, поставленные Фуко, осуществляется, по сути, внутри того, что Деррида называет «эпохой психоанализа». В эту эпоху – в которую, кстати, Деррида помещает и себя – авторы, включая Фрейда и Лакана, предоставляют фундаментальное основание для размышления об исторических условиях истины, так что вопросы, появляющиеся за пределами этого горизонта, – я бы сказал, словно миражи, – предстают так, как если бы они были, в самом своем основании, психоаналитическими по происхождению. Если Деррида прав, то последний довод любой дискуссии о методах и значениях разума в истории

будет психологическим или психоаналитическим: ни одно другое объяснение не выглядит более неопровержимым, и наоборот, замещение посредством языка психоанализа любого другого вида аргументации будет иметь заметные искажения. Следовательно, в таком специфическом понимании наша «эпоха» является западной: этот факт должен послужить важным знаком для ученых, работающих в сфере визуальных исследований, – исследовательском поле, которое и так уже сильно склоняется в сторону психоанализа.

Тезис Деррида абстрактен и всеобщ, но подтверждения ему можно сразу обнаружить в работах по постколониализму. Отличный пример здесь – Славой Жижек. Его книги искрометны и совершенно непредсказуемы, но его объяснительные модели – это сменяющие друг друга теория Лакана и поздний (или пост-) марксизм. Точно также, как Жижек мечется внутри современной культуры от оперы к Чаушеску, от Патриции Хайсмит к японским *манга*, он осциллирует меж двух своих излюбленных источников интерпретации. Часто пассаж, объясняющий какой-либо феномен в марксистских терминах, дает ход дальнейшей его трактовке в духе Лакана. Любопытно то, что, как я успел заметить, здесь никогда не происходит столкновения теорий: Жижек не чувствует, что необходимо подойти к интерпретации Лакана с точки зрения марксистской проблематики. Как я понимаю, выбор схемы для объяснения другой схемы происходит мгновенно и на интуитивном уровне: просто Лакан никогда не кажется «незаконченным», а Маркс иногда кажется. Это неутолимое влечение Жижека к интерпретации интересно еще и тем, что он, кажется, никогда не беспокоится насчет подобной асимметрии (я не сказал, что он ее не замечает) и никогда не говорит о ней как о насущной проблеме. Но что, если попробовать посмотреть на нее таким образом? В таком случае может оказаться, что любой дискурс, совместимый с лакановским, может дать начало лишь единственной *дальнейшей* интерпретационной стратегии.

Гайатри Спивак предоставляет нам еще один аналогичный пример. В своей работе «Критика постколониального разума» она анализирует индийские и западные культурные практики, учитывая ограничения и «западность» постколониальной теории. Но в то же время Спивак анализирует западные и индийские понятия в терминах, заимствованных у Деррида и у психоаналитиков. Она не привлекает индийские понятия для того, чтобы пояснить значения и смыслы, ускользающие от дерридианской методологии или от психоанализа Фрейда. И это не просто ошибка или оплошность: как сказал Деррида, имя Фрейда можно поставить во главе целой «эпохи», во время которой то, что понимается под критической теорией, все еще пишется. «Критика постколони-

ального разума» заканчивается предположением, что постколониальный и западный дискурсы соотносятся как асимптоты, развиваясь параллельно, но никогда не соприкасаясь. На последней странице этой работы есть атрибутирующая эту идею сноска на Деррида, в которой Спивак цитирует его работу «Glas». В этой работе Деррида играет с идеей «сшивания» параллельных дискурсов и редких случаев их структурного родства так, что в конце концов Спивак обращается к читателям с просьбой «сшить вместе третью “Критику” Канта и источники, подобные “Chinta”» (бенгальский журнал). В общем, сноска, сделанная Спивак, доказывает, что эта идея могла бы стать продуктивным направлением для дальнейшей работы. Когда я это прочел, меня просто ошеломило: в конце столь длинного и требовательного размышления, в котором обсуждается и критикуется множество стратегий постколониального способа мышления, обнаружить, что оптимальная модель мультикультурного сходства – всецело западная, и оставить эту идею совершенно открытой, как если бы в этом можно было усомниться до тех пор, пока Деррида не сказал своего веского слова. И если уж асимптоты так необходимы в качестве модели, почему бы не отыскать их в каком-нибудь индийском источнике: не боясь навлечь чей-то гнев, назову тексты кашмирских шиваитов, которые местами «звучат» в манере «Гла» (*Glas*)? И вот почему (и эта причина также отлично известна Спивак): подобное толкование произведет впечатление однозначно, *неминуемо* неполноценного! И потому даже условный намек в сторону Деррида более предпочтителен.

Как указывали многие авторы, мультикультурализм и постколониальная теория все еще крепко укоренены на Западе. Мы до сих пор не «деколонизировали наши методологии» даже на самом общем уровне. Та работа, которая производится сейчас, – не является «транскультурной», за исключением ее предмета исследования. Современные тексты по постколониальным исследованиям являются мультикультурными в лучшем случае на четверть: зачастую они глубоко мультикультурны в том, что касается их предмета изучения, и практически никогда в том, что касается их основной и принципиальной стратегии поиска гибридности, или их предпочитаемых теоретических моделей, включая психоанализ, или же формата статей, монографий, конференций. Более сильный и здоровый мультикультурализм все еще ждет своей реализации. И не существует причины, по которой он не может начаться с изучения образов, связанных с многочисленными разновидностями неизвестных пока концептуальных и интерпретационных режимов, которые могли бы помочь усомниться в нашем влечении к понятию «гибридность» и в нашем заточении в «эпохе психоанали-

за». За пределами Запада существует множество ресурсов для разработки действительно иных интерпретативных методов: индийская философия визуальности, японское восприятие места и времени, архитектурные пространства Чавина, отображение пола в пиктографических элементах иероглифов, теория идентичности индийских надписей на глиняных табличках. Список подобных ресурсов бесконечен в буквальном смысле. Вот лишь два небольших примера.

(а) Кеничи Сасаки составил весьма провоцирующий список слов японского языка, тем или иным образом обозначающих зрительный процесс (*seeing*). Он отмечает, что глагол *miru* (видеть, *to see*) имеет общее происхождение с существительным *me* (глаз, *eye*) и предлагает ввести объединенное выражение «видение/глаз» (*seeing/eye*) для того, чтобы уловить и передать смысл этого слишком незападного понятия. Это составное выражение обозначает нечто исключительно активное, в большей степени активно находящее объекты в окружающем мире, а не просто пассивно воспринимающее световые лучи. (Сасаки предполагает, что в японском языке «до знакомства с западной теорией восприятия не было ни малейшего представления о том, что это понятие “видение/глаз” может означать рецептивный процесс».) Удивительно, но этот же глагол *miru* означает и «иметь с кем-либо сексуальные взаимоотношения» – насколько это разнится даже с англоязычным архаичным библейским эвфемизмом *to know someone* («познать кого-либо»). Для обозначения обыденного зрительного процесса в японском языке существует глагол *au*, но для обозначения процесса активного зрения, как в случае осмотра врачом пациента, японцы используют вышеупомянутый глагол *miru*. Сасаки приходит к заключению, что «интенсивное переживание», выражаемое понятием «видение/глаз» (*seeing/eye*), объединяет «субъект с удаленным от него объектом»: в сексе, при медицинском осмотре и в ряде других случаев – “принудительный осмотр” (*forceful looking*). Что за изумительная стартовая позиция для изучения японских изображений! Я могу представить работы, посвященные анализу насыщенных взглядами гравюр *ukiyo-e*, которые могли бы быть проинтерпретированы с использованием термина Сасаки «видеть/глаз»; или исследование иллюстраций к «Повести о Гэндзи», как, например, из «Гэндзи-моногатари» начала XIX в., где в пространствах за ширмами сплетаются воедино взгляды любовников, слуг и шпионов и поэзия.

(б) Диана Лёше написала интереснейшее исследование о словах, описывающих птиц в языке культуры Абедам (Abelam), провинции Сепик в Новой Гвинее. Она начала с предположения, что само понятие «птичьего», существующее в данной культуре, совершенно не соответствует каким-либо запад-

ным понятиям. Подобная дилемма обычно решается двумя способами. Либо уточняется значение такого понятия, при этом подбор западных слов-эквивалентов производится со всей корректностью и аккуратностью (это филологический подход к решению проблемы). Либо понятия языка Абелам оставляют без определения, вставляя их непосредственно в англоязычный текст (философский подход). Однако Лёше не воспользовалась даже самым лучшим способом, предложенным в книге (местами изумительной) Стивена Фелда, изучавшего названия птиц и слова, обозначающие различные виды птичьего пения в другой культуре Новой Гвинеи – Какули (*Kakuli culture*). (Фелд предпочел нечто среднее между способами, которые я назвал «филологическим» и «философским», кроме того, он записал CD и написал стихи на вдохновившие его песни.) А Лёше решила вместо этого «оставить ситуацию постмодерна в тени абеламской метафизики», написав работу, которая концептуально, если даже не лингвистически, является абеламской. В других работах Лёше ее методологические амбиции простираются еще дальше. В них она пытается применить иные конфигурации, в одной статье исходя из антропологической перспективы, а в другой – говоря с точки зрения теории искусства. Надо ли говорить, что эти эксперименты не могут иметь успех ни для трансформирующихся культур, ни в отношении полноты языков научных дисциплин (к которым она обращалась). Здесь важно то, что Лёше страстно хотела предпринять подобную попытку. Визуальные исследования окрепнут и станут в большей степени адекватными мультикультурализму, если последуют этому примеру.

6. Дело о случаях, в которых приходится писать самому: как не бояться писать нетривиально

Что же такого я могу добавить к этой теме из того, что еще не было сказано самому себе каждым пишущим? Или из того, о чем умышленно умалчивал каждый ученый, размышлявший о письме как об эффекте политики? Или из того, что скрывает каждый историк, желающий представить письмо в виде оптимального средства выражения истины? Ничего нового, кроме того, что привычка *не* задумываться о том, что значит «писать нетривиально» в вашей области исследований, не так уж хороша. Честолюбие, в отсутствие более простого и подходящего слова, жизненно необходимо визуальным исследованиям, для которых важно стать более сложными.

Первый шаг в том, чтобы писать нетривиально, – это знать в своей области все или хотя бы так много, как вы можете. Если вы пишете о цвете

в XVIII в., почему бы не попытаться стать лучшим автором, пишущим на эту тему? (И читать не только Жаклин Лихтенштейн и Джона Гэйджа, но еще и Жана Старобински и даже Дэвида Бэтчелора). Мой единственный совет студентам, которые еще только начинают определять сферу своих интересов: читайте абсолютно все. В контексте этой главы такое замечание в особенной степени относится к старинным источникам по визуальной теории, западным и научным текстам.

Второй шаг – вдумчиво подходить к литературе и работать с ней осмысленно, не просто цитируя важные источники в сносках. Есть такие историки искусства – Лео Стейнберг, Майкл Фрид и Барбара Стаффорд, – которыми все восхищаются и ссылаются на их работы, но с которыми практически никогда не спорят и которыми серьезно не занимаются. Никто не всмотрелся в «Тайную вечерю» или фрески капеллы Паолина Микеланджело лучше и глубже, чем Стейнберг, но практически ни один из его последователей не усомнился в его трактовке. Работа Фрида о поглощении и театральности повсеместно известна в Соединенных Штатах и Западной Европе, однако новые статьи, посвященные ведущим художникам, о которых он тоже писал, от Давида до Курбе, от Мане до Поллока, всего лишь отправляют его работы в раздел «Сноски». Работа Стаффорд по визуальности XVIII в. с легкостью могла бы послужить основанием для визуальных исследований, но, кроме случайных вспышек моды на нее, ее редко изучают со всей тщательностью. Так относитесь к своим источникам со всей внимательностью. Сравните свои идеи и мысли с другими.

