

ЦЕЛЬ И ФОРМЫ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ПЕРЕЖИВАНИЯ В МАСС-МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ ТРАВЕЛОГА)

С. М. Тузова-Щёкина

Переход вещественного мира в виртуальные формы волновал ученых, писателей, публицистов на протяжении всего XX века. И поэтические прозрения (Райнер Мария Рильке), и научные выводы (Дж. Ваттимо), и эмпирические наблюдения (Ханс Ульрих Гумбрехт), и футурологические прогнозы (Жан Бодрийяр), – все доступные средства, могущие помочь в осмыслении происходящих процессов, были пущены в ход. Ключевыми в описании нового времени, пришедшего на смену эпохе знаков (или, наоборот, времени «тотальной знаковости»), стали термины «де-реализация», «симулякр», «эффект присутствия» и многие другие. Глобализация, виртуализация, игрореализация, эстетизация стали характеристиками нашего времени и пространства.

Именно в это время, словно бы в противовес ему, появляются исследования Х. У. Гумбрехта, активизируется внимание научного сообщества к проблеме «присутствия». Вещественность мира признается чрезвычайно важной. И эта идея выглядит настоящим «островом» в мире, уже ободранном до чистых ментальных конструкций. В обществе потребления, производящем вещи с такой скоростью, что уже в момент своего «рождения» они устаревают и становятся никому не нужны, во время воцарения симулякра, отмены всяческих критериев определения ценности тех или иных объектов, эстетика, а точнее – эстетическое переживание становится крайне интересным не только для исследователей-гуманитариев, но и для обычных зрителей, читателей, проявляющих хоть какой-то интерес к художественным мирам.

Травелог (как в его классической форме очерка, дневника, путевых заметок, так и в современной телеверсии) становится, на наш взгляд, наиболее актуальной формой и способом выражения именно эстетического переживания. В нем эстетизировано все: от картинки до вкусовых ощущений от местной кухни. Кроме того, травелог «принадлежит» полю масс-медиа, и к нему интересно приложить идеи Гройса о несоответствии сущностного и медийного.

Передача точных и достоверных знаний, равно и как искренних эмоций в мире, где абсолютно каждый способен оперативно обнаружить самые разнообразные сведения и стать ньюсмейкером, теряет свою актуальность. В этой ситуации значимым становится вопрос: носителем какого уникального знания или переживания я являюсь, что я могу открыть в мире еще неоткрытого, какую «землю». И это не пафос первопроходца, а жажда некоего переживания, имеющего эстетическую окраску и которое по определению недоступно в реальном, повседневном мире. Зачем нам нужно это эстетическое переживание? «Важен вопрос о тех причинах, побуждающих нас искать эстетических переживаний и подвергать их воздействию наши тела и души, – выдвигает свою гипотезу Гумбрехт. – То, что мы называем «эстетическим переживанием», всегда внушает нам особое чувство интенсивности, которого не найти в исторически и культурно конкретном мире повседневности, где мы живем» [1: 103]. Чтобы добыть это чувство интенсивности, нужны определенные условия, которые мы рассмотрим в ходе обсуждения формы, в которую обычно облачается эстетическое переживание в рамках масс-медиа.

Путешествие становится катализатором чувства интенсивности. В ряде информационных и публицистических жанров прибытие и присутствие репортера в некоторой точке пространства является совершенно обязательным. Роль очевидца, а то и участника события позволяет максимально сократить дистанцию между знанием о происходящем и переживанием происходящего. Специфические повествовательные и описательные формы (такие как репортаж, очерк, путевые заметки, дневник, хроника событий, телепутешествие и пр.) позво-

