

Воропай Т. С.

ЧЕЛОВЕК ВИДЯЩИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

(рецензия на монографию Е. В. Батаевой «Видимое общество. Теория и практика социальной визуалистики». – Х. : ФЛП Лысенко И.Б., 2013. – 349 с.)

Начну с того, что монографию Е. Батаевой «Видимое общество. Теория и практика социальной визуалистики» интересно читать, причем, по всем правилам постмодернистской поэтики, читать с любого места – с конца, середины или начала. Конечно, главной причиной интересного текста является интересность и актуальность темы: действительно, мы живем сегодня на сломе парадигмы, когда рациональная, декартовская, линейная, языковая культура еще существует, но уже сдает позиции, и на смену ей приходит культура визуальная, культура образная. Ни остановить, ни изменить этот процесс невозможно. Если мы не находимся в центре этого процесса, пытаюсь его понять, мы рискуем быть сметенными на его обочину, сметенными скоростью и масштабностью происходящих на наших глазах перемен.

Сегодняшняя ситуация по радикальности перемен напоминает не только то время, когда в полную силу начал работать печатный станок и власть утратила возможность контролировать содержание сознания своих подданных (прямая аналогия с современным интернетом), но и ситуацию более раннюю, отблески которой мы видим в «Федре» Платона. Новое (как письменное слово во времена Платона) всегда было под подозрением – да и культура письменной речи ускорила культурную динамику, – демократизировало культуру, но многое и бесследно исчезло – риторическое искусство, к примеру, либо объем человеческой памяти.

Современный «слом парадигмы» связан с информатизацией и информационными технологиями. Информационная революция выразилась не только в количестве и скорости обращения информации, она привела к образованию сетевого общества с собственными субкультурами, создала мощные по воздействию новые средства визуализации. Огромное количество мультимедийных средств, в сочетании с интерактивностью, постепенно осуществляют «культурную революцию», сопоставимую с Гуттенберговой. Чтобы оценить масштабы свершившейся информационной революции, достаточно сравнить основные тезисы книги М. Маклюэна «Галактика Гуттенберга», вышедшей в 1962 году, с тезисами книги И. Кастельса «Галактика Интернет», написанной спустя сорок лет – в 2001.

То, чем была для человечества письменная культура с алфавитным письмом в основе, стало осознаться только тогда, когда она стала менять свои базовые предпосылки. Но здесь важно принимать в расчет принцип «внезаходимости», о котором в свое время писал М. Бахтин. Трудно, если не невозможно, анализировать феномен, в структуру которого мы включены. «Видимое общество»

еще слишком ново, и еще слишком неопределенны концепты, которыми мы его пытаемся схватить. Поэтому работа, проделанная Е. Батаевой, – и актуальная, и своевременная, и новаторская. Гораздо легче и удобнее анализировать уже свершившееся и давнее результаты – эпоху модерна, Гуттенбергову революцию и т.п. Тогда как новое, только-только появившееся и резко изменившее социальные и культурные практики, изучать труднее, но одновременно это же и многократно усиливает исследовательский пыл и азарт социального аналитика.

В монографии разработана теория социальной иконографии и показано функционирование социальных образов/икон в медиа-пространстве; представлен систематический анализ феномена социального образа, который был осуществлен в контексте сравнения семиотического, постсемиологического и иконографического подходов к его содержанию; выявлены типологические характеристики социального образа¹ (масс-медийность, модельность, симулятивность, конструктивизм, репрессивность, (а)дистанцированность, над-рефлексивность, масштабированность и др.) Очень тонко и с большим вкусом выполнены иллюстративно-прикладные эмпирические исследования (иконаграфическое исследование гендерной визуальности, представленной в современной телерекламе).