Третий шаг – писать так хорошо, как вы только можете. Когда придет время писать статью или книгу, тщательно обдумайте, какой тип работы вы рассчитываете написать. Сделайте это максимально осмысленно, оптимально и четко и пишите так хорошо, как только умеете, – поэтически, подбирая самые правильные слова для каждого предложения. Подмечайте и избегайтесь от заурядных клише. Не пишите «сопротивляться гегемонии», «отвергать бинарную оппозицию», «наводить критику» или «развернуть доказательство». Некоторые писатели излишне усердствуют со своей прозой, испещряя ее экстравагантными оборотами (например, Вильям Гасс), другие так прорабатывают свои предложения, что они вытекают как высокоуглеродная сталь (как Лео Стейнберг): но этих авторов все равно читают. Не существует наказания за должное внимание, уделенное письму, но есть награда: то, что вы пишете, прочтут многие.

Я закончу примером, который призван продемонстрировать, в какой степени проблема качественного письма перестала быть проблемой теории. Исходя из

личного опыта, могу сказать, что удивительно большое число людей, изучающих историю искусства и визуальную культуру, называют в качестве важнейшего своего вдохновителя Джона Бергера. Я слышал это имя от многочисленных исследователей, специализирующихся в таких разных областях, как искусство перформанса, семиотика кубизма и история дизайна. Кажется, Бергер должен стать святым патроном социальной истории искусства и визуальной культуры, причем в таком чине, каким такие социальные историки искусства, как Фредерик Антал или Арнольд Хаузер, никогда не обладали.

Во всем этом есть некоторая странность. Она заключается в том, что никто из историков искусства или специалистов по визуальной культуре не пишет так, как Бергер. Историки искусства не прерывают свои прозаические тексты поэзией (старинная традиция, уходящая корнями к Монтеню, гуманистам возрождения и древнегреческим философам) и не позволяют себе давать многословные вводные комментарии или приводить личные воспоминания. Не пишут они и статьи, основанные на противоречащих фактам гипотезах (как сделал Бергер, написав о несуществующем полотне Франца Хальса). Как не оформляют свои размышления на тему истории в виде диалога или короткого рассказа. Но почему нет, если подобные знаки увлеченности автора являются плотью от плоти той философии увлеченного зрителя, которую сам Бергер помог внести в историю искусства? Почему же все эти люди, черпающие вдохновение в «Способах видения» и «О взгляде» Бергера, не примут на вооружение все манеры письма, которые он практиковал?

Мне приходит на ум два варианта ответа, в некоторой степени они оба наводят на грустные размышления. Большинство из нас не думают о себе как о поэтах или писателях, и поэтому мы освобождаем себя от экспериментирования. Кроме того, большинство из нас в какой-то момент получают желанную пожизненную должность профессора, которая требует соответствия определенным нормам. Вот как бы я поставил вопрос, который, по-моему, останется актуальным, даже если отбросить обозначенные выше два не совсем точных ответа. Если случилось бы так, что социальная история искусства и визуальная культура, как академические дисциплины, сочтут тезис Бергера о политиках и гендерных аспектах видения действительно плодотворным, какая трактовка его позиции позволит современным академическим исследователям обойти мнение Бергера о том, что голос автора чрезвычайно важен, что вопросы пола и политических убеждений *требуют* от автора отдаться письму целиком?

Лишь несколько человек, работающих в поле визуальных исследований, всерьез принимают в расчет голос автора. Их так мало, что я могу пересчитать

их по пальцам одной руки. Это иногда гениально непоследовательный Жан-Луи Шефер, экстатическая и непредсказуемая Джоанна Фруэ, хаотичная и исповедующаяся Элен Сиксу и, конечно, немного параноидальный, непоследовательный и вдохновляющий многих Дейв Хики. (Эта параноидальность может с большей вероятностью характеризовать поведение тех ученых, которые не могут смириться с желанием Хики игнорировать их. А тем, кто пытается, – он дарит вдохновение.) Подобные авторы не составляют норму (хотя, по странному стечению обстоятельств, и Хики, и Фруэ преподают в двух крупнейших городах Невады). И это свидетельствует о том, что письмо, по-настоящему индивидуальное, – сложное дело и редкое явление. Большинство историков искусства и визуальных теоретиков озабочены тем, чтобы их манера письма и собственный голос нивелировали и скрывали следы их индивидуальности. Так что академическую работу невозможно перепутать с поэзией, мечтами или беллетристикой. Достаточное количество историков действуют в подобном духе, отделяя собственно исторический текст от экспериментальных пассажей, как, например, Розалинд Краусс (ее выделенные курсивом абзацы в «Оптическом бессознательном») и Гризельда Поллок. То, что некоторые авторы, работающие в поле визуальных исследований, продолжают писать в документальном стиле Бергера, присущем его недавним работам (как, например, «Форма кармана» (*The Shape of a Pocket*)), – проявление того же симптома. Как будто у Бергера была только одна идея, которую он обнародовал еще в 1960-х. (С Леви-Строссом ситуация аналогичная: практически никто не читал его книгу о видении и визуальности «Смотри, слушай, читай», которая содержит рассуждения о Пуссене.)

Я думаю, это все, что стоит сказать о том, как писать честолюбиво и нетривиально. Если вы студент или исследователь, писать – ваш удел. И это занятие имеет смысл только в том случае, если вы делаете его так хорошо, как только можете.

Цит. по Элкинс Дж. Шесть способов сделать визуальные исследования серьезной научной дисциплиной / Дж. Элкинс, пер. А. Денищик // Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир. - Вильнюс: Европейский гуманитарный университет, 2010.

Чистякова В. Экранная культура. Теоретические проблемы

Предисловие

С.5. Количество и разнообразие экранов в нашей жизни непрерывно растет, что все чаще дает исследователям повод выделять в качестве предмета анализа экранную форму как таковую, обладающую специфической историей и функциями. Ярким тому примером выступает предложенная историком медиа Эрки Хухтамо концепция «экранологии» (screenology) — нового исследовательского поля, в которой экран трактуется как важнейший элемент современных медиапрактик. Другой исследователь медиа, Лев Манович, дает в своих работах развернутый анализ экрана как основного интерфейса коммуникации и творчества. Феномен экрана в различных его проявлениях изучается сегодня большинством представителей media studies, занимающихся проблемами опосредованности в культуре, которые вновь актуализировались в связи с экспансией электронных средств информации и коммуникации.

Данная книга открывает, по сути, новый ракурс исследования культуры, который можно было бы условно назвать screen studies (исследования экрана), поскольку в ней оказались собраны размышления о специфике как конкретных экранных форм (кино-, теле-, компьютерного экрана и др.), так и экрана в качестве одного из базовых формообразующих принципов в культуре.

Цит. по Чистякова В. Предисловие / В.Чисткова // Экранная культура. Теоретические проблемы / Отв. ред. К. Э. Разлогов. — СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. — С. 5-8.

Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса

Метафора, положенная в основу этой статьи и отраженная в ее названии, оказалась на поверку значительно более плодотворной, чем можно было себе представить на первый взгляд. Идея культурного дискурса как целостного, почти органического объема информации и мясорубки как средства ее переработки для дальнейшего перевода в более удобоваримую форму по отношению к искусству экрана и к аудиовизуальной культуре в целом представляется весьма и весьма полезной, причем с самых разных точек зрения.

Эффект реальности и разделка ее туши

Родовое проклятие кинематографа и телевидения заключалось в имманентной достоверности фотоизображения, а затем и звукозаписи и звуковоспроизведения. Эффект реальности лежал в основе традиционной эстетики кино. Сфотографированная жизнь могла быть уподоблена куску мяса – целостному и непереработанному фрагменту реальности, вырезанному рамкой кадра (иными словами, фотографом или оператором) из туши окружающего мира и в такой своей «сырой» форме представленному зрителям.

Именно необработанная реальность, существующая сама по себе, и производила впечатление на первых зрителей кинозалов. Куски могли быть разные: от выхода рабочих с фабрики Люмьера до демонстрации коронации в разных концах Европы, а затем за ее пределами; от повседневной жизни улиц до интимного кормления ребенка; от действительно документальных кусков жизни до тщательно реконструированных игровых сценок. Первые фильмы, представлявшие собой единый, цельный кадр, длительность которого определялась просто длиной пленки в аппарате, и были тем первичным материалом, из которого возникла специфика кинематографа.

Эффект достоверности был еще более усилен при появлении телевидения, которое не без основания воспринималось как видение на расстоянии опять-таки того же самого целостного нерасчлененного куска реальности, куска, не переработанного и не подвергнутого никаким специфическим манипуляциям, кроме чисто технического переноса на более или менее отдаленное расстояние от места действия к экранам телевизионных приемников.

Парадокс здесь состоял в том, что сам мир, фиксируемый кинокамерой или транслируемый камерой телевизионной, уже к тому времени потерял свою невинность, он представлял собой культурный текст, в котором был запечатлен как опыт человечества, так и опыт тех конкретных людей, которые выбрали его для фиксации и передачи. С точки зрения семиотики, возникновение которой

почти совпало с рождением кинематографа, знаковость охватывала уже не только письменные тексты, но и по существу весь мир, приспособленный человеком для жизни, т. е. всю сферу культуры.

Не случайно искусство, да и любая другая знаково-структурированная область человеческой деятельности, получила в семиологической традиции название «вторичной моделирующей системы». И хотя под первичной подразумевался исключительно естественный язык, язык устно-письменный, вторичность охватывала и те явления, которые не имели прямого отношения ни к лингвистике, ни к литературе. Особенность кинематографического и телевизионного перевоплощения реальности заключалась в том, что оно могло представляться, а многим и представлялось, нейтральным, опосредованным технически, но не творчески; вторичность эта была результатом действия машин, а не рукотворным производением традиционных искусств. Культурный дискурс существовал как бы сам по себе перед камерой, а камера лишь фиксировала или передавала на расстояние этот текст.

Отсюда и разработанная еще Вальтером Бенямином теория решающего перелома в развитии творчества и восприятия искусства, связанного с воспроизводимостью без потерь произведений технически опосредованных видов искусств, в первую очередь экранных, с отсутствием единого и единственного рукотворного оригинала и неотличимостью его от репродукций.

Парадоксально, но эффект присутствия в течение XX века все более и более переходил в проклятие возможности глобального искажения любой реальности, ее реконструкции и придания ей облика более чем достоверного. Потеря произведением искусства ауры единственности и неповторимости превращала текст культуры в глобальный интертекст – взаимодействие многих текстов. Последнее с такой же легкостью фиксировалось техникой, как и разыгрывалось в умах создателей произведений и воспринимающих их субъектов, которые уже не могли быть названы просто потребителями, а становились со-творцами. Сама идея вмешательства в культурный дискурс, называемый «реальностью», его переработки, изменения, создание новых смыслов, не содержащихся в непосредственных предкамерных материалах, стала своеобразной манией многих поколений художников экрана.