ляют «материализовать» увиденное, услышанное, пережитое в некий текст. И подобных текстов человечество накопило за время существования письменности терабайты, и продолжает производить. Есть предположение, что это делается для формирования жизненно важного опыта. Каждый может проверить себя: если вы посмотрели телесюжет о жизни в Камбодже, через довольно короткий промежуток времени вы забудете 90 % информации этого сюжета. Следовательно, увиденная информация никак не может служить для человека основанием его собственного опыта. Это происходит, вероятно, потому, что «присутствия» как такового в увиденном месте не случилось. Для появления ощущения «присутствия» нужны определенные условия. «Нам требуется особая ситуация («островное» положение и настроение «сосредоточенной интенсивности»), чтобы реально переживать продуктивное напряжение, колебание между значением и присутствием», – отмечал в своей работе Х. У. Гумбрехт [1: 110]. Многие исследователи-путешественники отмечали, что переход некоей границы (не обязательно государственной, а мира, за пределы которого человек ранее не выходил), чрезвычайно обостряет все органы чувств: начинаешь внимательно вглядываться в окружающие тебя предметы и людей, словно надеешься увидеть нечто совершенно незнакомое ранее. Свои собственные улицы и дома путешественник никогда не будет разглядывать с такой степенью внимательности, потому что мыслит их как «свои», а в путешествии сталкивается с «чужими». Не менее важен и фактор «островного» положения, когда воспринимающий субъект материально, физически вырван из привычного пространства и помещен в столь же конкретное, но иное. «Предметы эстетического переживания тоже должны быть культурно конкретными, но само оно должно располагаться на некотором удалении от этого мира повседневности, – отмечает Гумбрехт. – Интересна ситуативная структура, в рамках которой оно обычно происходит. Главный элемент в этой структуре – дистанция между эстетическим переживанием и миром повседневности, и она дает единственно возможную опору для объяснения двух аспектов изоляции, присущей всем моментам эстетической интенсивности – «внезапности» и «расставания» (по Карлу Хайнцу Бореру)» [1: 105]. И островное положение, и та степень интенсивности переживаний, которые испытывает путешественник, не могут длиться достаточно долго. Поэтому чувство конечности, завершенности этих переживаний возникает почти сразу же с чувством их осознания (появления). Еще одно необходимое условие, предшествующее интенсивности переживания – это состояние покоя и сосредоточенности, после которого и возникает, всегда «внезапно», искомое переживание.

В структуру традиционного телесюжета о путешествии обычно всегда включены переживания, связанные со вкусом, обонянием и осязанием. Герои телепередачи обязательно что-то пробуют на вкус, ощупывают и пытаются передать появившиеся ощущения. Тем самым они не просто транслируют свои собственные ощущения, а стремятся вызвать эти же ощущения у зрителя с помощью аналогий и сравнений. Такой тип освоения чужой культуры как «поедание вещественного мира» становится кратчайшим путем к слиянию с ним в его осязаемом присутствии. Еще один тип освоения культуры, выдвинутый Гумбрехтом, – «проникание вещей и тел» непосредственно связан с телесными контактами персонажей программы (самому станцевать танго в Буэнос-Айрес, подвергаться риску быть ограбленным в фавелах Рио-де-Жанейро, нанесение тату в американской студии и пр.). Все эти события художественно окрашены, сценарно драматизированы, сопровождаются соответствующей музыкой, аргументированы архивными съемками. Определенные страны (Центральной Америки) настолько пронизаны мистицизмом, что создатели телепутешествий намеренно включают в ткань фильма элементы гадания, ворожбы, религиозных культов, свадебных и похоронных обрядов.

Таким образом, эстетизируя все, что способно передать своими средствами телевидение (пейзажи, виды блюд, достопримечательности, спортивные состязания и пр.), создатели телепутешествий отчасти способны вызвать в зрителе его собственные эстетические переживания, недоступные ему в рамках обыденной жизни, максимально имитируя эффект присутствия зрителя в тех или иных пространственных координатах. Неизмеримо расширяется тот «вещественный» мир, который мы познаем пусть даже таким, виртуальным, образом (фор-

мат 5D еще более стирает тонкую грань между существующим и кажущимся). К телевидению в большей мере приложим тезис немецкого ученого о том, что «комплекс значений не отделен от его медиальности, то есть от тех различий, которые связаны с его появлением на печатной странице, на экране компьютера или же в устном высказывании» [1: 24]. И этот аспект требует отдельного разговора за рамками данной работы.

