

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

О некоторых тенденциях в развитии новейших экранных искусств

Казючиц Максим Федорович

Кандидат наук

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Москва, Россия

E-mail: raideya@rambler.ru

Особенностью современного этапа развития информационного общества является сочетание процессов демассовизации, конвергенции и общего усиления индивидуализации в развитии различных секторах экранной культуры. Все это обусловлено и сменой парадигмы «массовое-индивидуальное» в отношении пользователя к соответствующим экранным искусствам. Сложившееся положение стимулировало постановку группы вопросов первостепенной важности для дисциплин, изучающих и традиционные и новейшие экранные искусства: киноведение, философия и философия кино, семиотика, паблик рилейшнз и т.д. В этой связи целесообразно указать на некоторые существенные тенденции, выявление которых, на наш взгляд, будет способствовать определению новейшего состояния экранных искусств.

Во-первых, от истоков, экранные искусства обладали массовым, серийным характером, что определило специфику и вектор их развития в сравнении с традиционными искусствами еще на ранней стадии, в эпоху немого кинематографа [6, 259-260]. В дальнейшем массовый характер приобретают соответствующие новые направления, как-то: телевидение, а также многочисленные искусства, связанные с цифровыми технологиями и стремительным развитием новейших систем мобильной связи и интернета [3]. Однако развития глобальной паутины на новейшем этапе приводит общество к антиномии социокультурного развития: интернет среде свойственно объединять массы пользователей и интернет среде свойственна локализация пользователей в рамках определенных вполне конкретных сообществ или индивидуального существования в сети. Подобная антимномичность поддерживается рядом явлений, которые возникают на уровне взаимодействия пользователя и сети: аддиктивное поведение, которое усиливается с каждым последующим поколением индивидов; крайне неопределенный статус межсистемных связей; открытость пользователя к непосредственному манипулированию.

Во-вторых, неотъемлемой чертой экранных искусств является репрезентация (зрелищность), понимаемая в современных исследованиях достаточно широко: от эстетико-суггестивной составляющей (Ж.Бодрийяр, Н.Хренов, В.Михалкович) до психологических и философских аспектов (А.Войскунский, О.Аронсон, В.Колотаев). Особое значение приобретает понятие «аддиктивного поведения», которое сегодня включает не только сугубо негативную коннотацию «зависимости» от интернет-технологий, но и, что особенно важно для объективности научного дискурса, отражает новый этап в развитии психологии пользователя, который воспринимает интернет (и связанные с ним экранные искусства) как среду «обитания», длительного пребывания, выступающей в известной мере альтернативой «реальной картине мира». Специфика подобного поведения аудитории дает основания предполагать, что в основе новейших экранных искусств лежит механизм подражания произведению искусства реальности – мимезис, – на который указывал еще Аристотель [2, 35] определяя феномен искусств. В современных

исследованиях продуктивные разработки в этом направлении были предложены российскими (В.Подорога, М.Ямпольский, О.Аронсон и др.) [1; 5; 7] и зарубежными [8; 9] учеными.

Как известно, мимезис состоит в том, что разница между реальной вещью и ее художественным образом стимулирует зрителя к творческому акту, откуда возникает и эмоциональное вовлечение (напр., ужас). Экстраполируя принцип миметического подхода на интернет-среду, следует учитывать, что перед нами экранная система коммуникации, представляющая экранный тип зрелищности. Для интернета, как и для ТВ, характерно «глубинное вовлечение» пользователя в ситуацию интернет-вещания, то есть происходящего на экране. В кибер-среде это выражение Маклюэна [4, 353] трансформировалось в группу терминов, подобных «интернет-серфингу», «видео-чату» и пр., которые имеют ту же, что и у ТВ особенность – являться «холодными медиа» [4, 65]. Интернет предполагает длительное и регулярное воздействие на пользователя. Поэтому представляется целесообразным определить такой тип эстетической коммуникации термином репрезентация-зрелище, который может тогда пониматься как коррелят «реальности» (человек, участвующий в сетевой игре; процесс домашней трансляции), но такой, который позволяет пользователю, зрителю «достроить» отдельные элементы (то есть разницу между образом и прототипом). Показательным примером построения такой образности могут служить широко распространенные за рубежом и в меньшей степени в России социальные видеосети, или сети прямых (live) видеотрансляций (www.stickam.com, www.smotri.com и пр.). Такой тип вещания предполагает общение в рамках созданной группы, либо приватное общение. Вполне закономерно, что известная доля вещаний посвящена не только формально-дружескому или деловому чату, но также сугубо интимной коммуникации, «виртуального эротизма», что прямо связано с указанной спецификой реализации эстетико-художественной коммуникации как репрезентации.

Для подобного поведения характерен именно аспект репрезентации, превращения своего обыденного пространства, своих пристрастий, различных типов собственной телесности в зрелище. При этом вполне логично допустить, что такой зрелищно ориентированный, репрезентативный тип поведения в сети отличается от поведения в «реальности». Следовательно, это позволяет рассматривать интернет не только как сугубо информационный канал, но и как среду, в которой индивид непрерывно меняет статус со зрителя на актанта, демонстратора неких возможностей, проявлений индивидуальной природы, которая может только коррелировать, к примеру, с реальной психической конституцией пользователя.

Таким образом, зрелищность составляет определяющий тип репрезентации в интернет-среде, что выражается в постоянной ориентации пользователя – преднамеренной или не преднамеренной – на публичность, массового зрителя. Такой тип коммуникативного поведения в сети позволяет предполагать, что индивид формирует собственный образ в соответствии с описанными принципами мимезиса. В свою очередь это дает возможность поставить вопрос об интерпретации интернет-среды как специфической системы, провоцирующей пользователя на особый тип коммуникативной деятельности, структурно сопоставимой с художественной коммуникацией, где сам индивид формирует собственный «образ».

Литература

Конференция «Ломоносов 2011»

1. Аронсон О. Коммуникативный образ. М., 2007.
2. Асмус В. Эстетика Аристотеля. М., 2010.
3. К мобильному обществу: утопии и реальность. М., 2009.
4. Маклюэн М. Понимание медиа. М., 2008.
5. Подорога В. Феноменология тела. М., 1995
6. Хренов Н. Массовость в обществе и кинематографе: историко-теоретический анализ // Феномен массовости кино. М., 2004.
7. Ямпольский М. Язык-тело-случай. М., 2004
8. A Companion to Media Studies / Edited by A.N.Valdivia. Oxford, 2003.
9. Barker J. The Tactile Eye: Touch and the Cinematic Experience. Berkeley, CA, 2009