Не случайно первой весточкой этого нового подхода стала гипертрофия монтажа, представлявшего собой, если разворачивать избранную нами метафору, разрезание культурного дискурса на куски и тем самым подготовку их к торжеству мясорубки. Идея столкновения двух кадров для порождения третьего смысла, содержащаяся в практике многих режиссеров мира уже в конце

1910-х годов, получила завершённое теоретическое обоснование и воплощение в советском так называемом поэтическом кино. Знаменитый эффект Кулешова, который, по свидетельствам очевидцев, придавал различные выражения одному и тому же кадру актёра Ивана Мозжухина в зависимости от того, с чем он монтировался: с едой, прекрасной дамой или трупом, – был лишь первым шагом к созданию нового сконструированного художником мира из кусков самой реальности («киноглаз» Дзиги Вертова), или из кусков реальности, соответствующим образом препарированной, как в картинах Сергея Эйзенштейна. Между монтажом и авторством в кино существовала и в теории и на практике тесная связь, и именно эта связь явилась основой первого этапа работы глобальной мясорубки, в которую превратилась экранная трансформация реальности.

Однако эта трансформация не только рисковала уничтожить, но и на деле убивала псевдоорганичность, иллюзию реальности на экране, которая составляла фундаментальный механизм психологической убедительности кинофильмов. Поэтому, наряду с открытыми и откровенными монтажными конструкциями в искусстве авангардном или авангардистском, в «нормальном» кино получила распространение, а затем и возобладали скрытая форма монтажности, так называемая раскадровка, которая, технически используя все механизмы монтажа, разрезая цельные сцены и эпизоды на куски, а затем склеивая эти куски по прихоти режиссёра и монтажёра, тем не менее имитировала течение самой реальности, из которой незаметно для зрителя убиралось все «второстепенное», проходное, и оставался драматургический и изобразительный концентрат того смысла, который авторы хотели вложить в произведение.

Обычный зритель, наблюдающий за телевизионным сериалом или «нормальным» игровым фильмом, вовсе не отдаёт себе отчёта в том, что его ведут в определенном направлении; ему кажется, что он видит пусть разыгранную актёрами, но саму реальность, и, если он не специалист, он и не замечает, в какое мгновение камера перескакивает от одного ракурса к другому и какие именно моменты действия исчезают в силу этих переходов. Он чувствует себя свободным, однако культурный дискурс уже не представляет собой большого и цельного куска мяса, вырезанного из туши культуры по прихоти оператора, а является целенаправленной аранжировкой предварительно разрезанного и пропущенного через мясорубку куска, который уже переработан в некое более или менее псевдоорганическое тело, каковым на поверку и является фарш.

Конечно же, на протяжении истории кино неоднократно предпринимались попытки восстановить свободу зрителя по отношению к изображаемой реальности и как бы вернуться обратно к неиспорченному технологией эффекту достоверности.

Одна из таких форм получила название «глубинной мизансцены», дополняемой внутрикадровым монтажом. Родоначальниками этого специфического метода по праву считались Михаил Ромм, Жан Ренуар и Уильям Уайлер, а верховными жрецами – Орсон Уэллс и Альфред Хичкок. Вместо того чтобы разрезать пленку на куски, а потом их склеивать, авторы такого рода фильмов отделяли главное от второстепенного путем движения камеры, зачастую весьма и весьма сложного, переходящего от персонажа к персонажу, от говорящего к слушающему, от одного события к другому. Зритель при этом как бы уподоблялся камере и сквозь механический глаз объектива следил за происходящим. Несколько более сложные механизмы вступали в силу, когда в одном кадре использовалось несколько планов: передний, средний и задний, показываемых с равной степенью отчетливости. Если в первые десятилетия истории кино операторы постепенно учились выделять фокусировкой в кадре лишь определенную пространственную зону, в которой и происходило действие, их последователи в 40-е и 50-е годы проделали обратную операцию и, благодаря особому рода оптике, показывали передний и задний планы с одинаковой четкостью. Это позволяло вносить в кадр, наряду с необходимыми, основными для дальнейшего развития событий элементами, вещи второстепенные, составляющие часть информационного «шума». Экранная мясорубка уподоблялась детективному повествованию, в котором самые существенные детали, пусть отраженные на страницах книги или на экране, остаются незаметными, поскольку перемешиваются с другими – несущественными или уводящими в сторону от подлинной линии расследования.

В этих условиях зритель сам становится как бы соавтором повествования и, пытаясь разгадать замысел автора, может двинуться в совершенно непредвиденном направлении. Более того, действие на переднем плане нередко использовалось как преграда, препятствующая восприятию основного содержания кадра и заставляющая зрителя пробираться и пробиваться сквозь эти подробности, как сквозь чащу леса, для того, чтобы наконец выйти на открытое пространство сюжета. Зрителя как соучастника мясорубки можно считать соавтором самого процесса перемалывания культурного дискурса.

Как же быть с автором в тех случаях, когда его вмешательство намеренно сводится к минимуму, когда камера, как в самых ранних фильмах или на заре истории телевидения, ограничивается лишь фиксацией внешнего облика реальности и его передачей на расстояние? Кто же является творцом произведения, если сам автор стремится умереть, правда, уже не в актере, как Станиславский, а в самой технике воспроизведения, будь то фотографическим или электронным путем?

Ответ на этот вопрос пыталась дать теологическая теория кино, согласно которой именно самоустранение человека как автора дает возможность раскрыть подлинный смысл всей реальности и любого его куска, обнаружить Творца с большой буквы – Господа Бога. С точки зрения этих теоретиков, именно Его текст запечатлевается и передается благодаря механизмам экранного искусства, подобно тому, как нерукотворный образ Христа отпечатывался в евангельской традиции без участия художника прямо на ткани.

Именно кинематограф позволил отпечатать, правда, уже не на ткани, а на пленке, любой кусок реальности, тем самым зафиксировав творение не человека, а Господа Бога. Сочетание этих кусков в конечном счете и составляют такое сложное и вторичное образование – мясорубку во второй степени, какой является телевизионная программа.

Именно в ней первоначально и перекрещивались различные слои реальности и культурного дискурса, сочетались игровые и документальные элементы, хроника, прямые репортажи и репортажи из телестудий, которые постепенно выстраивались в определенную систему, эволюционировавшую со временем и во времени. Появление и исчезновение дикторов, разные формы перехода от передачи к передаче, от анонса к фильму, наконец, вторжение рекламных вставок в коммерческом телевидении превращали экранную мясорубку из простого и почти ручного механизма в сложную, тысячу раз опосредованную систему зеркал, способную перемолоть по существу любой материал, превращая его в часть телевизионного зрелища. Фильмы и разного рода передачи, новости, телевизионные игры, рекламные и видеоклипы – все это куски кусочков, рассекаемые еще и дополнительно, поскольку рекламные вставки сделали нормальной на коммерческих каналах рубку ранее целостных произведений на отдельные фрагменты и, в зависимости от точки зрения исследователя, в качестве главной могла выступать и сюжетная канва телевизионного сериала и последовательность рекламных вставок.

Появление многосерийности на телевизионных экранах добавило еще большую сложность и изощренность временным промежуткам. Один и тот же сериал мог демонстрироваться как в определенное время в течение недели, так и по выходным еженедельно, а в ряде случаев, менее соответствующих специфике телевидения, ежемесячно, а то и ежегодно, как «Старые песни о главном» на ОРТ.

Кто вертит мясорубку?

Важнейшем элементом – своеобразным фигурным ножом нашей мясорубки представляются механизмы формирования программ, определяемые... госпожой Одиль Мат и господином Гаспаром Дюмарше. Эти вымышленные персонажи и крутят ручку допотопной мясорубки телевизионного вещания.

Они были выдуманы во Франции и разрекламированы известным публицистом Бернаром Пиво – ведущим одной из самых удачных телепередач Франции об искусстве – «Бульон культуры». Возможно, сам Пиво их и обозвал. Ведь это – фонетические трансформации (разумеется, франкоязычные) двух ключевых слов современного телевизионного катехизиса – *audimat* («одимат») и *parts du marche* («пар дю марше»). Первое обозначает механизм фиксации масштабов аудитории той или иной передачи (программы или канала в целом), второе – долю числа зрителей, приходящихся на ту или иную передачу, по отношению к общему количеству смотревших телевизор в данное время.

Теперь понятно, почему эти персонажи столь могущественны. Они способны выкинуть из эфира любую программу, которая им придется не по вкусу. Бернар Пиво – знаменитость, его «бульон» входит в число самых популярных передач о культуре, демонстрируется он по второму государственному каналу французского телевидения, но и здесь, и по отношению к нему жесткость Одиль и Гаспара (иронично представленных как супружеская пара) остается в силе. Ведь именно они устанавливают законы, по которым та или иная программа попадает в эфир в определенные дни, время суток или исчезает вовсе.

Какие здесь существуют «пороговые» значения?

В мировой практике они весьма различны. В качестве крайнего примера можно привести франко-германскую телекомпанию «Арте». Она вещает только в вечерние часы, но даже в «прайм-тайм» ее аудитория колеблется в узком промежутке между одним и двумя процентами. В наших условиях подобный канал давно был бы ликвидирован. Но в том и секрет, что «Арте» финансируется полностью из государственных бюджетов пока двух стран и призван обслуживать ту часть зрителей, которая не удовлетворена усредненным телевизионным вещанием. Потенциальный масштаб такой аудитории – от 3 до 7 %. «Арте» пока удалось отвоевать из них только половину, поскольку остальные либо не включают телевизор вообще, либо параллельно смотрят отдельные интересные программы и на других каналах.

На «нормальном» канале для сохранения эфира аудитория той или иной передачи не должна опускаться ниже 50 % средних показателей для данного кана-

ла, данного дня и времени. Самое трудное определить, какая передача заслуживает такую «фору», а какая – нет.

Тем временем интеллигенция, претендующая на монополию культурного дискурса, продолжает негодовать. Бернара Пиво можно понять. Его позицию разделяют многие деятели культуры на Западе и на Востоке. Но не считаться с супругами-садистами (садистами и по отношению к создателям передач, и по отношению к аудитории) нельзя... У нас соответствующих персонажей во всей их красе пока нету. Их изображают (и занимают их место) крошечные, но многочисленные (как водится, англоязычные) монстры – «рейтинги». Они бывают разные. Особую слегка скабрзную популярность в свое время получили «вялые» или «мягкие» рейтинги. Думаю, что такие ассоциации возникли у творческой общественности не случайно. Демонстративным «снижением» она стремилась смягчить травму систематического изнасилования.

Благодаря «рейтингам» отечественные телекомпании пытаются узнать сами (а чаще – доказать другим), кто, сколько и как их смотрит.

Нет ничего легче опровержения одних рейтингов ссылками на другие. В абсолютном значении они нередко расходятся до противоположного. Не столь давняя (правда, не очень громкая) перепалка, связанная с оценкой масштабов аудитории нового канала «REN-TV», тому наглядное свидетельство.

Но попробуем задуматься над тем, что же на самом деле могут обозначать рейтинги, как они соотносятся с Гаспаром и Одиль?

Сразу скажу, что и Одиль Мат – система электронного замера масштабов аудитории – не всесильна. Она не позволяет определить, смотрят ли телевизор на самом деле, слушают издали или просто автоматически включают, перебазируются на кухню, а перед уходом на работу забывают выключить. Не ясным остается и то, сколько членов семьи или их гостей находятся перед «ящиком».