Телетравелог остро ставит проблему доверия, так как все вышесказанное (формирование эстетического переживания средствами ТВ) возможно только при условии некоего доверия между источником информации о мире и зрителем, нуждающимся в этой информации. В этой части работы мы будем опираться на известный труд Бориса Гройса «Под подозрением» [2: 57–69]. То, что вещи внутри себя выглядят иначе, чем они кажутся, – известно всем. И механизм появления доверия тоже, в принципе, понятен: мы доверяем, если думаем, что знаем суть вещи (события). Но, как справедливо замечает Б. Гройс, это состояние доверия сохраняется до того момента, пока в человеке не проснется некое подозрение, что знак откровенности, который он усмотрел ранее, может оказаться всего лишь одним из многочисленных знаков на медиальной поверхности.

Проблему откровенности и открытости ученый связывает не с умыслом что-либо скрыть, а с доказанным психоанализом тезисом, что человек сам не ведает, что он «думает». То есть, проблема, прежде всего, в том, что человек для самого себя также является всего лишь медиальной поверхностью, скрывающей за собой темное, субмедиальное пространство. Если принять за истину, что во внутреннем мире каждого из нас одни и те же вещи выглядят по-своему, и еще раз искажаются при переходе из субмедиального пространства на медиальную поверхность речи, то становится понятно, что любые «подозрения» о несоответствии того, что мы думаем и что говорим, имеют основания. «Тот, кто говорит и живет машинально, автоматически, без отклонений, по строгим правилам, вызывает у нас особенно интенсивное подозрение, что внутри он абсолютно другой, нежели на поверхности, – поскольку у нас возникает ощущение, что он не хочет нам себя показывать, – предполагает Гройс. – Следовательно, ожидание момента откровенности есть ожидание внезапного появления чего-то чуждого, необычного и незнакомого среди узнаваемого и рутинного... Только чужеродные, неожиданные, «неуместные» знаки могут интерпретироваться зрителем как окно во внутреннее субмедиального пространства» [2: 60]. В качестве таких «неуместных» знаков в травелогах выступают сцены и эпизоды нищеты, агрессии, митингов, нападений (в том числе – на членов съемочной группы). «Обмен своего на чужое вызывает эффект откровенности только тогда, когда привлекаются знаки, которые ассоциируются с низким, вульгарным, бедным, непривлекательным или устрашающим, – подчеркивает Б. Гройс. – Если кто-то называет себя свиньей, другие думают: «Вряд ли этот человек – свинья, но он определенно откровенен» [2: 62].

Телевидение на разных этапах своего развития испытывало кризис доверия со стороны зрителей, так как последнему в какой-то момент времени становилось известно, что то, что он видит на картинке, может быть не просто снято, а специальным образом смонтировано. А сегодняшний день показал, что в качестве реальной информации может быть презентовано нечто и вовсе несуществовавшее. В рамках травелогов такие игры со зрителем обязательно сопровождаются маркерами (что вот сейчас будет не реальная съемка, а некая модель ситуации), но все-таки подрывают доверие. Но, к счастью, не приводят к кризису доверия, так как зритель понимает, что информация, которую он получил, произведена, возможно, не теми средствами, но и не окажет на самого зрителя какого-либо разрушительного воздействия. Например, если передача строится на эффекте общения ведущего и зрителя в формате «один на один» (присутствие оператора по умолчанию выводится за рамки этого общения, так как его традиционная роль бессловесна), то неуместно в точки зрения эффекта откровенности «вдруг» показывать целую съемочную бригаду, которая сопровождает ведущего, так как намеренная открытость производственной кухни уничтожает ценность ранее созданного приватного общения.

Разоблачительный пафос некоторых сюжетов популярен по причине рождения все того же эффекта откровенности: съемки «за кулисами», «на кухне», «в святая святых» и тому подобных местах преодолевают социальную дистанцию (зритель сам никогда бы не смог туда попасть), и в том числе – географическую. Даже такое, «положительное» разоблачение, снятие покрыва с некоей тайны, может иметь своей задачей повышение доверия к самому разоблачителю. Срывая маски с других, он на какое-то время отвлекает внимание от себя. Так проявляет себя манипулятивная природа отношений субмедиаальных субъектов.