Исследование Е. В. Батаевой многоплановое и междисциплинарное, автор опирается на множество источников как собственно социологического, так и эстетического, лингвистического, культурологического планов. Иногда возникает ощущение мозаичности, но общий стройный план работы, продуманная композиция компенсируют некоторую тематическую пестроту. Свести воедино множество идей и фрагментов в философском тексте так же важно, как и продумать «вглубь» одну проблему. Многоплановости требует сам предмет исследования – по сути, анализируется не один, а два феномена: медиатизация и визуализация, и они не обязательно предполагают дефис. В социуме эти явления взаимодействуют и налагаются, но не снимаются друг в друге.

И у П. Бурдье, и у Ж.-Л. Марьона, на которых ссылается Е. Батаева, мы находим идею, которая сегодня рефлексится философами и социологами. Медиа, по сути, начинают подменять собой ту реальность, по отношению к которой и имело смысл различение реального и виртуального. («Образ занимает место оригинала, поскольку ничто не есть, если его не видно на экране или если оно не видит экран», – Л. Марьон.) Можно заметить, что медиа и втягивают реальность в себя, и конституируют ее одновременно. В известном смысле масс-медиа сегодня тотальны и самодостаточны. Они уже давно не «медиа», не пассивные трансляторы информации (созданной кем-то где-то в другом месте) по вертикали (масса и власть) или по горизонтали (социальная коммуникация). Они – криэйторы реальности, и чем они «креативнее», тем более непредсказуемы

¹ Батаева Е. В. Видимое общество. Теория и практика социальной визуальности / Е. В. Батаева. – Х. : ФЛП Лысенко И.Б., 2013. – С. 141.

эффекты деятельности медийной сферы. Так же, как и медиа в целом, медийный образ не отсылает к оригиналу и не отражает реальность, он и есть сама эта реальность.

Конечно, исследование Е. Батаевой не свободно от недостатков, которые, как известно, часто являются продолжением достоинств. Собственно, речь идет даже не о недостатках, а о неких мыслях, заметках на полях и размышлениях по поводу материала, представленного в диссертации.

Первое замечание продиктовано известной аналогией с традицией и инновацией в искусстве. Когда мы пытаемся анализировать новое (в литературе, музыке, живописи), то методологически мы вливаем новое вино в старые мехи, то есть пользуемся категориальным аппаратом искусства предшествующего, другого аппарата у нас просто нет. И всегда присутствует оценочность, проявляемая хотя бы в форме некоторой ностальгии. Так, в монографии тонко и деликатно, но чрезвычайно настойчиво проводится противопоставление «хорошей» церковной иконы и «плохой» социальной иконы, для которой характерны и симулятивность, и агрессивность, и сконструированность, и модельность. Но хорошая церковная икона на протяжении столетий была социальной иконой или выполняла ее функцию, служила целям социальной коммуникации и составляла (как подтвердит любой искусствовед) «картину мира» для средневекового человека. Для социального антрополога (этнографа) и Мерлин Монро Э. Уорхола, и икона Казанской Божьей Матери будут явлениями одного порядка.

Второе замечание касается слабой привязки к современному искусству, и особенно к кинематографу, который на протяжении всего XX века был новаторской экспериментальной площадкой и визуальности, и образного мышления в целом. Когда-то меня поразило высказывание П. Гринуэя о том, что кино, а не литература, выступает сегодня источником инноваций. П. Гринуэй пишет по этому поводу: «Когда я понял, что все кино, которое я видел, вероятнее всего, доставляется из книжного магазина, потому как в нем доминирует текст. Все фильмы начинаются со слов, после чего в течение всего фильма вы наблюдаете, как режиссер иллюстрирует слова». Цифровая революция показала, что кино, «основанное на продукции книжного магазина», начинает разрушаться и П. Гринуэй – только один из многих, кто манифестирует и реализует новый (свободный от словесности) взгляд на кино и визуальность в целом. Именно кино (и телевидение, в определенной мере) экспериментирует с визуальностью, и уже потом, на втором шаге, это дублируется в рекламе, социальной иконографии и т.д.