Это ошибки механические. С «человеческим фактором» ситуация оказывается значительно сложнее. Не случайно многие отечественные социологи считают, что на нашей почве технически «чистые» методы вовсе работать не будут: как только люди узнают, что к их телевизорам подключен механизм, позволяющий определить, что они смотрят, как они тут же из чувства долга вовсе перестанут выключать аппарат и, памятуя о тесте на благонадежность, начнут отдавать предпочтение демонстрациям президента, правительства и парламентариев.

Под рейтингами у нас чаще всего (неправильно – их реальная природа та же, что и у Одиль) подразумеваются просто результаты социологических опросов. Большинство из них (особенно те, что проводятся систематически) касаются исключительно жителей Москвы (реже – Петербурга). И одно это уже сразу фаль-

сифицирует всю картину реальной телевизионной аудитории. Во-первых, в Москве больше, чем где бы то ни было в России, сам выбор программ, во-вторых, здесь принципиально иной по возможностям парк телевизионных приемников, в-третьих, вкусы москвичей, как показывают хотя бы результаты любых выборов, разительно расходятся с пристрастиями жителей даже Московской области, не говоря об отдаленных районах России.

Тем не менее и московские рейтинги в чем-то поучительны. Они показывают относительную величину аудитории той или иной программы или передачи, фиксируют «перетекания» зрительской массы с канала на канал. Проводя опросы по аналогичной выборке постоянно, можно определить, какого рода репертуар москвичи смотрели или стали смотреть больше, а какой – меньше. На этом основании можно делать определенные выводы и при формировании программ... регионального московского вещания (или, цинично, вещания национального, если для руководства того или иного канала имеет значение исключительно реакция в пределах Садового кольца). При этом абсолютные цифры лишены какого бы то ни было реального значения. Разовые опросы, охватывающие большие пространства, теряют всякий смысл, коль скоро их не с чем сравнивать.

Внутри каждого рейтинга высчитывается и доля аудитории, приходящаяся на передачу, программу или канал. Конечно, она имеет относительное значение только в пределах данного опроса. Сам по себе этот показатель даже более важен для определения успеха или неудачи той или иной передачи, нежели «прямой» процент аудитории от общего числа опрошенных, хотя он и меньше влияет на «первопричину» распространения замеров аудитории – рекламодателей. 5 % могут составить более половины всех «полуночников» и менее одной десятой общего числа телезрителей в «прайм-тайм». Тем не менее для оценки популярности той или иной программы сравнительные значения могут быть очень поучительными.

Важно и то, с кем и как конкурирует подвергнутая рейтинговой оценке передача. В одном контексте, по соседству с суперпопулярными программами соседних каналов, успешными можно считать единицы процентов, а в другом – на «пустом» фоне – для этого потребуются десятки.

Таким образом даже в нынешнем своем весьма сомнительном качестве рейтинги продолжают оставаться индикаторами успеха. Однако для того, чтобы понять, чем и как этот успех (или провал) генерируется, одних цифр, конечно, мало. Здесь может помочь лишь более детальный анализ типа передачи, ее характера и жанра, «имиджей» ее участников или исполнителей. Это уже задача исследовательская, а не сугубо прагматическая. Составителям программ ее решение,

как правило, не нужно вовсе, более того, оно рискует разрушить существующую систему координат. Ведь именно она создает распространенную иллюзию, что практики и так все знают (и потому так часто ошибаются).

Если существующая система рейтингов при соответствующей научной обработке может дать интересные и по-своему показательные результаты, то как практический инструмент оценки потенциальной эффективности рекламы она, строго говоря, не годится вовсе, хотя именно с этой целью – давления на рекламодателей – и используется.

Не годится она не только по внешним причинам, в силу широко распространенной фальсификации данных под нужные результаты, но и по причинам сугубо техническим: бессмысленности оценки абсолютных масштабов аудитории в силу несовершенства механизмов ее измерения и, что, пожалуй, самое главное, из-за особой организации потребительского рынка. Его особенности таковы, что основная часть денег сконцентрирована у исключительно небольшой части населения. Поэтому три «новорусские» семьи эквивалентны десяткам тысяч обычных граждан. Для того чтобы определить реальную покупательную способность аудитории той или иной телепрограммы, нужно проводить специальные «нерейтинговые» опросы, которые бы содержали данные не столько о количестве зрителей, сколько об их качестве, иными словами – о благосостоянии каждого из них.

Зная условный характер рейтингов и понимая, как сложна обработка результатов для того, чтобы определить, что же на самом деле происходит, телекомпании и рекламные агентства весьма откровенно фальсифицируют данные в борьбе против конкурентов. Возможности для этого чрезвычайно широки. Естественно, каждый из каналов работает на повышение собственного статуса в ущерб остальным. Первый, самый распространенный способ «возгонки», не связанный с какими бы то ни было опросами, – завышение размеров совокупной потенциальной аудитории канала.

Если технические возможности сигнала оказываются очевидно ограниченными, в ход пускаются легенды о распространении передач по региональным и местным каналам эфирного и кабельного телевидения, проконтролировать которые, учитывая масштабы страны, нереально. Далее вступают в силу механизмы ретрансляции на базе реальных или вымышленных спутников.

Наконец, из десятков продаваемых различными фирмами рейтингов фиксируются исключительно наиболее выгодные для себя значения. Я уже не говорю о тех весьма нередких случаях, когда публикуемые цифры берутся «с потолка»

или в ходе «редактуры» изменяются вплоть до противоположных по звонку издателя или контролирующего его конгломерата.

Идеалом в этом плане представляется создание «своей» социологической службы, которая будет давать только оптимальные рейтинги.

Но и эти данные на самом деле можно использовать для исследования телевизионных нравов и аудитории малых экранов. Зная, кто и в какую сторону трансформирует рейтинги, не сложно опять-таки получить не абсолютные данные, а сравнительную картину того, как меняется и распределяется телеаудитория. Разумеется, всегда полезным оказывается описание методологии опроса, того, каким именно способом получен тот или иной результат.

В качестве анекдотического примера здесь можно привести уже старые данные весьма серьезной французской службы «Медиаметри», которая, выполняя очередной заказ, «доказала», что недавно появившуюся в нашем эфире зарубежную радиостанцию слушает... более половины населения. Этот фантастический результат был «начислен» сугубо математическим способом: ежедневные замеры аудитории давали цифру от 7 до 10 %, данные за неделю (7 дней) суммировались и получалась искомая виртуальная реальность. Не надо быть особым специалистом, чтобы понять источник фальсификации: масса слушателей вовсе не обновлялась, а скорее повторялась ежедневно.

Еще большие парадоксы мы обнаружим при анализе программной результативности рейтингов. Если Одиль Мат и Гаспар Дюмарше хоть и безжалостны, но неподкупны, строги и справедливы, то «мягкий рейтинг» послушно сгибается при малейшем дуновении номенклатурных или коррумпированных сквозняков.

С одной стороны, есть программы, которые демонстрировались, демонстрируются и будут продолжать демонстрироваться абсолютно независимо от рейтингов. Вечной индульгенцией обладает официальная политическая пропаганда, впрочем, абсолютно не эффективная, если ее никто не смотрит.

На противоположном полюсе оказываются наиболее популярные программы, которые и борются между собой, завоевывая массы. Они сохраняют свое место, пока их много смотрят, и по экономическим и конъюнктурным обстоятельствам нередко «перепрыгивают» с канала на канал.

Наибольшие проблемы связаны со всей промежуточной зоной – теми программами, передачами, фильмами, аудитория которых подвержена значительным колебаниям, не всегда точно улавливаемым рейтингами. Здесь чрезвычайно много загадочного и практически не исследованного. В таких случаях необходимы и тонкие измерения зрительского внимания («запоминания» просмотренных передач), и фиксация вариаций аудитории, ее восходящей или нисходящей

динамики. Ведь известны случаи, когда программа, начав почти с нуля, за месяц-другой выходила в лидеры. И, наоборот, со временем аудитория многих некогда популярных шоу стремительно падала. Правда, если они и снимались с эфира, то по совсем другим причинам, хотя и со ссылкой на рейтинги.

Таким образом, Одиль Мат и Гаспар Дюмарше в нашем доморощенном варианте представляются не столько террористами, приводящими в ужас руководство каналов и службы программ, сколько наемными убийцами, услужливо выполняющими грязную работу. Без всяких на то объективных оснований они помогут уничтожить в мясорубке любую неудобную программу, а при необходимости захватят в свои виртуальные сети и могущественного рекламодателя. Они напоминают лису Алису и кота Базилио, работающих по указаниям очередного Карабаса-Барабаса с помощью не только мягкого, но и гибкого рейтинга.

Особенно четко это проявляется в эволюции кинопоказа на отечественном телевидении.

Комбинированный фарш: кино на телевидении

Кинофильмы с первых лет распространения ТВ составляли значительную и творчески и коммерчески ведущую часть телевизионных программ.

В «доброе старое время» собственно кино на телевидении дозировалось столь же (если не более) строго, как и в кинотеатрах, и все же было своеобразным эпицентром зрительского внимания. В этом своем качестве оно, на первый взгляд, не нуждалось в «культурной» протекции.

Сразу оговорюсь, что с точки зрения здравого смысла (и профессионального культуролога) массовая культура (в том числе, и телевидение и СМИ в целом) является неотъемлемой частью культуры, в современном мире – частью господствующей. Но это здравый смысл.

Позиция «просвещенной» части человечества и соответственно практика телевизионного вещания иная. Здесь культура делится на «подлинную» (классическую и экспериментальную) и «неподлинную» (псевдокультуру, антикультуру и т. п.). В соответствии с этим делением в программах вещания выделяется узкая щель для «культурно-просветительских» программ. Как я уже отмечал, по сложившейся в мире практике, они остаются в сетке при условии достижения 50 % от среднего рейтинга канала в соответствующее время. Правило – это неписаное, но оно составляет часть культурной политики – классическое и экспериментальное искусство получает своеобразную «фору», способствующую если не воспитанию, то хотя бы просвещению публики.

Какой предстает в этом контексте историческая эволюция кинопоказа на отечественных телевизионных экранах?

С ослаблением цензурных запретов прорыв «колбасного фарша» (знаменитого высоким содержанием бумаги) на малых экранах был менее впечатляющим, чем на больших, где секс и насилие (в самых дешевых примитивных вариантах) стали безраздельно господствовать. Связующим звеном здесь служили пиратское видео и кабельное ТВ, кормившие тем же месивом.

Когда бойкот нашего рынка со стороны крупных американских компаний прекратился, стало очевидно, что драма кинопосещаемости состояла не столько в низкопробности репертуара, сколько в недифференцированности предложения и вкусов потенциальных зрителей. Когда крупные произведения современного зрелищного массового кино, чемпионы мирового проката попали на наши экраны, они не только не вернули зрителей в кинотеатры, но и проиграли в конкуренции с барахлом. Печальные результаты этого процесса общеизвестны.

проникновение зарубежного кино на наши телеэкраны было постепенным и поэтому менее болезненным. Даже барахло здесь было (и остается) качеством повыше, поскольку самые низкопробные варианты все-таки нецензурны.

Качественная же продукция первоначально отпускалась нам по хронологии, поскольку американцы наивно полагали, что на шестой (ныне седьмой) части мира будут работать те же закономерности, что и в других местах.