Жан Бодрийяр в своей работе «Прозрачность зла» охарактеризовал современную культуру как раздробленную, амальгамную – бессистемно перетекающую из одних форм в другие, и в высшей степени индифферентную ко всему новому (или не новому), что в ее рамках появляется. Более того, он сомневается в том, что в ее поле вообще хоть что-то появляется. Те бесконечно множащиеся самих себя артефакты, которые по инерции принято называть произведениями искусства, появляются и исчезают тоже по некоему виду инерции, словно нечто, не могущее выйти за свои пределы и вращающееся вокруг своей оси, с все большей и большей скоростью повторяя одни и те же движения. Все, что позиционирует себя как «новое», таковым вряд ли является, и мало кем замечается. Сотни сайтов, предоставляющие возможность любому желающему опубликовать свой блог, дневник, травелог тиражируют не что-то новое, а просто существующее и заявленное в публичном пространстве. Смешение форм и жанров, спутанность целей, непрозрачность композиционных решений, хаос выразительных элементов, или, говоря словами Бодрийяра, «новая геометрия, новая экспрессия, новая абстракция, новые формы – все это великолепно сосуществует во всеобщей индифферентности. Именно потому, что все они вызывают у нас чувство глубокого безразличия, мы можем воспринимать их одновременно» [3: 6].

Вирусный механизм распространения, столь характерный для циркуляции абсолютно любой информации в сети Интернет, приводит не только к высокой скорости информационного оборота, но и к интересной форме защиты информации: недостоверная, ложная, откровенно манипулятивная информация относительно быстро достигает внимания экспертов, способных ее опровергнуть, и тем самым уничтожить.

Но, если отвлечься от формы презентуемого материала, очевидной представляется как раз тенденция к эстетизации своего опыта путешественника писателями-любителями. По их текстам видно, что ничего не видно. Субъективизм ощущений, без опоры на какие-либо осязательные впечатления, описания местности, эффект присутствия. Нет больше той дистанции, которая отделяет зрителя от сцены, потому что и зрителя нет, есть только сцена, на которой разворачивается гигантский спектакль «ни для кого». Зритель и читатель интересен как машина, способная проставить «лайк», позволить выиграть рейтинг, попасть в первую строчку хит-парада сайта. Но не ради денег или даже славы, а просто, чтобы не затеряться в неисчислимой толпе артистов. «Все затронуто спортивным коэффициентом превосходства, усилия, рекорда, инфантильного самоопределения» [3: 4].

Событием становится само физическое присутствие Автора в некоей точке пространства, а далее эстетически переживаются факты обыденной жизни: где был, с кем ходил, как устроен санузел. Только, похоже, наслаждение от прочитанного получает только тот, кто написал. Причем, эстетическое удовольствие он получил уже от процесса письма и публикации, перечитывать не обязательно. Эпистолярное искусство, искусство послания, мессиджа, говоря словами Бодрийяра, «растворилось в общей эстетизации повседневной жизни, оно исчезло, уступив место чистой циркуляции образов в трансэстетике банальности [3: 5] ... Даже самое банальное и непристойное – и то рядится в эстетику, облачается в культуру и стремится стать достойным музея» [3: 7]. Или, в нашем случае, стремится стать достойным публикации в Книге как аналоге Вечности. Если поднимать вопрос о ценности публикуемого в сети, то без опоры на какие-либо критерии сделать это невозможно, а факт отсутствия таких критериев – налицо.

Таким образом, травелог (и его телеверсия, и его «симулякры» на сайтах путешествий) выступает актуальной формой современной культуры, и может обсуждаться в рамках по-

стмодернистского дискурса. Именно этот жанр в широком смысле слова позволяет поднять вопросы материальности «вещественного» мира, феномена откровенности и всех тех проблем, которые определяют сегодня векторы междисциплинарных исследований.

Литература

1. Гумбрехт, Х. У. Производство присутствия: чего не может передать значение [Текст] / Х. У. Гумбрехт. – М. : Новое литературное обозрение, 2006.
2. Гройс, Б. Под подозрением [Текст] / Б. Гройс ; [пер. с нем.] : А. Фоменко // Феноменология медиа. – М. : Художественный журнал, 2006.
3. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000.