Первой ласточкой стала голливудская киноклассика на ТВ-6, тогда еще локальном и мало кому доступном канале, совместном детище Сагалаева и Тернера. Было особенно обидно, когда среди серийной продукции появлялись действительно выдающиеся произведения киноискусства 30–50-х годов, никому здесь не известные и никем не замечаемые (разве как образ вражеского проникновения). Канал никак не помогал абсолютно неграмотному в этом плане зрителю. Откуда последнему было знать, что ему показываются шедевры, по своему культурному значению сопоставимые с «Сикстинской мадонной», «Войной и миром» или музыкой бывшего тапера Шостаковича? Одно чудо «опознания» шедевра минувших лет все же произошло, но не на малом экране, а в кинотеатрах в то время, когда туда еще ходили зрители. Официальная премьера «Унесенных ветром» стала фактом культурной жизни страны, но ее эффект, к сожалению, не распространился на последующие шаги Теда Тернера по нашей земле.

С уходом с отечественной сцены знаменитого плейбоя ТВ-6 нашел свою нишу в семейной и молодежной развлекательности.

Аналогично – от романа до развода – развивались отношения РТР с фирмой Дисней и «Останкино» – с «Коламбией».

Формула сочетания просветительства и развлекательности была найдена накануне столетия кино, когда на короткий период киноклассика получила права гражданства сначала на втором, а потом и на первом каналах. Оказалось, что ее аудитория у нас значительно выше, чем в западных странах, где это уже отработанный материал.

Пришествие НТВ с его откровенной ориентацией на политические новости и качественное кино явилось первым шагом к превращению вещания (по чисто экономическим причинам) в своеобразный кинотеатр повторного фильма, с той лишь разницей, что для нашей аудитории зарубежная классика, в отличие от отечественной, была вовсе не «повторной».

Уже тогда наблюдатели почувствовали первые признаки своеобразной инфляции: обилие высококачественных фильмов (до 10 в неделю) утомляло зрителей так же, если не больше, чем поток макулатуры.

В нарастающей конкуренции, особенно с приходом новой «команды на ОРТ, обнаружили и парадоксы. В условиях отсутствия систематической работы со зрителем выяснилось, что наибольшей популярностью пользуются уже известные произведения минувших десятилетий, в первую очередь, конечно, отечественные (Гайдай здесь был и остается абсолютным чемпионом), а из зарубежных – бывшие чемпионы нашего кинопроката (Фантомасы и Анжелики). Лишь они могли в известной мере конкурировать с «главными» сериалами латино- или просто американского происхождения.

В результате разрушались многие стереотипы: «старое» и черно-белое кино оказалось вполне конкурентоспособным, а вот среди недавней продукции, за исключением нескольких качественных «боевиков», дешевый ширпотреб неизменно выигрывал у достойных произведений даже популярных жанров. Что уж там говорить о произведениях более сложных, поисковых. Они неумолимо вытеснялись за полночь в «кино не для всех».

Как и следовало ожидать, изобилие выдающихся западных лент (другие регионы были и остаются на далекой периферии вещания, если показываются вообще) вскоре прекратилось. Фильмы закупались «пакетами», где на два-три шедевра приходились тонны трудно удобоваримого фарша, который тоже надо как-то сервировать зрителю: ведь не зря деньги плачены.

Вот тут-то и сказались издержки а-культурности кино: малограмотный вещатель, ориентируясь на предпочтения неграмотного зрителя и узко понятую экономическую целесообразность, стал повторять ошибки кинопрокатчиков и отдельные шедевры, вынесенные на первый план в год столетия кино, вновь стали тонуть в потоке посредственности (если не хуже).

Сила кино обернулась его слабостью. «Седьмое искусство» оказалось на стыке «массовой» и «немассовой» культуры. Отсюда и особые возможности, которые открывало его профессиональное использование в формировании телеаудитории. Казалось бы, именно здесь легче всего показать относительность членения культуры «по вертикали» и дать «зеленую улицу» произведениям высокого художественного уровня. Ведь многие из них потенциально способны собрать у телеэкранов массовую аудиторию. Для этого всего лишь надо каким-то образом «выделить» выдающиеся произведения из общего потока вещания и подтвердить (и объяснить зрителю) их высокий культурный статус.

Кино как явление культуры имеет свои институты, традиции, реликвии, от Китайского театра в Лос-Анджелесе до Каннского фестиваля. Некоторые из них муссируются в контексте шоу-бизнеса (личная жизнь «звезд», фестивальные скандалы, трагические происшествия на съемках...), другие остаются достоянием культуры, частью духовного наследия нашего века.

Многое здесь зависит от манеры подачи материала. Скажем, «отчеты» о фестивалях – чуть ли не единственная форма знакомства с произведениями, получившими высокую оценку. Единственная, потому что большинство из них ни в прокате, ни на телевидении показаны никогда не будут. Выигрышные фрагменты, беглый комментарий, эффектные фразы и не всегда грамотные обобщения запутывают зрителя, и в памяти остается мельтешение очередной тусовки.

Как-то я предложил одному из ведущих каналов цикл передач по истории Каннского кинофестиваля, но не самих по себе, а с показом фильмов-лауреатов. Цикл был задуман как своеобразный синтез исторического, культурологического и зрелищного подходов, раскрывающий через фестиваль особенности общественного резонанса выдающихся произведений киноискусства. В ходе обсуждения выяснилось, что, с точки зрения вещателя, интерес представляет исключительно светская хроника. Нужны «звезды» и более никто («Кого все остальное интересуется?»). В результате проект не был осуществлен (да в таком варианте он и неинтересен), фильмы были показаны в различных традиционных рубриках и, разумеется, прошли незамеченными. Их культурный потенциал остался нереализованным.

Я с трудом себе представляю аналогичные аргументы в приложении к «более уважаемому» художественному материалу. К примеру: «Зачем нам разговоры о музыке? Зрителю интересны исключительно особенности интимной жизни Ростроповича с Вишневецкой». Действительно, интересны и, вероятно, больше, чем игра на виолончели или арии из опер. Но ведь язык не повернется ска-

зять эту правду. Что дозволено Юпитеру, то не дозволено быку. Так кинематографу и оставаться в образе быка, дабы невдомек было, что бык и есть Юпитер?

Действительно, просветительские и «культурные» программы, пусть оттесненные на глубокую периферию рекламой жвачки и прокладок, шоу и играми, включают в себя размышления о культуре и интеллигентности, литературе и изобразительном искусстве, театре и музыке, но только не о кино. Возвращение Третьяковки и симфонические тайны (ограничиваясь ОРТ) не имеют аналогов по отношению к искусству экрана.

О кино на телевидении, конечно же, говорят, но фигурирует оно почти исключительно как элемент рекламы, скандальной хроники или шоу-бизнеса. Оно вписывается в «а-культурный» контекст. Программно «не-культурным» (чтобы не сказать «антикультурным») поэтому оказывается и кинопоказ. Ведь не случайно из сетки вещания были постепенно вытеснены программы, ставившие перед собой задачу «окультуривания» демонстрации фильмов: «Музей кино», «Век кино», «Киномарафон». Они «мешали» вовсе не низкими рейтингами. Даже «Музей кино», пока его не убрали за полночь, смотрели больше, чем обзоры музейных коллекций или симфонические концерты. Но последним – уважение и еженедельная периодичность, а «Музею кино» – неоднократные переименования (то «шедевры...», то «сокровища старого кино») и ликвидирующая программу для аудитории ежемесячность.

Т.е. в рамках «культурного вещания» Наум Клейман был бы вполне конкурентоспособен. Но в том-то и дело, что, по мнению составителей программ, кино (в отличие от «серьезной» музыки, литературы или живописи) в культуре не место. Клейман должен конкурировать не с Юрием Лотманом и Виталием Вульфом, а с «Тихим домом» Сергея Шолохова или легендарным «Музобозом». На территории шоу-бизнеса его поражение неизбежно.

Так вид искусства, произведения которого поддаются телевизионной ретрансляции полностью и с минимальными искажениями, более того, и так составляют значительную часть репертуара, целенаправленно лишается статуса художественной ценности. Не случайно размножение программ о кино на всех каналах шло параллельно исчезновению последнего в классическом кинотеатральном варианте из культурной практики основной массы населения. Нынешний кризис кинопоказа на телевидении – также своеобразная расплата за вывод кино за рамки культуры, а возрождение театральной демонстрации – свидетельство жизнеспособности культурного дискурса, его приспособления к той или иной мясорубке. Дополнительный пример тому дает стремительное расширение и дифференциация телевизионного вещания.

Может ли зритель овладеть мясорубкой?

В дополнение к горизонтальной программе передач определенного канала со временем появилось, развернулось и стремительно нарастает вертикальное сочетание множества каналов. Привычная синтагматическая структура стала существовать в достаточно сложном парадигматическом контексте, в рамках которого современный зритель волен выбирать то, что ему наиболее импонирует.

Появление дистанционного управления телевизорами породило и специфическую форму творчества – так называемые «zapping», позволяющий создавать новое произведение экрана путем записи самого процесса переключения каналов и фрагментов передач, существующих виртуально в эфирном пространстве или в пространстве кабельном, но аранжируемых уже по воле телезрителя, как правило, в результате случайных сопоставлений и сочетаний, не предусмотренных, в отличие от программы определенного канала, самими вещателями.

Zapping – быстрое переключение с канала на канал – одна из тех чисто телевизионных игр, которая обычно как таковая не осознается. Возникла она с появлением дистанционного переключателя и еще на экспериментальной стадии вместе с видеомагнитофоном дала базу для новой формы творчества. Эффект получался разный – от трагикомического до чисто фарсового, но в нем всегда присутствовал элемент непреднамеренности, случайности, созвучный новейшим представлениям об организации и функционировании мироздания.

В основе игры как чистой самодовлеющей формы деятельности, как правило, лежит суровая необходимость: в данном случае включения (или переключения, если каналов более одного) аппарата вещания. При этом предполагается разное содержание программ, на чем основана телевизионная конкуренция. С размножением каналов и увеличением объема рекламных вставок прикладная функция выбора сначала осложняется (переключение заменяет или дополняет знакомство с печатной или устной программой передач), а затем (при 100–150 каналах) пропадает вовсе. Здесь-то и возникает «искусство для искусства», когда для авторов «клиповое» мышление сменяет традиционное понятие «произведение» (экрана), а для зрителей zapping сменяет просмотр.

Если телевизор можно оставить включенным, не смотря (и даже не слушая) его, то zapping, как и всякая игра, требует определенной степени активности, сотворчества всех участников, в том числе и аудитории. Именно последняя, а не вещатели (и тем более не авторы отдельных передач), создает метапроизведение в виртуальном пространстве телевизионного вещания как целого (эфир + спутник + кабель=?).

Здесь можно возразить, что до этого мы еще не докатились. Тем интереснее проследить отдельные промежуточные этапы zapping'a отечественного розлива.

В период глобального государственного (центрального) телевидения дистанционное управление было редкостью, зато общее управление всеми каналами – правилом. Мы смотрели одно большое телевидение, почти независимо от того, сколько каналов можно было принимать в том или ином регионе. Местное вещание (там, где оно существовало), конечно, отличалось от центрального. Поскольку оно, как правило, не располагало своим каналом, то zapping как бы включался в структуру самого вещания: «центральные» передачи на время вырубались, а включались местные, построенные по аналогичным принципам, но на провинциальном уровне (эта система, как ни странно, во многих местах существует и поныне).

Глобальными камертонами были программа «Время» и новогодний «Огонек», символизировавшие двух китов – серьезность и развлекательность.

Первыми нарушили завидное единство кабельщики. Потоки пиратской продукции – американских «боевиков» и европейской эротики – разительно отличались от эфирного вещания, еще остававшегося централизованным. Переключение каналов на территориях кабельного расцвета приобретало особый смысл – зритель менял миры обитания, а результаты межканального монтажа между официозом и мафиозом становились весьма парадоксальными и поучительными. Тут-то и появились у многих из нас, зрителей, импортные телевизионные приемники и вместе с ними пульты дистанционного управления.

Видеомагнитофоны (чаще даже плееры) в те кажущиеся далекими годы редко использовались для записи с экрана телевизора (и уж тем более для zapping'a). Они были кинотеатрами – домашними или публичными, раскрывающими запретные доселе плоды. Тут господствовала еще более тотальная унификация, чем в эфирном вещании, которое к тому времени начало потихоньку дифференцироваться.

Правда, различия редко улавливались при прямом переключении каналов. Они не были стилистическими, жанровыми или содержательными. Они были политическими и при zapping'e почти не улавливались. Первый и второй даже в период их идейного противоборства были как близнецы-братья. Сначала свой образ удалось создать каналу «2+2», затем – НТВ, но и тот и другой были загнаны в гетто определенных часов. Разительно отличался от других ТВ-6 в период содружества Сагалаева и Тернера. Даже на мгновение оказавшись там, зритель попадал в другой мир – мир голливудской классики, практически не знакомой совет-

ской аудитории и потому вдвойне чуждый. Интерьеры 30–50-х годов, подчеркнутое цветodelение, правильно положенный грим актрис, условность страстей и замедленный ритм контрастировали и с боевиками кабельного ТВ, и с потоком основных каналов.

Думается, что взгляд большинства зрителей все же останавливался на другом, хотя и чем-то похожем материале, – старом жанровом советском кино, как правило, черно-белом и, в отличие от тернеровской коллекции, узнаваемом. Но это не было опознанием образа канала, ибо, пусть неравномерно, но отечественная киноклассика показывалась всеми, поскольку была и доступна и все более и более популярна. Даже московские рейтинги (что же говорить о провинции!) показывали безусловное превосходство хорошо знакомого старого перед плохо перемолотым и разжеванным новым.

Пришла пора сериалов, сначала латино-, затем просто американских. Здесь zapping замедлялся – персонажи узнавались сразу, а вот для понимания «куска» фабулы нужно было время. К счастью, сюжеты были настолько похожи друг на друга, что плачущие богатые без труда брали «реванш» и въезжали в позднейшую Санту-Барбару. Zapping терял свой смысл, поскольку при любой последовательности переключений в вечернее время зритель оказывался в плену одних и тех же ситуаций и коллизий.

В свое время Юрий Ханютин и Майя Туровская сделали телефильм о звездах экрана для болгарского (sic!) телевидения. В его сценарии был такой эпизод (не знаю, был ли он реализован, поскольку самой передачи не видел): Джеймс Кэгни появлялся на экране во фрагментах из разных фильмах 30-х годов в роли то гангстера, то полицейского, то агента ФБР, то преследуемого, то преследующего...

Zapping по нашим каналам за последнее десятилетие постепенно приблизился к этому идеалу, только место Джеймса Кэгни заняли Чак Норрис и Леонид Якубович. Поскольку до монополизации отечественных «звезд» конкретным каналом дело пока не дошло, то они более или менее свободно курсируют по виртуальному пространству, придавая ему единство, но лишая многообразия.

Пришествие рекламы эту ситуацию только усугубило. Фирменный знак канала остался единственным различием между гигиеническими средствами. Никакие прокладки не помогают реанимировать творческий характер zapping'a – все каналы, старые и новые, безнадежно похожи друг на друга.

В чем же дело? А дело в том, что все они стремятся работать на некую усредненную «аудиторию вообще», парадоксально вычисляемую по экстраполированным московским псевдорейтингам. В результате каждый канал отказывается от возможного собственного своеобразия и безудержно конкурирует

с соседями... подражая им. Совокупная аудитория телевидения в результате сокращается, поскольку все больше и больше групп зрителей оказываются за бортом усредненного вкуса. Zapping из монтажа аттракционов превращается в жвачку.

Какова в этом плане ситуация в других странах? Здесь также разнообразие безжалостно нивелируется стандартными ситуациями. Поскольку отечественное ТВ в последнее время носит исключительно не творчески самостоятельный, а подражательный характер, то наш экранный облик стал очень похож на всех остальных. Если, как в гостиницах международного класса, к ОРТ, РТР и НТВ подключить ведущие каналы Европы и США, то zapping даст те же результаты – отдельные фрагменты будут отличаться лишь языком вещания – даже реклама одна и та же.

Исключение составляют лишь тематические или отдельные экспериментальные каналы типа нашей «Культуры» или уже упоминавшейся франко-германской «Арте». Первые нацелены на универсальную аудиторию, но на определенный спектр ее интересов, как правило, музыку, кино, спорт или новости. Отсюда успех CNN, распространение кино- и спортивных каналов (или их комбинации в платном ТВ, как, например, в Canal+). В последнем случае zapping натывается на препятствие – закодированность, ограничивающую свободу творчества зрителей.

Не берусь судить, насколько первые шаги отечественного спутникового и платного ТВ усилят разнообразие вещания (и соответственно творческие возможности zapping'a). Пока этого не происходит, поскольку, к примеру, киноканалы мало чем отличаются от каналовэфирных, так как последние уже и так превратились в филиалы кинотеатров повторного фильма (не случайно исчезнувших из обихода).

А для целевой направленности на конкретные группы зрителей, по-видимому, нужно значительное увеличение числа каналов, которое сегодня технически вполне осуществимо.

Пока же ключевой остается проблемы «имиджа», зрительного и содержательного «образа» каждого канала, без которого вещание превращается в многократное зеркальное отражение одного и того же с легкими вариациями. Если специфика – творческая, а не политическая – будет, не говорю найдена, хотя бы нащупана, zapping вновь сможет обрести свой собственный художественный потенциал и стать наконец полноправной частью отечественной культуры.

Игры в мясорубке

Далее в процесс рубки мяса и переработки культурного дискурса вторгается новый элемент – интерактивность, взаимодействие зрителя с изображением, которое в значительно большей степени присуще мониторам компьютеров, нежели экранам телевизионным. Тем не менее важнейшая форма этого взаимодействия – видеоигры появилась одновременно в нескольких вариантах: от портативных игрушек до сложных приставок к телевизорам или игр компьютерных, которые объединяла одна общая черта: тем, что происходит на экране, управляет зритель с помощью клавиатуры, тем самым изменяя порядок событий, судьбу героев и пытаясь добиться успеха лишь одному ему подвластными способами. Таким образом, нож мясорубки оказывается в руках не у создателя, а у потребителя и придает каждому фаршу свой неповторимо индивидуальный вкус.

В данном контексте нас будет интересовать вопрос о взаимодействии игрового пространства, самой специфики игры и игровой деятельности с экранной культурой и с экранным искусством. Активизация этого взаимодействия, произошедшая в последние годы, позволяет говорить о том, что мы переходим к новому этапу экранной культуры, который называют интерактивным.

Одна из ярких форм наступающего этапа – это интерактивное телевидение, т. е. телевидение, основанное на взаимодействии зрителя с телевизионным экраном, на активном вторжении зрителя в то, что он видит на телевизионном экране.

Переключение каналов – простейшая форма взаимодействия, простейшая форма интерактивности. Но есть и более сложные формы интерактивности, которые также использует телевидение. Одна из наиболее распространенных форм интерактивного телевидения – телешоппинг, торговля на расстоянии, особое распространение получившая благодаря всемирной компьютерной сети «Интернет».

Интерактивное телевидение включает в себя момент игры, есть игровые формы интерактивного телевидения, когда человек получает какую-то информацию и делает это не ради самообразования, а для собственного удовольствия. А есть интерактивное просветительское телевидение, которое вовсе не игра. С другой стороны, в современное образование все чаще вторгается элемент игры, особенно в начальной школе, где детям и подросткам лет до 13–14 стараются внушать многие чисто образовательные ходы в игровой форме, чтобы это легче усваивалось. Но тогда главной целью становится образование, а игра – только предлог, только облегчение для учащихся.

Между образованием и игрой нет стены, но есть вещи преимущественно образовательные, не использующие игры или использующие их лишь в какой-

то степени, и есть вещи преимущественно игровые, в которых образование идет как бы само по себе. В качестве примера можно привести организационно-деятельностные игры. С одной стороны, это игры, с другой – они имеют прикладные цели: разработку модели развития того или иного региона, той или иной организации, или, в наиболее сложной форме, саморазвитие участников. И, на самом деле, в этих играх саморазвитие участников бывает более ценным, чем поставленные конкретные задачи, хотя бы потому что конкретные задачи, как правило, не решаются или решаются неправильно. А вот саморазвитие имеет абсолютную ценность.

Возникает вопрос: каким будет интерактивное телевидение и будет ли оно вообще? Сам термин очень модный, но он предполагает своеобразное слияние телевизора и компьютера. Если для телевизора и для нашего общения с телевидением такого рода взаимодействие необычно и единственная форма более или менее принятая – телеигры, т. е. игровые приставки к телевизору, то для компьютера это является нормой. С помощью компьютера, общаясь с компьютером, пользователь постоянно что-то делает, что-то выбирает, набирает, каким-то образом взаимодействует с ЭВМ, находится в состоянии общения с экраном, изменяя то, что на нем происходит.

Собственно говоря, работа зрителя у телевизора заключается в том, чтобы сидеть, смотреть и не заснуть, а работа пользователя у компьютера – сидеть и, делая что-то руками, смотреть, что получается. На экране монитора можно рисовать, писать тексты, играть, делать многое другое, но при этом от человека всегда требуется некоторая активность.

Компьютерные технологии в этом плане пошли намного дальше, чем телевизионные. Именно «персоналки» внесли в нашу жизнь электронную почту и Интернет.

Правда, здесь возникают новые парадоксы. В одном английском журнале была опубликована карикатура – сидит человек, уставившись в компьютер, а его жена, оглядываясь из кухни, говорит: «Он только что отдал четыре с половиной тысячи долларов для того, чтобы подключиться к информационной сети “Интернет”, и теперь несколько часов думает, какую бы информацию ему получить».

Выбор труден еще и потому, что человечество переходит от ситуации ограниченного выбора (6 каналов, 50 каналов) к выбору неограниченному, значительно превышающему не только потребности, но и возможности человека, в том числе психические. Если у тебя 6 каналов и телевизионная программа, довольно легко выбрать, что ты хочешь смотреть. Если у тебя 50 каналов, то ты начинаешь уже думать над тем, что у тебя не хватит времени прочесть всю про-

грамму и при этом выбрать, да еще и найти время, чтобы все это реально посмотреть.

А если 150 тысяч каналов? Что с этим делать? Каким образом выбирать из 150 тысяч каналов?

А если вообще найдется один канал – к примеру, сайт Интернета, – по которому ты можешь заказать любой фильм, сделанный когда-либо в мире? В мире каждый год снимается более 6 тысяч только игровых фильмов – всего за 100 с лишним лет порядка миллиона. Либо ты будешь постоянно заказывать те пять фильмов, названия которых помнишь (но тогда зачем тебе такие огромные возможности?), либо будешь наугад смотреть все, что попало, либо тебе нужно пользоваться каким-то определенным методом для того, чтобы найти, что именно тебе нужно: с определенным ли актером, определенного жанра, периода, страны производства.

Сейчас возможности зрителя ограничены и в том, что касается языка вещания. Уже завтра языковой проблемы не будет, так как нужные данному зрителю субтитры будут по мгновенному заказу печататься на любой текст и на любой фильм, который ты получишь из базы данных, которая тебе будет предложена. Но опять-таки возникает вопрос: а каким образом в эту базу данных входить и каким образом, на каких основаниях и что искать?

Эта проблема встает и в связи с библиотеками. Скажем, в США библиотеки соединены единой компьютерной системой, и ты можешь заказать себе любую книгу через домашний компьютер. 90 % людей, пользующихся этими библиотеками, – специалисты, т. е. они знают литературу по своей специальности, либо учащиеся, тогда преподаватели им говорят, какую литературу по какому предмету они должны заказать, прочесть и т. д. Неспециалисты и неучащиеся составляют всего 10 % пользователей этой компьютерной сети.

Естественно, что движущей силой этой интерактивности с помощью компьютеров будут какие-то специалисты, но в идеале она должна охватывать всех и служить индустрии развлечений, освоению свободного времени в не меньшей, а в большей степени, нежели той или иной форме профессиональной деятельности.

Таким образом, этот новый этап, на который сейчас выходит и кинематография, и телевидение, и видеокомпьютерные системы, оказывается ведомой с помощью компьютеров. Первыми идут компьютеры, потом за ними – телевидение, а по стопам телевидения следует кинематограф. Еще 20–30 лет назад все было наоборот: кинематограф был на первом месте, за кино следовало телевидение, а далее – компьютеры, хотя и несколько другим путем. В этой новой тех-

нической и содержательной революции вопросы интерактивности, взаимодействия и игрового начала (это легко заметить, следя за телевизионными программами) будут играть все большую и большую роль.

Игровой элемент может моделироваться создателями. Но тогда аудитория носит не конкретный, а абстрактный характер. Есть кивки в зал, есть так называемые *a parte* в театре, когда актер поворачивается и начинает напрямую говорить со зрителями. Иногда зрители втягиваются в игру и, наблюдая за ней, тоже начинают подыгрывать. А есть произведения, которые не содержат игрового элемента, например, живописные полотна.

Возникает вопрос: насколько трансформируется при возникновении интерактивных экранных форм само наше представление об искусстве, о художественном творчестве? Не станет ли творчество достоянием всех, ведь любительские видеокамеры доступны всем, и каждый может снять фильм. Другое дело, какого качества он будет. Не будет ли вмешательство аудитории в то, что происходит на экране, из исключения превращаться в норму? Ведь сценаристы уже задумываются над тем, не стоит ли начинать писать сценарии с многовариантным развитием сюжета, чтобы в больших сериалах типа «Санта-Барбары» зрители могли голосованием решать, что должно произойти дальше.

Есть уже несколько российских кинематографистов, лелеющих идею запустить какой-нибудь сериал, а потом в определенный момент запросить зрителей, чего же они хотят: чтобы он женился на ней или, наоборот, чтобы они разошлись, чтобы поймали контрабандиста, или, наоборот, его никогда не поймали, и будет сниматься то продолжение, за которое проголосует большинство.

Если задуматься, в массовой культуре сценарий и сегодня диктуется «большинством голосов» – продюсер, а за ним и сценарист и режиссер пытаются угадать, что больше всего понравится зрителям и заставит их вынуть деньги из кармана или включить телевизор.

Если же в перспективе будет сниматься несколько вариантов развития событий и ты сможешь нажатием кнопки выбрать нужный, то эта интерактивность сломает или, во всяком случае, сильно изменит характер художественного творчества. Само написание сюжета, сам характер работы с сюжетом тем самым захватит совершенно новый пласт продукции, сближающий игровое кино и телевидение с видеоиграми. Насколько это будет так, решать не нашему поколению, а людям, которые сегодня только приходят к общению с кинематографом, телевидением, видеоиграми и всякими прочими техническими и коммуникативными новинками, которые для нас еще лишь экзотические новшества.

Сегодня игра стала занимать одно из первых мест в экранной культуре потому, что игровой деятельности в быту стало недостаточно, и она технически разрослась в разные стороны. Лет 20 тому назад никому и в голову не приходило, что наиболее популярные передачи на телевидении будут игровыми, а главным занятием будут видеоигры. 20-30 лет тому назад все думали, что главное на телевидении – это хроника и разговорные передачи, а главное в общении с электронной техникой – это просто вычисление. Раньше, например, зрелищное начало, эффектные съемки в кинофильмах более привлекали народ, чем возможность пообщаться к видеоиграм. Как долго игра будет занимать ведущее положение в экранной культуре, сказать трудно. Думаю, что, может быть, и недолго, потому что в жизни, при том что игра имеет огромное значение, она не занимает ведущего места. Хотя есть теории игр, которые говорят, что вся наша личная жизнь – есть игра. Тогда начинают говорить о любовных играх, о социальных играх, политических играх, карьерных играх. Тогда – весь культурный дискурс – игра, границы игры исчезают, и она теряет всякий смысл. Если игру конкретно ограничить, то тогда в экранной культуре ведущее положение игры – вещь временная. Но, думаю, что временная еще на лет 10–15–20. Сейчас только-только игра перевесила зрелище, и уже снова соотношение между зрелищем и игрой меняется.

Фарш глобальный

Считается, что переход к интерактивному телевидению и конвергенция телефонной связи, телевизионной и компьютерной техники будут завершены в ближайшее десятилетие. Т.е. уже в начале XXI века будет ясно, что из тех футурологических прогнозов, которых сейчас довольно много, будет ассимилировано культурой, а что нет.

В перспективе уже маячит призрак так называемой виртуальной реальности – реальности, которая не существует, но дается тебе в ощущениях. В фантастических фильмах давно уже показывается, как на человека надевается каска и перчатки, и он начинает непосредственно видеть и переживать то, что ему подается на сенсоры этой самой каски и перчаток; вмешиваясь в эти события, он может нарушить или восстановить равновесие в реальной жизни. Это представление будущего, где сам экран исчезает (а затем отпадает необходимость и в каске с перчатками) и экранная культура, саморастворяясь, приобретает иной смысл, где нынешние запреты на передачу ощущений, запахов, всего того, что кино и ТВ в паре с компьютером передать не могут, снимаются, стирается грань между реальным и воображаемым, поскольку и то и другое дано человеку в ощущениях.

Я бы не взял на себя смелость самоуверенно утверждать, что вторжение виртуальной реальности в нашу повседневную жизнь еще не столь близко и во всяком случае нынешнее поколение это вряд ли непосредственно затронет. Ведь то же самое утверждали в ЦК КПСС и КГБ на рубеже 70-х и 80-х годов относительно бытового видео.

В результате видеореволюция застала их врасплох. Интерактивное телевидение и видеокомпьютерные системы уже сегодня есть и завтра будут повсеместно распространены, в том числе и у нас.

Коллективные игры, бои и столкновения с несколькими участниками, использующими клавиатуру или джойстик, превращают экранное пространство, как и пространство культурное, в арену единоборства с непредсказуемым заранее результатом и бесконечным числом вариантов. Возможность для этого предоставила технология оцифровки звука и изображения, которая сняла существенные различия между экранами телевизоров и компьютеров, а в перспективе дает возможность моделировать реальность и переносить изображение на киноплёнку.

Тем самым завершается поворот на 180 градусов от эффекта достоверности, обусловленного якобы невозможностью манипуляции с изображением в условиях господства фотографических технологий, до глобальной манипуляции, позволяющей реконструировать и делать достоверными самые невероятные сочетания.

Наиболее широко известные и популярные примеры такого рода кулинарии дает включение игровых персонажей в документальные кадры с участием реальных знаменитостей, в первую очередь политических деятелей. Этот прием широко используются в фильмах разных жанров и разных стран. Оцифровка, оказываясь глобальной мясорубкой, одновременно становится механизмом комбинирования фарша в котлеты самых разных конфигураций, которые обладают большей удобоваримостью или привлекательностью для потенциальных потребителей, чем просто куски реальности.

Отсюда всего один шаг до Интернета – всемирной паутины, улавливающей мух культурного дискурса и стимулирующей переход от интертекста к гипертексту, сочетающему различные парадигматические ряды и дающему возможность значительно более широких пространственных и временных скачков от одного типа текстов к другому. Хотя при нынешнем уровне техники сам процесс перехода от сайта к сайту требует определенного времени и тем самым отличается от мгновенности zapping'a, в перспективе благодаря ускорению в связи с внедрением новых типов несущих информацию элементов монтаж, причем

монтаж мгновенный, будет приобретать все большую и большую оперативность, чистоту и незаметность «перескока» для стороннего наблюдателя.

Фантасты же разрабатывают новую жилу: создание супермощных компьютеров на основе квантовой механики и связанных с этим превратностей телепортации (непосредственного переноса тел в пространстве или во времени). Особую достоверность этим прозрениями придает именно экран.

Так эффект реальности аудиовизуального образа превращается в механизм глобальной фальсификации, который в свою очередь приобретает облик стопроцентной достоверности. Само наше окружение и его восприятие будут естественно изменяться и уже изменяются под воздействием новых форм экранных коммуникаций, которые моделируют психические процессы, быть может, более полноценно и последовательно, нежели нам кажется. Уже сегодня мы живем в мире экранных образов в большей степени, чем в самой жизни, что касается и поступающей к нам информации (в количественном плане — это бесспорно), и эмоционального воздействия на психику миллионов людей. Есть исследователи, которые оценивают этот процесс и его результаты пессимистично, говоря о видиотизме или о том, что компьютеры воспитывают дебилов. Но вспомним, что еще Сократ не без оснований критиковал сам факт появления письменности за то, что возможность записывать свой опыт лишит человека необходимости тренировать память и воображение. Хотя великий грек был по своему прав, хотя мясорубка экранной культуры, в стихии которой вольно или невольно оказывается каждый современный человек, многим кажется метафизическим злом, бесспорно также и то, что она значительно расширяет коммуникативные возможности людей и тем самым повышает вероятность согласования культурных дискурсов в ходе их превращения в фарш глобальной массовой культуры.

Цит. по Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса / К.Разлогов // Экранная культура. Теоретические проблемы / Отв. ред. К.Э. Разлогов. – СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. – С.9–38.

Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе

С.15. Сложность мультимедийных систем определяется, с одной стороны, тем, что она включает в себя совокупность радио-, кино-, телевизионных и компьютерных каналов и глобальные информационные сети такие, как Интернет, Интрапет, Экстранет, обладающие огромной целевой аудиторией и силой воздействия на нее. С другой стороны, она отличается многопараметричностью и многофакторностью, которая отражается в ее структуре, где:

- элементом мультимедийной системы является конкретная ТВ программа, web-сайт и пр.

- конгломератом является группа независимых разнородных ТВ программ и web-сайтов, работающих на одну функцию (познавательную, развлекательную, образовательную), т. е. разные мультимедийные продукты, создаваемые разными творческими группами;

- блоком являются ТВ каналы, небольшие локальные, региональные провайдеры, взаимосвязанные друг с другом и способные подчинить себе другие элементы и конгломераты, объединенные единой задачей, участвующие в автоматической, оперативной и тактической регуляции;

- подсистема включает в себя объединение ТВ каналов, крупные общенациональные провайдеры, работающие: на единую цель, выполняющие определенные задачи и обеспечивающие деятельность системы, в том числе за счет управления блоками как непосредственно, так и опосредованно, через другие подсистемы, с которыми они связаны, повышая, таким образом, надежность функционирования всей системы в целом;

- система представлена мультимедийной системой, которая включает управление и целостную регуляцию, направленную на конкретный результат, определенные цели и задачи.

Становление мультимедийной системы и ее развитие невозможно рассматривать вне связи с другими системами — искусством, культурой, обществом. Мультимедийная система обладает многочисленными функциями - она информирует, воспитывает, социализирует, коррелирует (объясняет, интерпретирует и комментирует смысл событий и информации), осуществляет преемственность национальной культуры и поддерживает толерантное отношение к другим культурам, мобилизует отдельную личность и общество в экстремальных ситуациях, развлекает.

С.21-22. Современные мультимедийные системы имеют ряд общих, типичных недостатков, из которых особо следует подчеркнуть следующие:

- фрагментарность, обрывочность как предоставления информации, так и принципов ее восприятия;

- поверхностный характер обсуждаемых проблем наряду с отсутствием серьезной экспертной оценки дискутируемых вопросов;

- активное ангажирование пропаганды мнимых ценностей общества потребления. Реклама общества потребления внедряется в ткань любого мультимедийного произведения – телевизионной передачи, web-сайта и даже в ткань кинопроизведения. Ярким примером такого эффекта являются современные голливудские фильмы «Перевозчик», «Квант милосердия» (Джеймс Бонд), а также российские фильмы «Ирония судьбы - 2», «Дневной дозор» и т.д. Одним из редких исключений из данной тенденции является канал «Культура», который не обладает тем рейтингом, который мог бы способствовать изменению сложившейся ситуации в мультимедийной среде. Процент просмотра зрителями канала «Культура» составляет 1,8 % и он занимает лишь 10 место в рейтинге, наряду с каналами «Домашний», «ДТВ», «Звезда»;

- функционирование огромного количества развлекательных передач и малого процента познавательных программ. В качестве примера можно привести анализ содержания программы телепередач выходного дня ОРТ, самого популярного среди российских федеральных каналов. Развлекательные телепрограммы занимают 74 % эфирного времени, познавательные телепрограммы 23 %, новости 2,5 %, религиозно-просветительские 0,5 %. Если сравнивать популярность запросов по различным категориям в Интернете – развлечения, бизнес, спорт, искусство и культура, то общая картина предстанет еще более удручающей, чем на телевидении. В первой десятке самых популярных запросов, согласно статистике поисковой системы Google, нет запросов связанных с культурой, искусством, образованием. На первом месте «игры», а затем социальные сети («одноклассники», «в контакте»), погода и т.д.;

- малое количество телеканалов, направленных на повышение культурного уровня населения, по сравнению с огромным количеством каналов, популяризирующих масс- и поп-культуру;

- существование огромного разрыва в уровне культурного содержания передач, предназначенных для элитарного и массового потребителя;

- малое количество передач, направленных на воспитание подрастающего поколения (на самом популярном канале ОРТ есть только одна передача для подростков «Умники и умницы»). Существуют специальные каналы для детей

и подростков «Теленяня», «Бибигон», но они не являются федеральными каналами и большинство населения России не имеет к ним доступа);

– отсутствие четкой градации аудитории по возрасту с определением целевой аудитории с её особенностями восприятия и усвоения той или иной информации;

– коммерциализация СМИ, когда погоня за рейтингами заменяет смысл организации мультимедийной культуры.

Мультимедийная система оказывает значительное влияние на выбор, поступки, манеру поведения людей. Это влияние может быть, как явным, когда информация передается в открытом по форме и смыслу виде, так и скрытым, когда информация воспринимается через ассоциативный ряд, путем формирования образа героя. При этом иллюзия доступности культуры путем восприятия медиатекстов и медиаобразов негативно сказывается на глубине знаний, качестве образования и культуры. Это происходит как вследствие отсутствия специалистов, способных оптимизировать и гармонизировать медиасреду, делая ее более адаптированной к восприятию зрителя/слушателя/пользователя, так и вследствие неподготовленности самого человека к правильному взаимодействию с потоками информации. При этом прослеживается устойчивая тенденция к снижению грамотности (это связано как с широким распространением SMS общения, основанном на комбинации латиницы и кириллицы, так и с тем фактом что книжная культура сдает свои позиции под натиском мультимедиа), отторжения русского языка и культуры в особенности в Интернет-пространстве в сегменте стран СНГ.

Современный человек все больше и больше погружается в виртуальную реальность, при этом зачастую не осознавая свою всё большую зависимость от виртуального мира. Такая перспектива отрыва от реальности и ухода в виртуальный мир делает ещё более неустойчивыми сферу межличностных отношений и такие системы, как искусство, культура, общество.

Цит. по Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии: 24.00.01 / И.Г. Елинер. – Санкт-Петербург, 2010. – 34 с.

Елинер И.Г. Технологии мультимедиа в их воздействии на культуру современности

С.21-22. Под мультимедийной системой, в данном исследовании, понимается совокупность радио-, кино-, телевизионных и компьютерных каналов, обладающих огромной широтой охвата самой разнообразной целевой аудитории (как по возрасту, так и по социальному положению) и распространяющих свое влияние на все социальные аспекты организации нового информационного общества и его культуры. Будучи сверхмощным средством коммуникации, мультимедийная система не просто воздействует на систему культуры, а становится ее подсистемой, определяющей формы и содержание культурных коммуникаций.

Под мультимедийной культурой понимается совокупность средств, технологий, обладающих максимальной силой воздействия на потребителя (пользователя, зрителя) за счет аудио-визуальных образов (объединяющих текст, графику, речь музыку, анимацию, видео и т.д.) и позволяющих осуществлять трансляцию и обмен информацией, образная форма и целостное содержание которой удовлетворяет критериям развитого эстетического и художественного вкуса и соответствует гуманистической направленности развития общественно-экономических отношений в обществе и мире в целом. Уникальным свойством мультимедийной культуры является интерактивность, которая принципиально меняет восприятие и взаимодействие с объектом культуры. Линейное, последовательное восприятие заменяется многомерным, многоуровневым, человек из пассивного читателя или зрителя превращается в активного пользователя, соавтора мультимедийного произведения. Реализация культурного потенциала мультимедиа содействует плодотворным культурным и межкультурным диалогам, оптимизирующим межсистемное взаимодействие. Мультимедийной культуре предстоит длительный и сложный путь по поиску своего собственного «языка», по выработке своей «знаковой» системы, которая должна быть выстроена на основе тех преимуществ, которые заложены в самих мультимедийных средствах и технологиях. В этой «знаковой» системе должны гармонично соединиться преимущества технического и творческого начала.

Елинер И.Г. Технологии мультимедиа в их воздействии на культуру современности / И.Г.Елинер // Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе. – СПб.: Искусство России, 2010. – С.21-22.

VII. ГЛОССАРИЙ

Аудиовизуальное средство распространения сообщений – это сообщение посредством сочетания изображение, звук и речь. Его информация рассчитана на одновременное восприятие слухом и зрением.

Аудиовизуальные средства (АВС) – это хранение, распространение и воспроизведение зрительный и звуковых образов с помощью профессиональной аппаратуры.

Визуальная культура (англ. Visual culture) – это академическое поле исследования, которое фокусируется на изучении зрительных образов во всех их проявлениях, формирующих новый тип культуры.

Визуальная метафора – это способ создания определенного видения предмета, типа «смотрения». Метафора, как ключевое звено в смыслообразовании понятий, продолжает работать только до той поры, пока продолжает удерживать различие между ними. Теоретики визуальных исследований поставили перед собой задачу, которая нацелена на восстановление семантического напряжения вокруг этих понятий. Анализ визуальной метафоры позволяет исследовать процессы смыслообразования в вербальных типах дискурса, где метафоричность скрыта и способствует пониманию типа мышления, основанного на визуальных образах.

Визуальность – это социальный проект, осуществляемый внешними визуальными технологиями и их экономикой, представляет собой не только реорганизацию социальных макроструктур во всемирном масштабе, но и полную реконфигурацию межличностного взаимодействия. Такая реконфигурация требует от людей эффективного перевооружения себя в качестве средств массовой информации для приема и передачи социальных векторов силы.

Визуальные исследования – это трансдисциплинарное направление исследований (или даже «движение», в которое вовлечены многие социальные и гуманитарные науки), сфокусированное на социальных эффектах визуального опыта, понимаемого в достаточно широком смысле.

Визуальные коммуникации – это весь объем визуальных образов (как эмпирических, так и предположительно возможных), совокупно выступающих в качестве языка многообразного, разнонаправленного и в большинстве своем функционально неопределенного, непрерывно изменяющегося сообщения между людьми.

Визуальные практики – это индекс социокультурной коммуникации.

Визуальный опыт – это система – не всегда осознаваемых – активностей, нацеленных на учреждение и поддержание социальных различий.

Визуальный поворот (англ. Visual turn) – переход науки к изучению «визуальности», пришедшее на смену «лингвистическому повороту».

Визуальный, -ая, -ое; -лен, -льна (спец.). Относящийся к непосредственному зрительному восприятию (невооруженным или вооруженным глазом).

Мультимедиа – совокупность технологий, синхронно использующих тексты, графику, видео-элементы, звуковые эффекты, фотографии, анимацию и др. Иными словами, это сочетание визуальных и аудио-эффектов с помощью интерактивного программного обеспечения.

Мультимедийная культура – это совокупность средств, технологий, обладающих максимальной силой воздействия на потребителя (пользователя, зрителя) за счет аудиовизуальных образов (объединяющих текст, графику, речь, музыку, анимацию, видео и т.д.) и позволяющих осуществить трансляцию и обмен информацией.

Экранная культура – это культура, основным носителем текстов которой является не письменность как прежде, а экранность.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ВВЕДЕНИЕ	3
2.	Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества	4
3.	Митчелл У.Дж.Т. Чего хотят изображения?	12
4.	Кит Мокси. Визуальные исследования и «иконический поворот»	14
5.	Николас Мирзоефф. Что такое визуальная культура?	28
6.	Пацюкова Ю.А., Черняева Н.А. «Право смотреть» и «право быть видимым»: конфликты визуального	33
7.	Элкинс Дж. Шесть способов сделать визуальные исследования серьезной научной дисциплиной	37
8.	Чистякова В. Предисловие к «Экранная культура. Теоретические проблемы»	65
9.	Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса	66
10.	Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе	84
11.	Елинер И.Г. Технологии мультимедиа в их воздействии на культуру современности	87
12.	ГЛОССАРИЙ	88

*Электронное учебное издание
сетевого распространения*

Масалова Ольга Алексеевна
Саттарова Аделя Ильхамовна
Тимофеева Людмила Сергеевна

**ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ**

Хрестоматия

Публикуется в авторской редакции

Подписано к использованию 10.03.2023.

Гарнитура «Times New Roman».

Заказ 19/2

Издательство Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37

тел. (843) 206-52-14 (1704), 206-52-14 (1705)

ISBN 978-5-00130-693-1



9 785001 306931 >